

## A configuração e a representação temática da tecnologia nos jornais brasileiros<sup>1</sup>

Andressa Kikuti DANCOSKY<sup>2</sup>

Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

**Resumo:** Este artigo apresenta uma reflexão teórico-conceitual sobre a representação da Tecnologia nas seções temáticas sobre Tecnologia em quatro jornais brasileiros. A hipótese é que elas priorizam temáticas mercadológicas em detrimento de questões fundamentais da relação entre tecnologia e sociedade. O estudo se orienta em torno das perspectivas de tematização jornalística e do jornalismo especializado, a partir de uma análise quantitativa envolvendo as seções de Tecnologia dos jornais O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Gazeta do Povo e Correio Braziliense, versão para web. O estudo confirma a hipótese de que a representação da Tecnologia nos jornais é predominantemente mercadológica e, além disso, percebe-se que as editorias em questão não possuem características de jornalismo especializado, apesar do potencial gerado pela segmentação temática.

**Palavras-chave:** tematização; jornalismo especializado; jornalismo sobre tecnologia

### Introdução

O jornalismo sobre tecnologia no Brasil ainda é assunto pouco explorado pelas investigações acadêmicas, no entanto, possui especificidades e posicionamentos editoriais próprios que o tornam um rico objeto de estudo a ser pesquisado. O material jornalístico que atualmente compõe parte do que se entende pela temática “Tecnologia” antes era comumente pertencente às seções de Informática. Observa-se, porém, uma descontinuação do uso da palavra “informática<sup>3</sup>” na titulação de editorias dos jornais – talvez pela associação direta do termo com a ciência da informação, numa perspectiva tecnicista. A substituição de “Informática” por “Tecnologia” pressupõe um leque mais amplo de assuntos a serem abordados nestes espaços editoriais.

Tal mudança reflete em uma das percepções mais intrigantes a respeito do tema, que é a falta de unicidade de pensamento sobre quais temas devem ser tratados nestas editorias. Enquanto algumas aproximam o conteúdo sobre Tecnologia da cultura digital, outras

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP História do Jornalismo, XIV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). Email: andressakikuti@gmail.com.

<sup>3</sup> De acordo com o dicionário Michaelis, o termo informática significa “Tratamento automático da informação, ou seja, o emprego da ciência da informação com o computador eletrônico. Tem como base a informação, que por sua vez é resultante da evolução do conceito de documentação; teoria da informação.”

preferem uma abordagem mercadológica, e outras ainda dão ênfase a aspectos utilitaristas da Tecnologia.

Convém pontuar que ainda são raros os trabalhos acadêmicos que se preocupam em estudar o jornalismo praticado pelas editorias de Tecnologia, o que torna um desafio descrevê-las, mas ao mesmo tempo um terreno rico a ser desbravado. Explorar melhor as especificidades destas editorias em quatro grandes jornais brasileiros (versão para web), abrangendo aspectos temáticos e do uso de potencialidades do webjornalismo é o objetivo da dissertação de Mestrado da autora, e este artigo é fruto de um recorte da pesquisa, que traz as primeiras conclusões sobre a segmentação temática, a partir dos resultados de uma pesquisa piloto.

Por si só a segmentação temática sobre Tecnologia no jornalismo já é capaz de despertar interesse, afinal vivemos em um contexto em que dispositivos móveis e conexão com a internet são parte integrante da vida das pessoas. A separação entre *online* e *offline* parece ter perdido significativa força<sup>4</sup>. Embora a inclusão digital ainda seja um desafio a ser vencido no país, percebe-se um barateamento dos aparelhos que permitem o acesso à rede (como celulares, *smartphones*, tablets e computadores pessoais), assim como da própria rede (segundo dados do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC), 71% dos usuários de internet no Brasil acessam a rede diariamente, e 71% do total de usuários da rede acessam em casa). Tal fato, claro, muda a relação das pessoas com a tecnologia, e faz com que ela se torne cada vez mais presente. O acesso ampliado à informação através de buscas na web, a convivência entre os pares nas redes sociais, acesso a cursos em diversas áreas por meio de aplicativos, o compartilhamento de arquivos como músicas, filmes, livros, textos diversos, séries de TV e demais formas de manifestações artísticas, a possibilidade de criar e compartilhar seu próprio conteúdo online, de criar empresas na web são só alguns exemplos das potencialidades geradas pela junção entre internet banda larga e web 2.0.

