

Jornalismo e Interação: Análise da Resposta¹ dos Internautas à Cobertura do Caso Mensalão pela Fanpage do Jornal Folha de S.Paulo²

Jonas Augusto da Rosa³
Valquiria Michela John⁴

Resumo: O artigo destaca a relação entre usuários do *facebook* e sua “resposta” à cobertura do julgamento do mensalão a partir da *fanpage* do jornal Folha de S.Paulo. O objetivo foi o de verificar como os “seguidores” do jornal se posicionaram em relação ao acontecimento. Foram analisados todos os comentários relacionados às principais datas do julgamento do mensalão a partir dos *posts* realizados pelo jornal em sua *fanpage*. As datas analisadas foram: 03, 17 e 23/08 e 21/09. Foi adotada a análise categorial da análise de conteúdo. Os resultados apontam que há uma participação maior dos usuários na editoria de política. Quando se trata da exposição das ideias dos assinantes do jornal no *facebook*, política agrega o maior número de comentários com diferença significativa para a segunda editoria mais comentada. Há também crítica, não só ao tema, mas ao tratamento das notícias dadas pelo periódico.

Palavras-chave: Facebook; Folha de São Paulo; Mensalão; Resposta Social.

Introdução

A internet tornou mais tênue, como nunca antes na história dos meios de comunicação, a relação entre produtores e consumidores de informação. Esse comportamento não se atém apenas ao conteúdo ficcional ou de entretenimento, mas a todo e qualquer conteúdo que circula na rede, inclusive o jornalístico. O usuário da *web*, além de poder demonstrar sua opinião, participa ativamente do ciclo da notícia, podendo ser o gerador de informação e discutir problemas que raramente a grande mídia levava ao cidadão.

Em meio à internet, as mídias e redes sociais tornaram-se o mecanismo chave do novo jeito de compartilhar informações e demonstrar opiniões. O Facebook⁵, criado em 2004, pelo então estudante da Harvard, Mark Zuckerberg, representa a maior mídia

¹ O termo é adotado na perspectiva de Braga (2006), que propõe, entre outros aspectos, o uso dos meios de comunicação como espaço para a leitura crítica dos próprios conteúdos midiáticos.

² Artigo apresentado no Eixo 7 – Redes sociais na Internet e Sociabilidade online do VII Simpósio Nacional da Associação Brasileira de Pesquisadores em Ciberultura realizado de 20 a 22 de novembro de 2013.

³ Bacharel em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade do Vale do Itajaí – Univali. Email: jonasaugustodarosa@hotmail.com

⁴ Doutoranda no Programa de Pós Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul – PPGCOM/UFRGS. Professora do curso de Jornalismo da Univali. Email: vmichela@gmail.com

⁵ <http://www.facebook.com> – Mídia social de compartilhamento de links, textos, vídeos e imagens e interação entre seus usuários.

social⁶ do mundo. Segundo dados da empresa, no final de junho de 2012, o número de usuários ativos chegou a 955 milhões⁷. No Brasil, o número é de 51 milhões⁸ de usuários conectados, o que deixa o país na segunda colocação entre as nações com mais pessoas inseridas no Facebook, segundo dados de maio de 2012.

Várias são as ferramentas disponíveis para o usuário do Facebook receber e compartilhar informações, fotos, textos, links, vídeos e aplicativos. Com isso, o internauta recebe centenas de notificações lançadas por páginas e perfis de amigos. Essa interação e a facilidade de expor comentários proporcionam uma troca maior de conteúdo e uma variedade enorme de assuntos, questão que a chamada grande mídia⁹ não consegue disponibilizar.

As mídias e redes sociais conquistaram o leitor/usuário, entre outros motivos, por conta da lacuna de notícias e/ou fatos em geral não abordados pelas mídias tradicionais existentes.

As novas mídias sociais permitem a comunicação em duas mãos. A grande mudança nessa nova era não tem a ver só com o uso das novas mídias sociais; tem a ver com o uso dessas novas mídias pelos cidadãos. Estamos falando de mídias que permitem comunicação de muitos para muitos. São mídias que não só convidam ao envolvimento e à participação, mas tornam-se melhores com isso. (GRAEFF in PEREIRA, 2011, p. 3).

