

Regramentos e silêncios no processo de interação entre jornal e leitor

Viviane Borelli¹

Resumo

O artigo descreve os contratos firmados por seis jornais do interior gaúcho com seus leitores na busca de vínculo e de ampliação do contato para além da materialidade do jornal. Para isso, foi observado por meio de que dispositivos digitais o jornal busca contato com seu leitor, de que forma e sob que regramentos. Também foram analisados comentários de leitores em postagens feitas pelos jornais em seus portais e páginas no Facebook e as estratégias utilizadas pelos períodos para responder a essa interação. Nota-se que o jornal regula a relações com seus leitores, dando-lhe regras e procedimentos possíveis para contatá-lo. Além disso, mesmo que enuncie que essa participação deve ocorrer, ele silencia em vários momentos, fazendo com que essa interação seja simétrica.

Palavras-chave:

Jornal; Interação; Mídiação

Introdução

O artigo mostra como os jornais e seus leitores interagem via processos discursivos e sintetiza os resultados da pesquisa “A dinâmica das interações entre produção e recepção nos jornais do Rio Grande do Sul”², que estuda os jornais: A Razão e Diário de Santa Maria (Santa Maria, RS), Pioneiro (Caxias do Sul, RS), Gazeta do Sul (Santa Cruz do Sul, RS), O Nacional (Passo Fundo, RS) e A Plateia (Sant’Ana do Livramento).

A investigação buscou dar conta de dois âmbitos: por um lado compreender como e de que forma os leitores contatam o seu jornal, seja por meio das redes sociais (Facebook) ou através dos dispositivos digitais oficiais da publicação (portal ou site); de outro analisou-se como o jornal interage com seus leitores, sob que protocolos e através de que estratégias. Para tal, foram analisadas postagens dos jornais nas suas páginas

¹ Universidade Federal de Santa Maria (UFSM).

² Com apoio financeiro do Governo do Estado do Rio Grande do Sul por meio da Fapergs (PqG 2011/2013).

oficiais e no Facebook, comentários de leitores e respostas dadas pelos periódicos. As postagens são relativas aos meses de maio e setembro de 2013. Durante a realização da pesquisa, também foram feitas entrevistas com editores, repórteres e gerentes dos periódicos para compreender as estratégias utilizadas para interagir com seus públicos.

O leitor do jornal impresso e o internauta das mídias digitais é aquele a que o discurso jornalístico é dirigido. Dessa forma, utiliza-se também o termo público, pensado como aquele para quem a comunicação é endereçada. Nos termos de Pinto (2002, p.35) a todo autor empírico “corresponde o seu público ou audiência (ouvintes, leitores, espectadores, etc.), que são os indivíduos de carne e osso a quem caberá interpretar o texto produzido”.

Como o objetivo é analisar como se estabelecem conversas entre os jornais e seus leitores no ambiente digital, busca-se compreender a questão como uma problemática de circulação de sentidos, em que estão em jogo as condições de produção, circulação e de reconhecimento (VERÓN, 1980). Para o autor, “uma gramática de produção define um campo de efeitos de sentido possíveis” (VERÓN, 1980, p. 194), mas para saber a qual gramática de reconhecimento aplica-se determinado texto, deve-se ir além das regras de produção e levar em conta a história dos textos.

Nesse sentido, a problemática de circulação de sentidos está ligada à ideia de que o jornalismo passa por transformações em suas práticas discursivas em função da emergência de uma sociedade em processo de midiaticização. A análise não contempla o funcionamento das ferramentas utilizadas pelos jornais nos seus portais e Facebook no que tange ao sentido restrito de técnica, pois o foco do estudo é compreender como jornal e leitor constroem suas relações na e pela linguagem. A comunicação é compreendida a partir de uma concepção interacional, em que todos têm um papel ativo; e não funcional, portanto diferente do que algumas teorias pressupunham que o receptor era passivo.