Tendo em mente este contexto, é importante questionar: o que é relevante para o jornalismo que trata da tecnologia? Em outras palavras, como a tecnologia é representada nas editorias especializadas do setor? Esta representação corresponde ao compromisso jornalístico com o interesse público, ou atende somente a interesses privados? Estas foram questões motivadoras deste artigo, que faz um estudo sobre a representação da tecnologia

---

<sup>4</sup> É possível executar várias tarefas cotidianas e estabelecer relações pela internet (serviços bancários, fazer pesquisas, ler notícias, conversar entre os pares, pedir uma pizza, saber onde o trânsito estará mais trafegável, etc.), a ponto de que é difícil pensar em uma vida separada entre momentos com e sem rede.

de quatro jornais brasileiros, a partir de uma reflexão teórico conceitual sobre a tematização e o jornalismo especializado, somada a uma coleta de dados quantitativa nas páginas online dos seguintes jornais: Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Correio Braziliense e Gazeta do Povo. A discussão teórica e a coleta de dados fazem parte de um estudo de caso múltiplo e integrado que compõe a dissertação de Mestrado da autora, cuja proposta é discutir o Jornalismo sobre Tecnologia no Brasil de forma ampla.

### **1. Uma breve definição sobre o Jornalismo Especializado**

É preciso ter em mente que a especialização jornalística é fruto das exigências feitas pela própria audiência, cada vez mais diversificada, que demanda conteúdos específicos - assim como seus interesses - tratados com rigor e profundidade. Frederico de Mello Brandão Tavares (2009) ajuda a contar um pouco da história do jornalismo especializado, surgido da necessidade de uma virada textual compatível com as demandas da época. Ele sugere que a imprensa sempre esteve fragmentada, falando “genericamente de coisas específicas”, e que sua especialidade, pela palavra autorizada e pela fragmentação dos conteúdos, já existia. No entanto, como aponta o autor,

Com a introdução de outros meios e, conseqüentemente de outros regimes de produção (de noticiabilidade, visibilidade e periodicidade), tal especialidade passou a bater de frente com a lógica da especialização, ou seja, de uma outra especialidade jornalística. (TAVARES, 2009, p 117)

Se antes o jornalismo impresso (diário) falava de forma especializada sobre o mundo, com exclusividade na divulgação da cobertura sobre os fatos, depois do surgimento da televisão e do rádio, o seu papel precisou ser reformulado. A partir daí entra em cena a especialização jornalística propriamente dita. Não há consenso, entretanto, entre os pesquisadores e profissionais do ramo sobre em que constitui o jornalismo especializado (assim como acontece em várias disciplinas dentro do campo jornalístico e fora dele, pois a ciência nunca é verdade absoluta). Maria Rosa Berganza Conde (2005), uma pesquisadora que vem demonstrando interesse sobre o tema, compreende a “especialização” jornalística como a profundização de uma parcela do saber, ou seja, uma especialização temática. Dito de outra forma, “é o objeto ou tema da mensagem que permite sua classificação e a divisão entre as distintas especializações dentro do jornalismo” (BERGANZA CONDE, 2005, p. 54, tradução nossa). Para ela, neste tipo de jornalismo é preciso eliminar a dependência das

fontes oficiais de informação, interpretar processos com rigor e profundidade, utilizando um nível de linguagem que seja adaptado às necessidades do público a que se destina. Este estudo compartilha da visão da autora ao falar sobre especialização.

Fernández del Moral y Esteve (1993 apud BERGANZA CONDE, 2005) aponta que a principal função do jornalismo especializado é fazer de cada especialidade algo comunicável, objeto de informação jornalística, suscetível à codificação para mensagens universais. Tal visão é compartilhada por Tavares (2009, p. 123), que atribui ao jornalismo especializado o papel de buscar e intermediar saberes especializados na sociedade, “construindo um tipo de discurso que, noticioso, ou “apenas” informacional, promova outro tipo de conhecimento que se funde – geralmente – na compreensão conjunta do universo científico e do senso comum”.

Onde se encontra o jornalismo especializado dentro dos jornais? Para Martínez Albertos (1974 apud BERGANZA CONDE, 2005), se encontra estabelecido nas seções especializadas dos diários. Este tipo de jornalismo conquista espaço nos grandes diários de informação geral, dentro das sessões tipificadas por seu alto grau de especialização. Segundo o autor, se dirige, portanto, a um público teoricamente tão amplo quanto pode ser a audiência concreta de cada periódico. É claro que nem todo texto que se encontra nas sessões especializadas, identificadas por segmentações editoriais, pode ser considerado jornalismo especializado. Mas é certamente neste terreno que textos deste tipo encontram ambiente propício para se desenvolver nos jornais.

Para Muñoz-Torres (1997 apud BERGANZA CONDE, 2005), para que algo seja objeto de informação jornalística especializada, deve ser socialmente relevante. Mas quais são esses assuntos relevantes na época atual? Não há uma lista consensual sobre os temas mais relevantes, mas há algumas características que os temas mais importantes tem em comum, e conforme Berganza Conde (2005) são “interesse, atualidade, relevância social, aplicações, relações com outros assuntos, etc.” (p.106, tradução nossa).