A interação não se restringe apenas a usuários, muitos jornais encontram no Facebook e outras mídias uma maneira de aproximar-se de seu leitor/público e extrair dele informações sobre o conteúdo publicado. Os estudos e estudiosos da área revelam constantemente que o uso adequado e o pioneirismo na mídia social trabalham favoravelmente para a imagem da instituição. O principal:

[...] impacto inicial causado pelas mídias sociais nas empresas é na comunicação (...). Quando aumenta a comunicação, as pessoas ficam mais conectadas, cresce o sentimento de camaradagem e compartilhamento, a colaboração espontânea aparece no dia a dia da empresa, as barreiras diminuem e aumenta a flexibilidade e a tolerância. Tudo isso provoca melhor performance e eficácia da organização, O clima de integração se sobrepõe ao individual. (JUE, MARR e KASSOTAKIS, 2010, p.14)

⁶ Graeff (apud PANIZ, 2012, p.6), define mídias sociais como: “[...] mídias que permitem comunicação de ‘muitos para muitos’, e a criação (individual ou colaborativa), o compartilhamento e a distribuição de conteúdo – textos, imagens e vídeos – em uma ou mais plataformas (como Internet e celulares). São mídias que não só convidam ao envolvimento e participação, mas tornam-se melhores com isso”.

⁷ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/08/facebook-registra-955-milhoes-de-usuarios-ativos-no-final-de-junho2.html>

⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/06/brasil-ultrapassa-50-milhoes-de-usuarios-no-facebook-diz-pesquisa.html>

⁹ Expressão que indica principais veículos da comunicação social do setor tradicional como emissoras de rádio, TV, jornal e revista.

Entre os principais jornais do país, a Folha de S.Paulo detém a *FanPage*¹⁰ com maior número de curtidas entre os veículos tradicionais brasileiros que fazem uso do Facebook. O jornal é o segundo do país em circulação paga (média de 286.398) e o primeiro em termos de abrangência nacional¹¹. Atualmente com 1.102.747¹² curtidas, o jornal iniciou sua interação no Facebook no dia 29 de Março de 2010.

O julgamento do caso do Mensalão teve início em 03 de Agosto de 2012 com uma grande cobertura dos veículos de comunicação brasileiros. A cada seção do julgamento, uma avalanche de notícias tomava conta das TVs, rádio, jornais, revistas e da internet. A rede, principalmente, serviu de espaço para que o brasileiro compartilhasse o que pensa sobre o caso e o julgamento. Tanto no Twitter (microblog), quanto no Facebook, os usuários compartilharam comentários, tanto em seus perfis quanto nas páginas de jornal que publicaram as notícias relacionadas ao Mensalão.

Diante desse cenário, esta pesquisa teve como objetivo verificar a resposta e o posicionamento do seguidor da *fanpage* da Folha de S.Paulo quanto aos fatos do julgamento do Mensalão. Para tanto, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos: Identificar as editorias que mais receberam destaque do jornal durante os dias selecionados; Elencar a quantidade de comentários, “curtidas” e compartilhamentos nos posts relacionados ao caso; Verificar a importância atribuída pelo internauta através das interações das editorias que foram mais priorizadas pelos seguidores da página do jornal.

Procedimentos Metodológicos

As datas¹³ da amostra da pesquisa se baseiam na cobertura midiática do caso mensalão. O julgamento¹⁴ começou no dia 2 de Agosto de 2012, mas apenas no dia seguinte as informações do primeiro dia do caso foram postadas na *Fanpage* da Folha. Assim sendo, inicia-se o estudo por meio dessa data (03/08) e segue até o 50º dia do

¹⁰ FanPage é uma interface específica para a divulgação de uma empresa, marca, banda, etc, do Facebook.

¹¹ Segundo dados da ANJ – Associação Nacional de Jornais, desde 2011 o primeiro jornal na média anual de circulação paga é Super Notícias, de Belo Horizonte, mas este tem uma circulação restrita ao estado de Minas Gerais. Disponível em: <http://www.anj.org.br/a-industria-jornalistica/jornais-no-brasil/maiores-jornais-do-brasil>

¹² Dados extraídos em 21 de Setembro de 2012 às 18h48min - <http://www.facebook.com/folhadesp>

¹³ Datas extraídas conforme calendário disponível em: <http://g1.globo.com/politica/mensalao/infografico/platb/diaadia>

¹⁴ Este caso não é julgado diariamente pelo Supremo Tribunal Federal, já que é necessário que os juízes tenham tempo para elaborar suas contestações sobre o caso, incluindo que o STF julga outros casos.

— julgamento. Ao todo, quatro dias foram selecionados para a análise. Além do dia 03/08/2012, a primeira postagem sobre o julgamento, houve a seleção da primeira avaliação com definição de réu, que aconteceu um dia antes de 17/08, dia da postagem. A terceira data selecionada foi escolhida por ser o primeiro dia do julgamento com absolvição do caso, no dia 23/08, dia do fato e da postagem. A última data analisada foi o dia 21/09, 50º dia do julgamento.