Para interpretação dos dados utiliza-se análise semiológica proposta por Eliseo Verón (2004) e Milton José Pinto (2002), levando-se em conta o contexto em que esses discursos são ofertados, pois neles é possível encontrar marcas dos processos de produção de sentidos. Para isso, foram analisados os modos de organização da oferta

discursiva por parte do jornal no que tange à busca pela interação com seus leitores, levando-se em conta o contexto que perpassa essa transformação do jornalismo.

Inicialmente, os conceitos centrais do estudo, como de midiatização, dispositivo, interação e conversação, são discutidos para que se possa realizar a análise dos dados e ponderar sobre os modos através dos quais jornais e leitores se relacionam.

Midiatização e prática jornalística

A pesquisa desenvolve-se no contexto de uma sociedade em processo de midiatização em que há um novo redimensionamento das práticas sociais em função dos processos midiáticos. Vivenciamos agora essa passagem, nos termos de Antonio Fausto Neto (2008), de uma ‘sociedade dos meios’ para uma ‘sociedade midiatizada’. As mídias não cumprem mais o papel de mediadora entre os campos sociais, convertendo-se numa realidade mais complexa, numa nova ambiência, através da qual ocorrem “interações sociais atravessadas por novas modalidades do <<trabalho de sentido>>³” (FAUSTO NETO, 2008, p. 92).

O processo de midiatização da sociedade tem afetado práticas de vários campos, como o político, o religioso e da saúde⁴. Salienta-se que essas transformações não ocorrem de forma homogênea, pois operam “distintas alterações segundo os atores particulares dessas práticas” (MATA, 1999, p.87). A dimensão constitutiva de cada campo, suas práticas e as relações que as funções que os sujeitos exercem nesse campo são aspectos que incidem sobre a heterogeneidade desse processo.

O processo de midiatização é compreendido como uma mediação específica que está calcada, nos termos de Muniz Sodré (2002), num tipo particular de interação, que o autor nomeia de “tecnointeração”. Esse modo singular de interação caracteriza-se por uma prótese tecnológica e mercadológica, que o autor nomeia de médium (SODRÉ, 2002, p. 21). Para o autor, essas transformações representam uma nova forma de presença do sujeito no mundo, um *bios* específico, o midiático (SODRÉ, 2002, p. 24).

³ Grifo do autor.

⁴ VERÓN, E. FAUSTO, NETO, A. e RUBIM, A. C. Lula presidente: televisão e política na campanha eleitoral. São Paulo: Hacker; São Leopoldo,RS: Unisinos, 2003. BORELLI, Viviane. **Mídia e religião**. Entre o mundo da fé e o do fiel. Rio de Janeiro: Editora E-Papers, 2010. CHAGAS, Arnaldo Toni Sousa das. **Estratégias de midiatização das drogas**: Estudo de uma campanha de prevenção às drogas promovida pela CTDA. Tese (Doutorado) - Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Unisinos, 2009.

José Luiz Braga também problematiza o conceito de midiatização, compreendendo que esse processo acelera e diversifica os modos através dos quais a sociedade interage. Para o autor, são os processos crescentes de midiatização que definem as “mediações comunicativas da sociedade” (BRAGA, 2012, p.17), mesmo que as interações presenciais continuem a definir padrões de comunicação.

O processo de midiatização gera ações diversas daquelas que se constituíam de forma presencial, pois há o trabalho de dispositivos de natureza sócio-técnica, como define Fausto Neto (2006a), que complexificam essas relações, produzindo outros sentidos. É por meio da ação desses novos dispositivos que as interações sociais passam a constituir-se.

Fausto Neto (2006a) atribui aos dispositivos midiáticos um caráter singular na geração de sentidos hoje. Da mesma forma, Eliseo Verón (2012) destaca a centralidade dos dispositivos midiáticos para compreendermos o processo histórico e evolutivo da midiatização da sociedade.