A Tecnologia é uma das áreas que une todas essas características na contemporaneidade, sobretudo quando se trata da intervenção direta das inovações tecnológicas na vida das pessoas comuns. Os principais jornais brasileiros também identificaram a importância de temas ligados à Tecnologia, e tal percepção se refletiu na criação de editorias específicas, onde se produz jornalismo sobre Tecnologia. São esses locais que este artigo está preocupado em analisar. Ali fomos buscar qual é o tipo de jornalismo desenvolvido, e, principalmente, qual é a representação da Tecnologia nessas

seções: uma área extensa, cuja interpretação do que são aspectos relevantes para o público nem sempre é consensual.

## 2. Esboçando o jornalismo sobre tecnologia no Brasil

Falar em representação temática, numa tentativa de descobrir “o que é tecnologia para as editorias de tecnologia dos jornais brasileiros” sugere que há mais de um significado possível para o termo. Cada tentativa de conceituação revela uma maneira distinta de enxergar a relação entre a tecnologia e a vida em sociedade.

Etimologicamente falando, a palavra tecnologia provém de uma junção do termo *tecno*, do grego *techné*, que é ‘saber fazer’, e *logia*, do grego *logus*, ‘razão’. Seu significado se aproxima de ‘razão do saber fazer’, ou, em outras palavras, o estudo da própria atividade do modificar, do transformar, do agir (VERASZTO et al, 2008, p.62). Sabe-se que esta atividade de modificar e transformar, ou seja, de produzir tecnologia, é inerente e própria ao ser humano: este se converteu em ser pensante por sua capacidade de construir, e a construção de artefatos também o caracteriza como ser pensante. Conforme o tempo segue na história da humanidade, seus talentos e necessidades se tornam maiores e, seus produtos, mais refinados.

Sempre que uma nova tecnologia é concebida e começa a circular no mercado, há por trás uma exigência social, uma demanda. Esta nova criação pode modificar um conjunto de valores e costumes e, por fim, agregar-se à cultura (como aconteceu com as telas *touchscreen*, os iPhones, controles remotos, *videogames* com sensores de movimento, etc.). Então pode-se dizer que é a cultura que muda a tecnologia, mas a tecnologia também muda a cultura – e por este motivo é complicado para nós, jornalistas, pensar em tecnologia sem levar em conta a relação entre homem e sociedade. Veraszto (et al, 2008, p.78) desenvolvem um conceito próprio para o termo, o qual esta pesquisa compartilha, por considerar que possui sintonia com o atual contexto em que vivemos: “a tecnologia é um conjunto de saberes inerentes ao desenvolvimento e concepção dos instrumentos (artefatos, sistemas, processos e ambientes) criados pelo homem através da história para satisfazer suas necessidades e requerimentos pessoais e coletivos”.

No cotidiano contemporâneo, trabalhamos em frente a um computador, nos relacionamos via *smartphones*, tablets, vivemos conectados à internet, utilizamos aplicativos para organizar nossos afazeres, redes sociais e entreter-nos. Pode-se dizer que a

tecnologia nunca esteve tão social, nem tão enlacrada às nossas práticas cotidianas. É por isso que há uma compreensão de que os jornais contemporâneos de grande circulação deveriam compartilhar desta visão de tecnologia: aquela que deixa de ser instrumento, e vira dispositivo transformador da cultura moderna. Quando se resgata da teoria aquilo que é função primordial do jornalismo – o compromisso com o interesse público – fica fácil justificar esta escolha em meio a tantas concepções. Há, portanto, uma expectativa de conceito de tecnologia a ser seguido pelos jornais, e sua utilização é avaliada a partir da pesquisa feita nas editorias escolhidas: Tec (da Folha de S. Paulo), Link (do Estado de S. Paulo), Tecnologia (Correio Braziliense) e Tecnologia (Gazeta do Povo).

Há uma percepção inicial de que não existe unicidade de pensamento sobre quais os temas que devem ser tratados nestes espaços. Enquanto algumas dão ênfase a aspectos da cultura digital (a exemplo: novas formas de produzir, compartilhar e consumir conteúdos na web, desenvolvimento de experiências colaborativas com arte e software), outras editorias preferem privilegiar a abordagem economicista e utilitarista das inovações tecnológicas, aproximando muito a cobertura sobre Tecnologia das temáticas tratadas em Economia.

Convém pontuar que ainda são raros os trabalhos acadêmicos que se preocupam em estudar o jornalismo sobre tecnologia, compreender as especificidades e posicionamentos das editorias voltadas para o tema no Brasil, o que torna um desafio descrevê-las. Contudo, a precariedade de referências pode ser encarada como uma vantagem, por vislumbrar no horizonte um terreno rico a ser desbravado.