Foram selecionados todos os posts compartilhados pelo jornal nos dias apresentados, com sua estrutura de imagem, texto e link, além dos dados de interação dos usuários através do número de compartilhamentos, curtidas e comentários. Apenas as postagens que abordaram o Mensalão tiveram seus comentários analisados e categorizados. Os posts também foram divididos por editorias, para tentar estabelecer as prioridades dadas tanto pelo jornal quanto pelo leitor, através das interações.

Para a análise dos comentários foi adotada a Análise de Conteúdo (AC). Conforme expõe Fonseca Júnior (2005, p. 280), a AC é um método das ciências humanas e sociais destinado a investigar os fenômenos simbólicos através das várias técnicas aplicáveis de pesquisa.

Herscovitz (2007) define, a partir de Krippendorff (2004), aspectos para decidir por uma pesquisa de AC. Deve-se pensar no que investigar, tratando de definir uma unidade de análise, conhecida como unidade de amostragem. Ainda segundo a autora, o processo de seleção desses objetos varia conforme o enfoque do trabalho. Nesta pesquisa, as amostragens obedeceram a uma seleção de datas que marcavam os pontos principais dos 50 dias do julgamento do caso Mensalão. Um dos processos essenciais da AC está na definição das unidades de registro no processo da codificação dos textos. Segundo a autora, existem várias divisões de codificação. Este artigo, por analisar os comentários dos usuários da *FanPage* da Folha de S.P., trabalha com as unidades de texto classificadas como “Tema”.

Análise e Discussão dos Resultados

Braga (2006) considera que o principal espaço de circulação do conteúdo midiático é a própria mídia, a ponto de integrar uma linha de pesquisadores que considera que vive-se um processo de midiatização da vida, ou seja, não se vive fora da mídia e, portanto, um dos principais instrumentos para a leitura e resposta crítica ao

conteúdo dos meios seria o uso destes mesmos meios pelos “receptores”, propondo uma terceira via para além da perspectiva emissores/receptores.¹⁵ Como afirma o autor:

[...] Desde as primeiras interações midiáticas, a sociedade age e produz não só com os meios de comunicação ao desenvolvê-los e atribuir-lhes objetivos e processos, mas sobre os seus produtos, redirecionando-os e atribuindo-lhes sentido social. Ao fazer isso, chega inclusive, *partindo de práticas de uso*, a desenvolver novos objetivos e funções para as tecnologias inventadas a serviço inicialmente de pontos de vista relacionados à produção/emissão (BRAGA, 2006, p.22).

Na perspectiva do autor, os comentários deixados pelos internautas aos posts da *fanpage* do jornal Folha de S.Paulo relacionados ao julgamento do mensalão foram analisados numa perspectiva de “resposta social” de modo a verificar como os internautas se manifestavam quanto à cobertura de um dos principais veículos em torno de um dos principais acontecimentos da história recente do país. Como respondiam não apenas ao tema propriamente dito, o julgamento do mensalão, mas também em relação a como o jornal destacou esse acontecimento. Nesse sentido, por se tratar de um espaço “oficial”, os comentários foram tomados na mesma perspectiva do que seria uma análise de cartas dos leitores enviadas ao jornal e publicadas, uma vez que mesmo em se tratando de uma rede social, o jornal pode “filtrar” a posição dos internautas. Ainda assim, é um espaço efetivo de interação entre emissor/receptor, tanto quanto no envio de uma “resposta” diretamente ao jornal. Como afirma o autor:

A característica de interatividade das cartas de leitores [e dos comentários aos posts] pode ser referida a um objetivo complexo de seus autores: “falar” ao jornal, reagir a alguma posição deste que de algum modo tocou o leitor positiva ou negativamente, como indivíduo ou como parte de um grupo. Há, portanto, um objetivo de “se expressar” *para o jornal* e, através deste, *para o público*. (BRAGA, 2006, p.145)

Sob a perspectiva do uso da resposta social na investigação, buscamos fazer a ligação da interação social. Para Raquel Recuero (2009), a interação social é uma ação que depende da reação do outro. Isto quer dizer que as ações podem ser coordenadas, por exemplo, da conversação, onde a ação de um determinado ator social vai depender

¹⁵ Em sua obra intitulada “A sociedade enfrenta a sua mídia” o autor discute alguns desses exemplos como é o caso dos observatórios de imprensa, dos cadernos culturais (pela crítica aos produtos midiáticos), entre outros. Ou, nas palavras do próprio autor: “Existe toda uma variedade de “dispositivos sociais”: cineclubes, *sites de media criticism*, fóruns de debate sobre rádio e televisão, crítica jornalística, revistas cujo tema é a própria mídia, produções acadêmicas sobre os meios, processos de autocritica da imprensa” (BRAGA, 2006, p.37).

da percepção daquilo que o outro vai dizer. A autora apresenta a interação social e seus efeitos no indivíduo e ambiente.