Verón (2012) coloca na essência da problemática do processo de midiatização da sociedade o papel dos dispositivos, sobre o qual pressupõe a construção de uma história. Para o autor, o papel dos meios é central para compreender “como afeta, como se constrói, essa configuração de espaços mentais do ponto de vista de uma história dos meios” (VERÓN, 2012, p. 20).

O autor problematiza a produção de signos e o processo de midiatização, chamando atenção para o fato de que os homens seguem “praticando alguma *semiosis* não midiatizada”⁵ (Verón, 2012, p. 18). Ele compreende a midiatização como a exteriorização de processos cognitivos, tendo iniciado com a indústria da pedra e se consolidado na revolução neolítica. Esse movimento exógeno implica na materialização de processos cognitivos por meio de suportes materiais: a pedra, a escrita, a imprensa e a digitalização. Entretanto, para Verón (2012, p.18) mesmo sendo um processo muito longo, a midiatização tem agora “algumas características especiais” e configura-se por meio de dispositivos técnicos.

O conceito de dispositivo deve ser discutido para além da materialidade e do suporte pelo qual circulam discursos. Como problematiza Jairo Ferreira (2003), o conceito de dispositivo é geralmente reduzido a uma dessas instâncias: produção,

⁵ Grifo do autor.

tecnologia, discurso e recepção. Entretanto, o autor considera que no dispositivo ocorrem “microinterações que inexistem fora de um campo de significação e conhecimento, que o perpassam e o constituem em sua particularidade social” (FERREIRA, 2003, p. 109).

A partir da compreensão de que o dispositivo agrega dimensões discursivas, culturais, antropológicas, técnicas e tecnológicas, utiliza-se o termo tecno-simbólico para, ao mesmo tempo, sintetizar e designar a complexidade constitutiva do dispositivo. Considera-se que site, portal, blog, Facebook e Twitter, assim como as mídias tradicionais - jornal, televisão, rádio - são dispositivos tanto de natureza técnica quanto simbólica. Já a Internet é entendida como um grande ambiente que abrange e abarca esses múltiplos dispositivos digitais.

Maurice Mouillaud (2002) reflete sobre a especificidade do jornal impresso, dizendo que ele está envolto num dispositivo que é material e imaterial e que, por meio de organização singular, prepara e pré-dispõe o sentido. O dispositivo é uma matriz que orienta e codetermina os vínculos, comandando a ordem dos enunciados e a postura do próprio leitor. Para ele, “o dispositivo não é o suporte inerte do enunciado, mas um local onde o enunciado toma forma” (MOUILLAUD, 2002, p. 85).

É o dispositivo que organiza o contato que os leitores estabelecem com a oferta discursiva do jornal. Os dispositivos estão conectados uns aos outros, construindo uma cadeia de sentidos. Como conceitua Mouillaud (1997, p.32): “Os dispositivos são encaixados uns nos outros. O jornal pertence a rede de informação que começou a tecer-se entorno do nosso globo no século passado e que o envolve em um fluxo imaterial que está em perpétua modificação”.

Nesse sentido, compreende-se que tanto o modo de disposição dos elementos no jornal quanto a organização da arquitetura dos dispositivos digitais pode codeterminar os modos através dos quais deve-se e pode-se interpretar a oferta discursiva. Para Mouillaud (2002), o limite material é evidente, mas o simbólico é uma questão em aberto e essa simbiose faz com que a forma seja inseparável do texto.

Nota-se uma transformação na oferta discursiva dos jornais que antes ficava restrita à materialidade do papel e que agora desloca-se também para dispositivos digitais. No caso específico do campo jornalístico, nota-se que, por exemplo, algumas

práticas tradicionais, como o contato direto com o leitor, na rua, por meio de carta ou e-mail, são reorganizadas para dar conta de novas demandas geradas pelos leitores⁶.