Uma tendência percebida logo nos primeiros meses da pesquisa é que, com a obrigatória reconfiguração dos meios de comunicação, em decorrência da crise que assola alguns modelos de negócio jornalísticos, as editorias de Tecnologia vem perdendo seu espaço e adquirindo cada vez menos importância nos jornais – o que é mais facilmente percebido nas versões impressas. O Link, do jornal O Estado de S. Paulo, por exemplo, passou por uma reformulação em abril de 2013 e deixou seu status de caderno para tornar-se parte da editoria de “Economia & Negócios”. O caderno Tec, da Folha de S. Paulo, deixou de circular desde o dia 27 de julho deste ano, e as notícias sobre Tecnologia passaram a ser acomodadas nas últimas páginas da editoria “Mundo”. O caderno de Tecnologia da Gazeta do Povo também deixou de existir no impresso, sobrando apenas uma página temática, que circula aos sábados. Nas versões para web, os conteúdos continuam circulando a partir de uma editoria própria, em forma de seção temática no site do jornal. Mas é evidente que menos espaço para assuntos do escopo da Tecnologia significa também

menos investimento em repórteres, discussões dignas de atenção em reuniões de pauta, estrutura de trabalho. É quase um paradoxo que a Tecnologia esteja cada vez mais relevante na sociedade contemporânea, e cada vez menos importante para os jornais. E, claro, tal observação pode se refletir na perda de qualidade do conteúdo produzido por tais editorias, ou no risco iminente da “não reflexão” sobre o exercício do jornalismo especializado em Tecnologia nas redações, dando margem para abordagens de cunho mercadológico, facilitadas pelo trabalho das assessorias de imprensa de empresas de Tecnologia.

É importante ter em mente tais aspectos ao fazer uma pesquisa de conteúdo, já que o contexto influencia, de várias maneiras, na produção jornalística.

### **3. Análise piloto sobre a representação temática da Tecnologia na Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, Correio Braziliense e Gazeta do Povo**

A análise temática presente neste artigo é parte integrante de uma pesquisa piloto, desenvolvida durante os dias 03 e 10 de fevereiro de 2014. Parte-se do pressuposto de que a eleição temática aponta para um modo de o jornal entender a própria realidade social.

A coleta envolveu as páginas iniciais das seções de tecnologia dos quatro jornais escolhidos: O Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Correio Braziliense e Gazeta do Povo. O objetivo do estudo piloto foi servir de teste para as categorias de análise elaboradas no capítulo metodológico da dissertação sobre o tema e também obter conclusões parciais para o estudo.

Nesta pesquisa, foram analisadas somente as matérias consideradas jornalísticas e informativas, deixando de lado textos opinativos, bem como elementos com caráter de entretenimento. Na amostra, composta por 84 textos no total (40 do Tec, 15 do Link, 13 do Correio Braziliense e 16 da Gazeta do Povo, considerando os dois dias da coleta<sup>5</sup>) procurou-se identificar os temas predominantes das matérias, classificados via atribuição de tags (é importante mencionar que um mesmo texto pode tratar de dois ou mais assuntos principais – por isso a opção de atribuir tags ao invés de outras formas de classificação textual).

---

<sup>5</sup> É perceptível a disparidade no volume de conteúdo publicado na página inicial das seções de Tecnologia escolhidas. O motivo pode ser o próprio formato da página (o Link, por exemplo, tem uma interface mais “limpa”. Já o Tec, que aparece com 40 matérias na análise, carrega uma enorme quantidade de conteúdo em lista, separado por data. O que não significa, necessariamente, uma maior produção: verificou-se que muito do conteúdo disponível na página permanecia em destaque por dias, chegando a permanecer por uma semana, sem ser trocado. Isso também explica o fato de que, geralmente, o segundo dia de coleta continha menos material de análise do que o primeiro (os textos repetidos foram excluídos na segunda aparição)).

Basicamente, a divisão temática foi elencada em duas áreas amplas que se relacionam ao jornalismo sobre Tecnologia: Economia e Cultura Digital. Mas há outras áreas que também mereceram consideração: Invenções Tecnológicas, Direito na Web e Educação para os Meios. As categorias voltadas para Economia são aquelas que possuem um cunho mercadológico forte, e são as seguintes:

- a) Empreendedorismo (*startups*<sup>6</sup>, e tudo o que envolver novos modelos de negócio a partir das novas tecnologias);
- b) Lançamento de produtos;
- c) Teste de produtos;
- d) Mercado (envolvendo disputas entre empresas de tecnologia, compra e venda de empresas, lucros e dividendos de corporações voltadas à área, etc.);
- e) Outros (tudo mais o que tiver um viés econômico e não se encaixar nas demais categorias).

As categorias de análise voltadas para a Cultura Digital se ramificam em dois blocos. Um deles envolve comportamento, no qual se encaixam: as redes sociais (relacionamentos interpessoais em redes como Twitter, Facebook, Instagram, etc., aplicativos de cunho social, fóruns de discussão e o que mais estiver relacionado à sociabilidade online). O outro ramo relacionado à Cultura Digital é a Produção Cultural. Esta categoria se subdivide em: 1) arte através da tecnologia (produção de filmes, música, fotografia e demais produtos culturais, e o desenvolvimento destes produtos através da web); e 2) Compartilhamento e consumo (envolve P2P, Torrent e outras formas de compartilhamento de conteúdo online).