A interação é, portanto, aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexão social. Os autores [Watzlawick, Beavin e Jackson (2000)] entendem que a interação atua diretamente sobre a definição da natureza das relações entre aqueles envolvidos no sistema interacional. A interação, pois, tem sempre um caráter social perene e diretamente relacionado ao processo comunicativo (RECUERO, 2009, p. 31).

A autora exemplifica a interação social no ciberespaço, apresentando as principais diferenças. Sendo:

O primeiro deles é que os atores não se dão imediatamente a conhecer. Não há pistas da linguagem não verbal e da interpretação do contexto da interação. É tudo construído pela mediação do computador. O segundo fator relevante é a influência das possibilidades de comunicação das ferramentas utilizadas pelos atores. (RECUERO, 2009, p. 32)

Mas a principal diferença da interação social para a do ciberespaço está no uso das ferramentas disponíveis no mundo virtual. Raquel Recuero (2009) explica que o uso da mensagem síncrona, que significa uma mensagem em tempo real, como por exemplo em *chats*. Entretanto as mensagens em *offline* permitem aparecimentos de interações que vão se desdobrando sem a necessidade do imediatismo.

Há multiplicidade de ferramentas que suportam essa interação e o fato de permitirem que a interação permaneça mesmo depois do ator estar desconectado do ciberespaço. Esse fato permite, por exemplo o aparecimento de interações assíncronas [como fóruns] (RECUERO, 2009, p. 32).

Embora a autora não se refira especificamente ao Facebook e, sim, aos fóruns da internet, o conceito cabe completamente na questão. Já que as postagens na rede e seus comentários funcionam como um fórum, onde há um tema central e a discussão/participação dos usuários.

A pesquisa analisou a interação/resposta às 24 editorias que apareceram nas 102 postagens registradas ao longo dos quatro dias analisados. A tabela a seguir apresenta os resultados obtidos nessa etapa:

| Editoria | Nº de Postagem | Curtidas | Comentários | Compartilhamentos | Total de interação |
|-----------------------------|----------------|---------------|---------------|-------------------|--------------------|
| <i>Cotidiano</i> | 25 | 11.740 | 3.853 | 15.326 | 30.919 |
| <i>Poder</i> | 7 | 8.057 | 3.492 | 9.127 | 20.475 |
| Mensalão | 3 | 1.821 | 2 | 2.636 | 5.827 |
| | 10 | 9.878 | 4.862 | 11.763 | 26.503 |
| <i>Ilustrada</i> | 10 | 7.734 | 2.112 | 3.602 | 13.448 |
| <i>Tec</i> | 5 | 1.768 | 421 | 668 | 2.857 |
| <i>Esporte</i> | 5 | 2.406 | 709 | 1.448 | 4.563 |
| <i>Capa</i> | 4 | 761 | 228 | 707 | 1.696 |
| <i>Folha Cartum</i> | 4 | 1.615 | 168 | 983 | 2.766 |
| <i>BBC Brasil</i> | 4 | 1.885 | 224 | 1.298 | 3.407 |
| <i>Mercado</i> | 4 | 587 | 175 | 433 | 1.195 |
| <i>Turismo</i> | 3 | 5.534 | 252 | 2.424 | 8.210 |
| <i>Guia Folha</i> | 3 | 1.137 | 101 | 458 | 1.696 |
| <i>Educação</i> | 3 | 1.112 | 161 | 676 | 1.949 |
| <i>Painel do Eleitor</i> | 3 | 1.022 | 199 | 573 | 1.724 |
| <i>F5</i> | 3 | 3.165 | 1.124 | 2.339 | 6.628 |
| <i>Mundo</i> | 3 | 1.165 | 547 | 905 | 2.617 |
| <i>Coluna</i> | 3 | 862 | 928 | 560 | 2.350 |
| <i>São Paulo</i> | 2 | 317 | 54 | 104 | 475 |
| <i>Equilíbrio&Saúde</i> | 2 | 1.631 | 298 | 1.689 | 3.618 |
| <i>Outras Editorias*</i> | 6 | 2.414 | 548 | 1.823 | 4.785 |
| Total | 102 | 56.733 | 16.964 | 47.779 | 121.476 |

Tabela 1 – Editorias encontradas na análise. (*Foram agrupados editorias que reuniam apenas um post)
Fonte: autor da pesquisa

É possível notar que a editoria Poder - equivalente à política- recebe uma média 2.650 interações dos usuários entre curtidas, comentários e compartilhamentos, perdendo apenas para a Editoria Turismo que apresentou uma média 2.736/por post. Porém, o número de curtidas, de quase 5,6 mil, foi o que a deixou com a maior média, pois em comparação a comentários e compartilhamentos, Poder tem uma larga vantagem de interação. Outra observação está na editoria Cotidiano que, com 25 posts, tem o maior número de interação total da tabela, mas na média está com apenas 1.236/por post. Já a editoria F5 - equivalente a Celebidades e Fofocas - teve uma média de 2.209/por post.