É na nova ambiência proporcionada pela emergência de uma sociedade em vias de midiatização que novos processos de interação são travados entre os jornais e seus leitores, havendo tensões que transformam a prática jornalística e o seu funcionamento discursivo (FAUSTO NETO, 2006 e 2011). Há, portanto, novas práticas discursivas que desafiam a pesquisa em jornalismo a compreender os modos através dos quais se faz jornalismo hoje e como jornais, jornalistas e leitores permanecem em relação.

Em seus estudos, o autor tem chamado atenção para a protagonização do jornalista, a atorização do acontecimento e autorreferencialidade como estratégias desenvolvidas pelas mídias para chamar atenção para suas práticas e mostrar como são construídas versões sobre a realidade que é mostrada todos os dias. Para compreender como se organiza essa lógica do contato, discute-se o conceito de linguagem como interação.

Interação na e pela linguagem

Os jornais têm passado por transformações em sua prática discursiva para dar conta da concorrência com outras mídias e também para criar novos modos de consumo da notícia, permanecendo fiel a ele. Uma dessas estratégias é a enunciação de que a participação, o comentário e a sugestão de leitores devem ser feitas como forma de manutenção do vínculo entre eles para além da materialidade do papel.

Em função dessa nova oferta discursiva por parte do jornal, o aporte teórico utilizado para dar conta desse processo interacional entre jornal e leitor sustenta-se nos conceitos de midiatização, circulação e discurso. Parte-se do pressuposto de que a interação se efetua na e pela linguagem por meio de estratégias singulares construídas pelos sujeitos com intenções diversas.

O universo do sentido é complexo e a discussão em torno dele está registrada em obras produzidas por várias gerações de linguistas, semiólogos e comunicólogos.

⁶ BORELLI, V. e MORTARI, E. **Emergência de Novos Dispositivos de Contato Altera a Lógica Relacional entre Jornal e Leitor**. Anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Fortaleza, CE – 3 a 7/9/2012. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-1039-1.pdf> . Consulta em 5 set 2013.

Como afirma Verón (2004, p. 216), todo discurso desenha “um campo de efeitos de sentido e não um e único efeito”. Para ele, não há nada de causalidade no universo do sentido, pois as relações entre produção e reconhecimento são complexas. Nesse contexto, para a semiologia de terceira geração o funcionamento da enunciação é central e remete aos modos de dizer.

O autor concebe que as modalidades do dizer dão forma e constroem o dispositivo de enunciação que comporta: a imagem de quem fala que abrange a “relação daquele que fala ao que ele diz” (VERÓN, 2004, p. 217); a imagem daquele a quem o discurso é dirigido, o destinatário; e a “relação entre o enunciador e o destinatário, que é *proposta* no e pelo discurso” (VERÓN, 2004, p. 218). Em análise sobre a mídia impressa, o autor denomina o dispositivo de enunciação como o contrato de leitura, pois é através dele que firmam-se e concretizam-se os vínculos.

Compreende-se que o contato entre jornal e leitor só se concretiza através de processos de enunciação. Pinto (2002) também conceitua o dispositivo de enunciação a partir da ideia de que ele explicita distintos “*posicionamentos ideológicos ou posições enunciativas* ou ainda os *lugares de fala* – ou seja, as diferentes maneiras de construir a representação de uma determinada prática social”⁷. As posições enunciativas e os lugares de fala assumidas pelos jornais se revelam por meio de diferentes estratégias discursivas.

Segundo o autor, a interação interpela e estabelece “relações de poder com o receptor, na tentativa de cooptá-lo e de agir sobre ele ou sobre o mundo por seu intermédio” (PINTO, 2002, p. 66-67). A partir do pensamento do autor, a interação busca estabelecer relações de poder e influências sobre o outro, em que o enunciador possui intenções claras e interesses sobre o destinatário.