Além das categorias de análise originadas destas duas grandes áreas que permeiam a Tecnologia, há outras que também merecem destaque e que estão presentes nas editorias de Tecnologia dos jornais brasileiros. São elas:

- a) Inovações tecnológicas (se encaixam nesta categoria todas as matérias que falam sobre inovações, mas sem o caráter mercadológico envolvido);
- b) Direito na web, subdividido em 1) legislação sobre serviços; 2) uso da internet (neutralidade, privacidade, controle sobre dados, etc.); 3) embates legais (patentes, direitos

---

<sup>6</sup> O termo “startup” é utilizado para designar um grupo de pessoas trabalhando com uma ideia diferente e que, aparentemente, poderia fazer dinheiro. Também pode ser sinônimo de iniciar uma empresa; coloca-la em funcionamento. Fonte: <http://exame.abril.com.br/pme/noticias/o-que-e-uma-startup/>. Acesso em 21/03/2014 às 10h10.

autorais, etc.); 4) crimes cibernéticos (pedofilia na web, *ciberbullying*, interceptação de dados, entre outros).

c) Educação para os Meios (iniciativas educacionais que objetivam ensinar as pessoas a explorar melhor as potencialidades de computadores, *gadgets* e da web 2.0).

De maneira complementar, a pesquisa piloto observou características físicas dos veículos escolhidos (cores e elementos de página, posição no menu do site), e as matérias elencadas como destaques pelos próprios veículos. Nesta amostra mais restrita (que envolve apenas as matérias de destaque, num total de 25), foi observada a origem das matérias (agências de notícias, outros veículos ou produção própria, manifesta a partir de assinatura de repórter ou “Da Redação”). Segundo Varjão (2008), a assinatura indica uma disposição do jornalista em assumir responsabilidade pelo conteúdo publicado.

Também foram verificados quais os recursos de redação e edição utilizados pela equipe de jornalistas destas quatro editorias de Tecnologia. Os recursos observados foram: tamanho do texto, uso de box, retransas e olhos, links e hiperlinks, fotos ou ilustrações, e elementos de áudio<sup>7</sup> e vídeo. Entende-se que todos estes elementos auxiliam a compor um texto jornalístico com mais qualidade, e a presença de alguns deles (como hiperlinks, e recursos de áudio ou vídeo, por exemplo) demonstram a capacidade que o jornal tem de utilizar as potencialidades do webjornalismo.

#### **4. Resultados da pesquisa piloto**

A partir da análise, foi possível perceber que as seções de tecnologia dos quatro jornais escolhidos apresentam diferenças entre si, tanto no conteúdo quanto esteticamente (no uso de cores e elementos de página), e também na posição que ocupam na hierarquia do site do jornal: no portal do Estadão, na Folha de S. Paulo e no Correio Braziliense, as seções sobre Tecnologia encontram-se no menu principal, à direita na página (considerando o padrão de leitura ocidental, da esquerda para a direita, conclui-se que a Tecnologia ocupa uma posição menos importante entre os principais assuntos dos jornais (à esquerda dela estão Política, Economia, Internacional, entre outras). Na Gazeta do Povo, a seção de Tecnologia encontra-se em posição ainda menos privilegiada na página: não está localizada

---

<sup>7</sup> Alguns veículos jornalísticos, como a Folha de S. Paulo, possuem um mecanismo de áudio que lê, na íntegra, o texto escrito para o usuário da web, mediante um clique. Este mecanismo visa acessibilidade do conteúdo jornalístico, para aqueles que possuem dificuldade de leitura. Porém, é importante dizer que, para esta análise, só foram considerados elementos de áudio que fazem parte do próprio texto, como complemento à informação textual.

no menu principal, e sim dentro de um tópico intitulado “+ seções”. Este tópico é composto por uma lista temática, em ordem alfabética, na qual Tecnologia ocupa a 12ª posição. Tal observação sobre a hierarquia temática da Tecnologia pode refletir a decisão dos jornais sobre o corte de cadernos impressos sobre o tema. Outras considerações sobre a coleta piloto deste estudo são:

a) A Economia é quem manda na Tecnologia

Na análise temática, percebeu-se um predomínio<sup>8</sup> de temas ligados à Economia. Foram atribuídas 48 tags sobre Economia na amostra, sendo: 23 sobre assuntos envolvendo disputas de mercado, balanços econômicos das empresas de tecnologia, previsões e estratégias mercadológicas; 12 falando especificamente sobre o lançamento de produtos (*gadgets*) de tecnologia no mercado; 06 matérias que focam no empreendedorismo de *startups* e novos modelos de negócio através da tecnologia; 06 testes de produtos já lançados no mercado (sobre funcionalidades, prós e contras); e 03 outros assuntos relacionados à Economia.