Nota-se então uma inclinação dos leitores da Folha de SP na página do Facebook a temas como Política, principalmente quando a questão são os comentários. A editoria fica com uma média de 486 comentários por post, enquanto a F5 com 374, Ilustrada - equivalente a Cultura - com 211 e Cotidiano com 154/por post.

Quando o assunto é o Mensalão, dentro da editoria, o tema ocupa 40% das postagens. Seguindo a ideia do espaço que o Mensalão tem em interação na editoria, ele represente 18,43% de todas as curtidas do Poder, 28,17% dos comentários, 22,40% dos compartilhamentos e 22,09% total das interações da editoria.¹⁶

Se o tema Mensalão fosse uma editoria, suas três postagens representariam 2,94% de todos os posts, enquanto na interação somaria 4,79% total dos números da tabela, ultrapassando 16 editorias em curtidas, compartilhamentos e comentários. Demonstrando assim, a importância que este leitor dá ao tema, inclusive com a participação dele nas ferramentas disponíveis do Facebook.

Posts sobre o julgamento do mensalão

No intervalo que compreende os dias 03, 17 e 23/08 e 21/09, foram três posts sobre o mensalão publicados na fanpage da Folha. Esses posts geraram, ao total, 1.370 comentários, os quais foram analisados a partir do processo de categorização temática por texto da AC. A partir dos textos, foram então estabelecidas as seguintes categorias para agrupar os comentários dos internautas: Irônico¹⁷, Revoltado¹⁸, Indiferente¹⁹, Spam²⁰ e Outros²¹. A seguir, discutem-se os resultados em cada uma das datas analisadas.

A análise do dia 03 de Agosto de 2012, primeiro dia de postagem na *FanPage* da Folha de São Paulo após o início do julgamento do caso, teve nove posts.

¹⁶ Há um post que não foi avaliado, pois se trata de um desdobramento do caso e não do julgamento, porém é contabilizado como Mensalão dentro da editoria, apenas nesta medição, não havendo mais menção dele na pesquisa. Tal post informa a exoneração de Delúbio Soares do cargo de professor sob alegação de abandono de emprego.

¹⁷ Categoria que agrupa comentários que usam da ironia, do sarcasmo e/ou zombam dos assuntos relacionados.

¹⁸ Que sente indignação e/ou se inconforma com as questões que foram apresentadas, tanto do caso quanto do julgamento.

¹⁹ Que manifesta a indiferença ou que não apresenta motivos de preferência.

²⁰ Mensagem enviada sem ter sido escrita pelo usuário e/ou comentários com uso de link para compartilhar questões não relacionadas ao *post*.

²¹ Soma de comentários que não sustentam categorias próprias e/ou que fogem do assunto central da postagem.

A postagem que mostra a capa do Jornal da Folha de SP, no qual o destaque escrito no post era sobre a Eleição de São Paulo, reuniu nove comentários. Destes, sete estavam relacionados ao mensalão.

A postagem que marca o bate-boca do 1º dia do julgamento apareceu com 488 curtidas, 457 compartilhamentos e 142 comentários. A partir da categorização que será apresentada ao longo do desenvolvimento do artigo, este post teve apenas 128 comentários analisados. Os números de comentários se diferenciam por conta das configurações que o *Facebook* disponibiliza ao seu usuário. Isto ocorre quando perfis bloqueiam a visualização de suas interações para quem não pertence ao seu ciclo de amizades.

Bate-boca marca o 1º dia do julgamento do mensalão. Das cinco horas, quatro foram dedicadas ao debate sobre o desmembramento da ação (<http://folha.com/no1130757>). Veja quem são os juízes do STF (<http://bit.ly/NPTKXY>).

Figura 1 – Exemplo de post

Ao longo dos comentários, vários leitores defenderam o ministro Joaquim Barbosa, ao contrário do ministro Ricardo Lewandowsk. Estes comentários foram classificados na categoria **Outros**. Este surgiu de vários comentários diferentes como: conversa entre usuários, questionamento do julgamento, uso de gírias e modismo da internet, etc; que não reuniam as condições necessárias para próprias categorias.