O autor define que nos comunicarmos, a linguagem é utilizada com três funções: de mostração, em que se constrói o “referente ou universo de discurso ou mundo do qual seu texto fala”; de interação, com objetivo de estabelecer “vínculos socioculturais necessários para dirigir-se ao seu interlocutor”; e de sedução, com intuito de “distribuir os afetos positivos e negativos cuja hegemonia reconhece e/ou quer ver reconhecida” (PINTO, 2002, p. 65). No caso específico aqui abordado, cabe observar em que medida

⁷ Grifo do autor.

o jornal assume um posicionamento de fala, construindo seus referentes, por meio de que estratégias, como estabelece vínculos e com que intenções.

Adriano Duarte Rodrigues (2001) debruça-se sobre o conceito de conversa, compreendendo-o de uma forma mais ampla e que abrange todas as práticas interativas do discurso. O autor a define como “a maneira mais habitual e espontânea de estabelecer, manter e restabelecer vínculos com nossos semelhantes, de fundar relações sociais” (RODRIGUES, 2001 p. 175). Para ele, a conversa seria um meio de se constituir vínculos sociais e de produção da sociabilidade. Por esses motivos a análise conversacional deve ter um lugar importante na abordagem da prática discursiva.

O autor cita Marcel Mauss que observou a prática do potlatch entre índios da costa oeste dos EUA e que consiste no fato de que quem recebe um presente deve aceitá-lo e fica obrigado a retribuir noutra ocasião. Essa prática denota: o “duplo estatuto de destinador e de destinatário de que cada um dos parceiros da troca é detentor” (RODRIGUES, 2001, p. 177), o fato de que há uma transitividade gerada pela circulação dos bens e interação entre os que participam da troca.

Fazem-se presentes na prática discursiva os princípios da troca: dar, receber e contribuir, além da lógica ambivalente entre a obrigação e a liberdade de calar. Rodrigues (2001, p.178) considera que a conversa representa circulação entre pares que devem “encadear enunciados que vão num determinado sentido mutuamente aceite de maneira implícita pelos interlocutores”. Dessa maneira, não é socialmente aceito a fala solitária, pois há uma obrigação da troca da palavra.

O conceito de quadro da interação conversacional é interessante para se pensar nos momentos de trocas entre jornal e leitor, pois esses quadros “não são compartimentos estanques: imbricam-se ou encaixam-se uns nos outros, num processo indefinidamente aberto” (RODRIGUES, 2001, p. 192). Os quadros estão delimitados por fronteiras que podem fechar o espaço interlocutivo e, ao mesmo tempo, podem abrir outros espaços.

Essa ideia é interessante para pensar nos dispositivos digitais ofertados pelos jornais para criar vínculos com seus leitores. Os portais disponibilizam links para o Facebook e Twitter, encaixando-se em outros e gerando outros quadros de sentido. A partir do momento em que uma página do Facebook é ‘curtida’, o leitor torna-se um

seguidor e estabelece laços com seu jornal, possibilitando também que seus amigos façam a mesma coisa.

O quadro de uma interação conversacional também abrange aspectos físicos do lugar e do tempo em que a conversa ocorre, havendo delimitações por parte de “fronteiras institucionais que definem a identidade e as funções relativas dos interlocutores” (RODRIGUES, 2001, p. 194). No caso aqui abordado, há estatutos distintos: o espaço institucional do jornal e aquele ocupado pelo leitor e ambos podem intervir e determinar o sentido da conversa.

Nesse contexto, a situação de interação impõe certos regramentos e possui várias circunstâncias. Como ressalta Nascimento (2008, p. 22), ela pode variar de “acordo com a relação mantida entre os envolvidos, que podem intercambiar os papéis de destinador e destinatário, como se dá nos diálogos, ou, numa atitude oposta, se manter cada um em uma posição”. O status da relação entre jornal e leitor pode, portanto, alterar-se na medida em que cada um pode assumir posições de falas cambiantes e que podem variar de acordo com a situação da interação, o tema reportado, o contexto sócio-histórico entre outros aspectos.