O segundo grande tema mais mencionado na amostra foi Direito na web. Ao todo, foram 16 tags nos textos, sendo que o uso da web, com questões como privacidade, neutralidade da rede e controle sobre os dados ganharam nove delas. Há uma explicação possível para a quantidade de temas relacionados ao Direito nesta amostra: o período de coleta coincide com a discussão sobre a espionagem da NSA em governos e cidadãos de países ao redor do mundo – o que levanta discussões sobre privacidade -, e também com a data possível da votação do Marco Civil da Internet no Brasil, adiada tantas e tantas vezes, e que discute a neutralidade da rede<sup>9</sup>, controle sobre dados, entre outros tópicos.

A terceira temática mais encontrada nas seções de Tecnologia dos quatro jornais foi “Inovações Tecnológicas”. Ela está ligada à descoberta ou lançamento de novas invenções na área de Tecnologia, mas sem caráter mercadológico. No total, foram 14 tags atribuídas na amostra.

Cultura Digital ficou em quarto lugar em se tratando de frequência temática nas seções online de Tecnologia do Estadão, Folha, Gazeta e Correio Braziliense. Foram 13

---

8 Lembrando que um mesmo texto pode ter mais de um tema principal e, portanto, mais de uma tag atribuída.

9 O princípio da neutralidade defende que todas as informações que trafegam na rede devem ser tratadas da mesma maneira, navegando na mesma velocidade – o que garante livre acesso a qualquer tipo de informação por parte dos usuários, sem a necessidade de assinar um pacote de dados mais caro para executar determinadas ações, como downloads, ou usar o Skype, por exemplo. Este é um dos tópicos que mais emperram a aprovação do Marco Civil na internet, porque impede que as empresas de telecomunicações vendam pacotes de dados “personalizados” para cada perfil de usuário – e protege o usuário de ter sua velocidade de conexão diminuída baseada em critérios econômicos. Fonte: <http://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/infograficos/marcocivil/>. Acesso em 18/02/2014 às 01h24.

tags, todas elas voltadas para assuntos ligados a comportamento (07 para redes sociais, e 06 para tendências). Uma observação relevante e curiosa é o fato de, nesta amostra, nenhum texto ter tratado de assuntos ligados à produção cultural (arte feita através da Tecnologia, em forma de filmes, música, remixes, e demais criações artísticas), ou ao compartilhamento e consumo cultural (*peer-to-peer*, embates legais, novas formas de compartilhamento). Tais aspectos parecem ser o cerne da cultura digital, já que a web 2.0 facilita e potencializa características próprias da cultura (a criação, apropriação, o compartilhamento, as livres trocas culturais entre indivíduos). Porém, eles ficam completamente de fora das discussões ligadas à Tecnologia nos jornais brasileiros.

Por último, a temática “Educação para os Meios” recebeu apenas uma tag nesta amostra. Tal tema tem a ver com iniciativas de inclusão digital, que preparam indivíduos para o uso da internet e de suas potencialidades. Ao que parece, esta não foi uma grande preocupação dos quatro jornais durante os dois dias analisados.

No quesito metodológico, pode-se dizer que as categorias de análise temáticas as quais esta coleta piloto se propôs a testar foram satisfatórias. Nenhuma das matérias selecionadas para análise continha uma temática destoante das propostas neste artigo – o que serve de incentivo para utilizá-las na coleta formal.

b) Falta “capricho” jornalístico nas matérias de destaque

No segundo nível de análise, que se limitou às matérias de destaque, foi possível perceber semelhanças e diferenças entre os veículos analisados. A primeira diferença é que não há consenso entre os assuntos que os veículos julgam merecer destaque a cada semana. Embora as temáticas se aproximem, nenhuma pauta ganhou destaque em mais de um jornal, em nenhum dos dois dias analisados. Isto certamente indica uma disparidade editorial entre os veículos, embora os grandes temas de interesse (como identificado na análise temática) sejam os mesmos.

Como as matérias de destaque analisadas foram elencadas pelo próprio veículo, esta pesquisa não precisou eleger critérios para identificá-las. Contudo, é ainda mais difícil reconhecer um padrão entre os critérios de noticiabilidade utilizados pelos veículos: por que aquelas matérias são destaques? Algumas delas eram postagens de vários dias antes, o que descarta que tenham sido elencadas pelo critério da atualidade. Outras, apesar da posição privilegiada na página, não passavam de uma nota, com informações pontuais – o que descarta que o critério tenha sido universalidade. Produção própria do veículo também não

parece ser critério para elencá-las como destaque, porque, embora muitas sejam assinadas por repórteres, outras são provenientes de agências de notícias, textos importados de outros veículos, ou mesmo matérias sem assinatura.