O gráfico a seguir apresenta que 62% dos usuários que comentaram colocaram-se Revoltados (indignados e/ou inconformados) com o julgamento e, também, com o esquema de compra de votos. A categoria Irônico apresentou, nesta postagem, sua maior porcentagem na pesquisa.

Os comentários deste *post* evidenciam:: Revoltado – 62% (79), Outros – 26% (33), Irônico – 12% (16), Indiferente e Spam 0%.

O comentário abaixo corresponde à categoria Outros. Vários comentários questionavam a linguagem dos ministros no julgamento. Neste caso, usuários trocavam conversas sobre esta questão. Exemplo: Thiago Carias responde o que significa a palavra “espécie”, que o Ministro Joaquim Barbosa usou e repercutiu na maioria dos 79 comentários da categoria.



Imagem 2

Entre os comentários Irônicos, vários deles usavam a palavra Pizza, que denomina um processo que envolva ações de ética e de legalidade no qual seu processo pareça duvidoso. Isto ocorre quando envolvidos de menor importância são penalizados, enquanto outros são julgados em uma mesa de negociação, tendo penas mais leves, terminando, assim, em “pizza”.

O usuário Bruno Silveira expressa sua opinião sobre o post com um comentário classificado em Irônico. Comentário este que rendeu o mais curtido de todos os 128 analisados neste post do jornal.

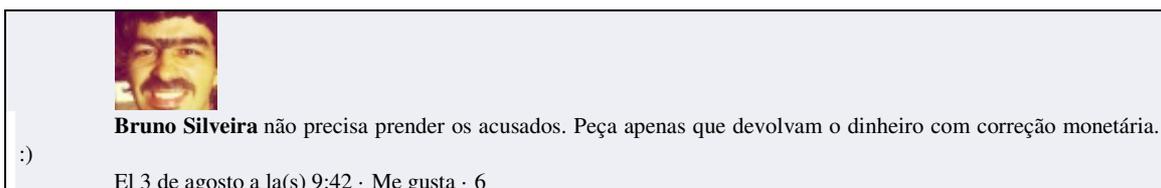


Imagem 3

Neste dia, postagens de outras editorias como Turismo, Cotidiano e Ilustrada - editoria equivalente a cultura - tiveram mais interação dos usuários, tanto em compartilhamentos e curtidas, quanto em comentários, do que o post relacionado ao Mensalão.

O dia 17 de Agosto de 2012 se destaca na análise, pois apresenta a primeira condenação feita por um ministro do Supremo Tribunal Federal. Na postagem que apresenta a capa do jornal, dos 32 comentários, 17 estavam relacionados ao mensalão.

O post específico sobre o mensalão tratou o clima do julgamento apresentando ao leitor da Folha através de uma imagem montada dos ministros Joaquim Barbosa e Ricardo Lewandowsk. A arte representa o congelamento que encerrava cada capítulo da novela Avenida Brasil, exibida durante o período pela Rede Globo. A característica das interações deste post foi a grande quantidade de usuários em que os comentários foram classificados em Outros: reclamavam que o jornal – entidade séria, segundo a explicação de muitos - estava brincando com um tema tão importante, destacando aqui o princípio de resposta social de Braga (2006). Outros leitores aproveitaram a brincadeira

e relacionaram o julgamento ao tema da novela, inserindo, inclusive, personagens da trama.



Imagem 4

Esta postagem teve o menor índice da categoria Irônico de toda a análise. Os usuários ligaram a discussão dos ministros a uma encenação, peça de teatro e a um espetáculo do judiciário.

Os comentários deste *post* evidenciam:: Revoltado – 16% (31), Outros – 72% (145), Irônico – 7% (14), Indiferente – 1% (2) e Spam - 4% (1).

A seguir, o leitor Walter Junior usa a expressão Pizza para exemplificar seu comentário – classificado em Irônico. Ao longo de toda a análise foi encontrado o uso da palavra Pizza, pizzaria ou a relação com pizza. Para apresentar a quantidade de leitores que usaram este termo, dos 1.208 comentários analisados no total da pesquisa, 14,56% desses traziam a expressão Pizza, usada 176 vezes, como no exemplo a seguir:

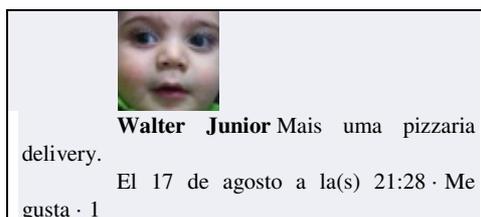


Imagem 5

O post que relaciona o Mensalão à novela das oito da TV Globo teve o maior índice de Outros de toda a pesquisa.