A dialogia é a essência e a base das formulações de Mikhail Bakhtin que considera o diálogo a forma mais importante da interação verbal. Para ele, toda palavra possui duas faces. “Ela é determinada tanto pelo fato de que procede *de* alguém, como pelo fato de que se dirige *para* alguém. Ela constitui justamente *o produto da interação do locutor e do ouvinte*. Toda palavra serve de expressão a *um* em relação ao *outro*” (Bakhtin, 2006, p. 115). Dessa forma, por meio da palavra é que nos definimos em relação ao outro e o autor a compara uma ponte alçada entre eu e o outro. Dessa forma, a interação entre jornal e leitor se concretiza por meio do que é dito.

Por fim, não há como falar em interação sem mencionar os estudos da Escola de Palo Alto e sua máxima da impossibilidade da comunicação. WATZLAWICK, BEAVIN e JACKSON (1967, p.45) afirmam que todo comportamento interacional possui valor de comunicação e “por muito que o indivíduo se esforce, é-lhe impossível não comunicar. Atividade ou inatividade, palavras ou silêncio, tudo possui um valor de mensagem”. Em relação aos estudos realizados por Gregory Bateson acerca da interação e a teoria do duplo vínculo, os autores destacam que no paradigma simetria –

complementaridade as posições dos indivíduos variam a partir de uma infinidade de valores que se manifestam “unicamente em relação de reciprocidade” (P.65).

A ideia de reciprocidade e da impossibilidade de não comunicar ajudam a pensar como os jornais constroem seus vínculos com os leitores. Na sequência, descrevem-se esses processos a partir da observação preliminar de que ao mesmo tempo em que jornais enunciam que acolhem as opiniões e precisam da participação dos leitores, essa relação ocorre sob determinados regramentos.

As estratégias dos jornais

A opção por pesquisar jornais do interior deve-se ao fato de que busca-se verificar como eles enfrentam o processo de convergência, a segmentação editorial e em que medida desenvolvem estratégias próprias ou se seguem a tendência de grandes jornais. A seleção dos jornais Diário de Santa Maria (DSM), Gazeta do Sul (GS), A Plateia (AP), O Nacional (NA) e A Razão (AR) deve-se às diferentes épocas em que foram criados, aos modos através dos quais cada um deles busca contatar o seu leitor, pela circulação que tem nas regiões que abrangem e pelo acesso aos dados. Os três últimos foram criados antes dos anos 40 do século passado e são quase centenários⁸.

O jornal mais novo é o Diário de Santa Maria que pertence à família Sirotsky do Grupo RBS (Rede Brasil Sul) e foi criado em 2002. Ele abrange a região centro-oeste do RS e em junho de 2012, para comemorar dez anos de criação, mudou seu projeto gráfico e ampliou sua inserção nas mídias digitais. A Gazeta do Sul foi criada a partir de um movimento de empresários de Santa Cruz do Sul em 1945 e desde então circula nos Vales do Rio do Pardo e Taquari, região de produção de fumo e de colonização alemã. A Plateia de Sant’Ana do Livramento foi criado em 1937 e há quatro anos foi adquirido, juntamente com o Jornal da Semana, pela JK Empresa Jornalística. A publicação possui versão em espanhol pela localização fronteiriça com o Uruguai. Criado em 1925, na região do Planalto, O Nacional pertence à MC-Rede Passo Fundo de Jornalismo Ltda de

⁸ As informações foram coletadas em Diário de Santa Maria. Disponível em: <http://www.diariosm.com.br>. Acesso em 21 de junho de 2012. Gazeta do Sul. Disponível em: <http://www.gaz.com.br/gazetadosul/conteudo/99-institucional.html>. Acesso em 21 de junho de 2012. A Plateia. Disponível em: <HTTP://www.jornalplateia.com>. Acesso em 16 de junho de 2012. O Nacional. Disponível em: <http://www.onacional.com.br/empresa/1er/2>. Acesso em 16 de junho de 2012. A Razão. Disponível em: <http://www.arazao.com.br/sobre/>. Acesso em 16 de junho de 2012. Para a análise, utiliza-se os nomes abreviados.

propriedade da família Múcio de Castro. A região é polo de produção de grãos e tem representatividade no setor industrial do RS. Fundado em 1934 pelo jornalista Clarimundo Flores, A Razão pertenceu aos Diários e Emissoras Associados, de propriedade de Assis Chateaubriand. Na década de 80 foi adquirido pela empresa jornalística De Grandi Ltda.