Outra diferença observada é com relação à percepção de quem deve assinar as matérias de destaque das seções de Tecnologia. Esta pesquisa piloto analisou um total de 25 matérias de destaque, somando as pertencentes às quatro seções. Destas, 15 eram assinadas por repórteres da redação dos respectivos jornais, o que sugere uma disposição do(a) profissional jornalista de assumir a responsabilidade e o mérito pelo conteúdo publicado, e também pode indicar quanto o veículo valoriza textos produzidos pela própria equipe. Por outro lado, foram identificadas outras dez matérias oriundas de lugares distintos: uma “da Redação” (no Link, que indica conteúdo próprio, mas “despersonificado”), quatro de agências de notícias (duas no Tec e duas na Gazeta do Povo), duas provenientes de outros veículos (ambas no Tec, assinadas por jornalistas do *The NY Times*), e ainda, três matérias sem assinatura alguma (uma no Tec, uma no Correio Braziliense e uma na Gazeta). Tendo em vista estes números, é possível concluir que o critério de conteúdo próprio nem sempre é utilizado quando se elegem os destaques das páginas online de Tecnologia.

O tamanho das matérias de destaque varia, com média de 2.573,5 caracteres. A maior delas pertence ao Link, com 5.566 caracteres, e a menor à Gazeta do Povo, com 586. Duas matérias de destaque do Correio Braziliense estavam, no entanto, incompletas no site, sendo disponibilizada apenas uma parte para não assinantes – o que impediu de verificar seus reais tamanhos. A quantidade de caracteres em si não é determinante para dissertar sobre a profundidade na apuração ou importância dada a um texto dentro do jornal, embora sirva de indicativo.

Das 25 matérias de destaque, apenas uma não possuía foto ou ilustração (pertence ao Tec, na amostra do dia 03 de fevereiro). Sete matérias continham mais de uma foto, sendo que uma delas possuía 21 fotos (no Tec, dia 03 de fevereiro, em forma de galeria) e, em segundo lugar, outra matéria do Tec continha sete fotos (no dia 10). Algumas delas eram apenas ilustrativas de aparelhos em questão nas matérias, e outras não possuíam legenda, explorando pouco o potencial informativo das imagens.

Quanto aos recursos de redação e edição encontrados, o mais utilizado foi a retransca, seguida de box. Ambos os recursos são característicos das matérias jornalísticas escritas, principalmente impressas. Porém, percebe-se que ainda tem sido bastante utilizadas no webjornalismo. O “olho” – recurso de diagramação utilizado para dar destaque a trechos e

substituir quebras - perdeu espaço na web, não sendo encontrado nenhuma vez nesta amostra, embora ainda seja um recurso utilizado em textos online (principalmente entrevistas).

O webjornalismo possui outros recursos de redação e edição que são característicos da produção para web, e que unem elementos informativos de outros formatos (multimedialidade) a elementos que são próprios da web (hipertextos) e interatividade, numa mistura hipermediática. Contudo – e talvez esta seja uma das observações mais importantes desta pesquisa piloto -, estes recursos são pouco usados pelas seções de Tecnologia analisadas. É quase um paradoxo existirem editorias de Tecnologia que falam de internet e dos recursos possibilitados pelas novas plataformas o tempo todo, mas que não investem minimamente nos recursos disponíveis para elas próprias. Em outras palavras, não exploram as possibilidades informativas, gráficas e interativas oferecidas para o webjornalismo.

Por fim, reitera-se que os textos das seções em questão não acompanharam mudanças cruciais no processo evolutivo dos veículos, tendendo a permanecer estagnados em modelos primários de disseminação de informação jornalística. Falta “capricho”, tanto na apuração quanto na montagem das informações, e uma visão focada no novo tipo de leitor que surgiu com a web: leitor que lê, comenta, critica, colabora, compartilha e produz a informação.

## **5. Considerações**

Ao final da análise piloto, é possível fazer considerações sobre a configuração do jornalismo sobre Tecnologia praticado pelos quatro jornais analisados. A primeira delas diz respeito à especialização. Como dito anteriormente neste artigo, o jornalismo especializado encontra terreno fértil para se desenvolver nas editorias jornalísticas, uma vez que a especialização se refere à profundização do saber, ou seja, uma especialização temática. A “profundização do saber” sugere que o jornalismo especializado seja, portanto, bem apurado, contextualizador, analítico, preciso, com papel de buscar e intermediar saberes especializados na sociedade.

O jornalismo sobre Tecnologia não é assim. Não há caráter contextualizador, analítico e preciso em muitos de seus conteúdos; não há independência com relação às fontes oficiais; há vezes em que não existem sequer saberes especializados em suas

notícias. Assim, arrisca-se dizer que o jornalismo sobre Tecnologia no Brasil está longe de ser jornalismo especializado. E que, aliás, nem sempre corresponde às expectativas de um público mais exigente.