Ganham destaque os comentários classificados em Indiferente – que manifesta indiferença e/ou não apresenta motivos de preferência, etc, como no exemplo abaixo:

Imagem 6
A



categoria Spam teve

seu maior índice neste post. Vários usuários inseriam links de sites para votação, mensagens sobre como ganhar prêmios, etc.

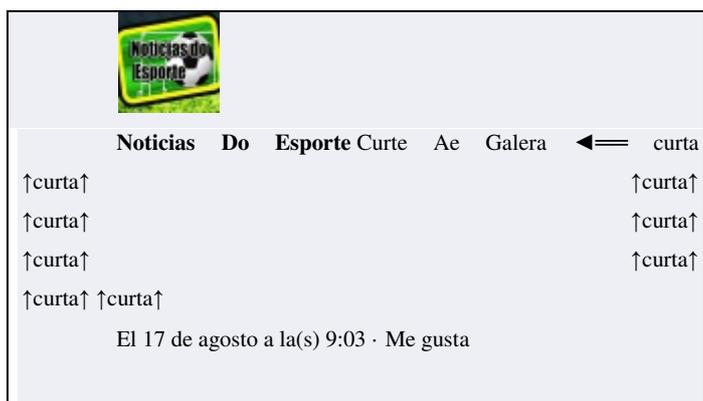


Imagem 7

A primeira absolvição do julgamento do caso Mensalão teve repercussão na *FanPage* da Folha no dia 23 de Agosto de 2012. O post que apresenta a capa do jornal teve 30 comentários, sendo seis relacionados ao mensalão. Nesta postagem o destaque foi o pente-fino que a Anatel faria nas contas de celular. A maioria dos comentários estava relacionada a este tema e o julgamento teve pouca repercussão.

O post que apresenta a absolvição de João Paulo Cunha, Marcos Valério e seus sócios teve o maior número de interação das três postagens do mensalão e também foi o mais comentado do dia com 1.015 comentários, além de 423 curtidas e 1.798 compartilhamentos.

A categoria Revoltado foi a maior em números, com 452 comentários dos 887 possíveis de analisar. A ligação do ministro Ricardo Lewandowsk com os acusados foi feita pela maioria dos leitores em seus comentários. Alguns classificaram a atitude do ministro sendo ele o padrinho dos acusados e rechaçaram a atitude do juiz. Porém, um comentário inédito foi encontrado. O leitor Sevla Edson apoiou tal decisão do juiz, apesar de não ter nenhuma curtida no seu post, várias pessoas comentaram sua atitude de elogiar a decisão do ministro, sendo todas negativas a sua ideia.



Sevla Edson está corretíssima a decisão do Juiz
El 23 de agosto a la(s) 20:53 · Me gusta

Imagem 8

Os comentários classificados em outros tiveram na maior parte a presença das palavras Lula (fazendo referência ao ex-presidente da República por não saber de nada, em suas declarações na época), PT (partido no qual teve a maior participação no esquema) e adaptações do sobrenome Lewandowsk (juiz que absolveu os acusados). Exemplos dos trocadilhos: Levianodowski, Levandowski, Vergonhadowski, etc. Entre os comentários de ironias, os leitores questionavam se o Ministro Ricardo Lewandowski receberia algo por defender tais pessoas.

Os comentários deste *post* evidenciam: Revoltado – 51% (452), Outros – 36% (323), Irônico – 11% (95), Indiferente – 2% (14), Favorável – 0% (1) e Spam 0% (2).

Vinte e um de Setembro de 2012 foi a data que marcou o 50^a dia do julgamento do Mensalão. Apenas a postagem que apresenta a capa do jornal registrou comentários sobre o Mensalão. Foram 157, destes 140 passíveis da análise. O caso recebeu 92 comentários, sendo seis em tom irônico, 70 classificados em Outros e 20 na categoria Revoltado.

A postagem informa que o PT apresentou uma defesa da “honra e dignidade” do ex-presidente Lula e acusou a oposição por explorar o Mensalão. Entre os comentários da categoria Revoltado a maioria fez menção parecida com a que o usuário Arthue Eccel escreveu:



Anthue Eccel "Explorar o mensalão é golpe" - e na hora que fizeram o mensalão não era golpe??! Bando de vagabundos!
El 21 de Septiembre a la(s) 9:08 · Me gusta · 1

Imagem 9

Considerações Finais

Em uma participação contínua do assinante das informações da *Fanpage* da Folha de SP ele demonstra ter mais interação com as informações postadas de Política do que qualquer outra editoria do jornal. Tal fenômeno se acentua na comparação de sua

participação através de comentários, no qual a editoria política é significativamente maior do que as outras. Os comentários vão além do que o *post* aborda. Os leitores criticam a maneira como o jornal informa, como por exemplo: o porquê de não publicar determinadas informações que traria positividade ao STF e ao governo. Fazem também comparações entre meios de comunicação, além de criarem debates sobre o assunto em si. Tornando a resposta social, que Braga (2006) conceitua uma realidade que ocorre nas interações na página da Folha de São Paulo.