A segunda consideração é que a representação de tecnologia nos jornais é adversa à concepção de Tecnologia utilizada por este estudo, que diz que “a tecnologia é um conjunto de saberes inerentes ao desenvolvimento e concepção dos instrumentos (artefatos, sistemas, processos e ambientes) criados pelo homem através da história para satisfazer suas necessidades e requerimentos pessoais e coletivos” (VERASZTO et. Al, 2008, p. 78). Em outras palavras, a visão de que a Tecnologia só faz sentido quando interfere e modifica a vida das pessoas que a utilizam.

Para o jornalismo sobre Tecnologia dos quatro jornais analisados, porém, a Tecnologia adquire uma noção bem menos inclusiva e cidadã: ela é apresentada predominantemente como algo que está ali para ser consumido (de um total de 92 tags atribuídas a todas as matérias analisadas, 23 tinham a ver diretamente com disputas de mercado: 25% de tudo o que foi publicado); é transformada em produtos, em itens que são apresentados aos leitores em um cardápio apetitoso de novidades. “*Nova geração de dispositivos ‘X’ vem com câmera de 20 megapixels*”; “*Consumidores fazem fila para entrar na nova loja da empresa gigante ‘Y’*”; “*Empresa ‘A’ lança phablet para competir com o modelo ‘S’, da concorrente*”: títulos inventados, mas cujas variações são facilmente encontradas nas seções em questão, e que evidenciam uma forma mercadológica de entender a Tecnologia no mundo contemporâneo.

A alta porcentagem de assuntos ligados à Economia se torna alarmante quando comparada à quantidade de textos encontrados que envolviam Cultura Digital. Mais especificamente, uma parcela de conteúdo ligada à cultura digital, que se entende ser uma das mais importantes quando se trata de Tecnologia e internet: produção cultural. Na coleta piloto, não foi encontrada nenhuma matéria jornalística que tratasse destes temas. Zero por cento de produção cultural nas seções online de Tecnologia, contra 25 por cento de disputas de mercado.

Esse número levou a questionar se haviam, de fato, pautas possíveis sobre produção e compartilhamento cultural nas datas da coleta. Uma pequena sondagem em outros sites mostra que haviam. Apesar de os jornais analisados não tratarem do assunto uma vez,

sequer, entre os dias 03 e 10 de fevereiro de 2014 o website especializado em notícias sobre *filesharing*, *Torrent Freak*<sup>10</sup>, publicou nada menos do que 21 textos<sup>11</sup> sobre o assunto.

Uma explicação possível para o fato é que as modificações estruturais enfrentadas pelas seções de Tecnologia dos jornais direcionam a abordagem temática para um lado fortemente influenciado pelo mercado. Diante da crise produtiva e financeira que assola os veículos de comunicação do país, muitos cadernos de Tecnologia foram diminuídos ou descontinuados: a Gazeta reduziu seu conteúdo de tecnologia impresso a uma página temática semanal. O Tec da Folha também perdeu sua versão impressa, e os conteúdos passaram a integrar a editoria “Mundo”. Outros, como o Link do Estadão, passaram a integrar a editoria de Economia. Não é preciso ser expert para compreender que falar de tecnologia pelo viés da Economia pressupõe uma abordagem bem mais mercadológica, e que o possível declínio de investimentos neste setor específico do jornalismo influencie de várias maneiras na produção jornalística. O contexto desfavorável, contudo, jamais pode servir de justificativa para a produção de um jornalismo ruim.

## Referências

BERGANZA CONDE, Maria Rosa. **Periodismo Especializado**. Madri: Ediciones Internacionales Universitarias, 2005.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. In: **Estudos em Comunicação** nº 5. Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2009.

VARJÃO, Suzana. **Micropoderes, macroviolências**. Salvador: EDUBA, 2008.

VERASZTO, E.V.; SILVA, D.; MIRANDA, N.; SIMON, F.O. Tecnologia: Buscando uma definição para o conceito. In: **Revista Prisma.com**, n.7, 2008. Disponível em: <http://revistas.ua.pt/index.php/prisma.com/article/view/681>.

---

<sup>10</sup> No *About* do website: “*Torrent Freak* é uma publicação dedicada a trazer as últimas notícias sobre copyright, privacidade, e tudo o que for relacionado a compartilhamento de arquivos. N[os] não somos um agregador de notícias, mas focamos em histórias frescas e únicas. *Torrent Freak* é onde as notícias e o compartilhamento de arquivos colidem. Nós tentamos ser uma fonte de últimas notícias no mundo do *peer-to-peer*.” (tradução nossa. Texto original disponível em: <http://torrentfreak.com/about/>. Acesso em 04/03/2014 às 12h02.)

<sup>11</sup> Sondagem feita pela autora desta pesquisa, que verificou os arquivos do website *Torrent Freak*, e contabilizou todas as publicações postadas entre os dias 03 e 10 de fevereiro.