Em nenhum momento o jornal responde a comentários e críticas, deixando de lado a interação que as redes proporcionam. Porém, na postagem em que a Folha de SP parece tentar se aproximar do internauta brasileiro, tornando o tema do Mensalão um hit da internet, quando compara a discussão entre ministros com o que a trama Avenida Brasil, da Rede Globo, esta tentativa do jornal de inserir um tema que na época tomou conta das redes gerou críticas negativas ao jornal. Principalmente pela Folha ter feito o trocadilho não só no Facebook, mas também em seu site. Os leitores entenderam que o julgamento do Mensalão estava sendo enfraquecido pelo jornal. Entretanto, uma parcela significativa de comentários acabava empobrecendo tanto o julgamento, quanto a decisão dos juízes. Muitos apostavam que o julgamento do STF não serviria de nada, faziam piadas, paródias e trocadilhos do assunto. Porém, as réplicas desses comentários eram quase nulas e pouca delas eram críticas.

Por meio da análise pode-se notar quando houve a primeira indicação de absolvição de alguns acusados, tal *post* teve o maior número de comentários e compartilhamentos do Mensalão na página da Folha de SP. O leitor demonizou tanto o juiz Ricardo Lewandowski, quanto o STF. Criticou negativamente os políticos e a política nacional. Acusou o PT de ser o responsável pela absolvição, inclusive levando a ideia de que o ministro que tomou tal decisão teria sido comprado pelo governo. Mas, em comparação, a primeira decisão de condenar Marcos Valério e João Paulo, os leitores não repercutiram tanto tal ação. Dos apenas 32 comentários, pouco mais da metade abordava o mensalão. Mesmo sendo um post de apresentação da capa do jornal, o texto da postagem era direcionado ao tema do julgamento. Ainda assim, os comentários eram de que a decisão não poderia ficar apenas naquilo, deveria ter uma condenação mais rigorosas e os leitores criticavam ainda mais as prováveis penas, que para eles eram leves demais.

O dia 17 de Agosto, dia da condenação, o jornal abordou somente no *post* da capa da Folha de São Paulo, tal decisão. Em comparação com as redes sociais do portal G1 e do Jornal o Estadão, a Folha deixou de dar visibilidade a este fragmento do julgamento. Isto ocorreu apenas na *fanpage*, no site era possível encontrar informações completas sobre a condenação.

Mais do que criticar o governo e a política, grande parte dos leitores tentavam, a partir de debates que se criavam nos comentários dos *posts*, entender ainda mais o julgamento e como tais decisões poderiam afetar o cotidiano do brasileiro. Tornando a rede social fonte de informações a partir de informações que o jornal disponibiliza na própria rede social.

A Folha de São Paulo ignora o uso das redes e mídias sociais no que se refere ao ambiente de interação entre o emissor e receptor de conteúdo, que se torna possível no ciberespaço. O leitor, como usuário da *web* aproveita o espaço interagindo com outros pares e criando um ambiente de troca de informações, críticas e ideias, trazendo para o círculo de conversação conhecimento/dados externos.

Referências bibliográficas

- BRAGA, José Luiz. **A sociedade enfrenta sua mídia**. S. Paulo. Paulus, 2006.
- FONSECA JÚNIOR, W. C. Análise de conteúdo. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- HERSCOVITZ, Heloiza Golbspan. Análise de conteúdo em jornalismo. IN: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.
- JUE, Arthur L.; MARR, Jackie Alcalde e KASSOTAKIS; Mary Ellen. **Mídias Sociais nas Empresas: Colaboração, inovação, competitividade e resultados**. São Paulo: Evora, 2010.
- PANIZ, Júlia. **Jornalismo e Mídias Sociais: Análise de Conteúdo do Facebook do Jornal de Santa Catarina**. In: Intercom – Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, 13., 2012, Chapéco. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2012/resumos/R30-1066-1.pdf> . Acesso em 14 de out. 2012.
- RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2009.
- TERRA, Carolina Franzon. **Blogs corporativos: modismo ou tendência?** 1 ed. São Caetano do Sul, SP: Difusão, 2008.