Para observação dos modos através dos quais jornal e leitor conversam, analisa-se, de certa forma, o contrato de leitura, pois é ele que “cria o vínculo entre o suporte e seu leitor” (VERÓN, 2004, p. 219). O modo como o jornal busca a interação com o leitor se concretiza por meio de contratos. A semiologia dos discursos sociais (PINTO, 2002 e VERÓN, 2004) dá as bases para se observar o contexto e os modos de interação, compreendendo que eles se realizam por meio de enunciações e que tomam forma pela ação dos dispositivos midiáticos.

A partir de análise das postagens dos jornais no portal e Facebook na semana de 2 a 7 de setembro, pode-se observar como cada jornal regula o contato e interage com seu leitor. Para melhor sistematização dos dados, vão ser analisados como o jornal regula o contato com leitor e que estratégias desenvolve para interagir.

A regulação do contato e a busca pela interação

O **Nacional** não permite que os leitores comentem as matérias publicas no portal, mas no Facebook, é possível comentar todas as publicações da página, inclusive no mural, além de postar fotos. Na fanpage não são publicadas todas as matérias que estão no portal, mas tudo o que é ali postado possui links que direcionam o leitor ao portal do jornal. No portal, todas as matérias podem ser curtidas ou compartilhadas na linha do tempo. No meio da página inicial e também ao final das matérias há banners que dizem “Curta O Nacional no Facebook” e “#siga no Twitter redação_on”.

O Jornal publica mais matérias no portal que na fanpage: 226 postagens contra 50. Poucas pessoas interagem com o jornal através de comentários no Facebook. As postagens mais comentadas foram de matéria sobre apreensão de carnes e devido ao desfile de 7 de setembro. Pode-se perceber, também, que um número significativo de pessoas acessa o portal do jornal e “curte” as matérias diretamente ali. No entanto, ainda que a página seja “curtida” por mais de 8400 pessoas, muito poucas “curtem” as postagens do jornal, e menos pessoas ainda as comentam. Nenhum comentário foi respondido pelo jornal.

O portal de **A Plateia** permite comentários ao final de todas as matérias, mas somente para leitores cadastrados. Para fazer o cadastro, há as seguintes regras: “Os comentários são moderados. Para serem aceitos o cadastro do usuário deve estar completo. Não serão publicados textos ofensivos. A empresa jornalística não se responsabiliza pelas manifestações dos internautas”. Ao final de cada matéria, há uma lista de links em que o leitor pode escolher como compartilhar a notícia: Facebook, Twitter, Orkut, LinkedIn, enviar via Gmail ou *E-mail program* ou imprimir. Na página do jornal A Plateia, as “curtidas” e comentários são frequentes. Quase todas as postagens são comentadas, desde um simples “bom dia” pela manhã a pequenos desentendimentos entre os comentadores de alguma matéria polêmica. As pessoas que acompanham a página do jornal aparentemente se sentem confortáveis ao interagir nas matérias, ao revelar opiniões constantemente.

No Facebook, o jornal delimita a quem constrói seu contrato no Facebook: “Fan Page para os assinantes, leitores e simpatizantes do Jornal **A Plateia**”. Também é possível comentar todas as postagens, inclusive no mural, bem como postar fotos. Todas as matérias contêm links que direcionam o leitor ao site do jornal. Na semana foram 47 postagens no facebook e a matéria mais comentada tematiza que profissionais do Mais Médicos já estão em atuação na cidade, com 15 comentários. Nenhum comentário foi respondido pelo jornal.

Na página inicial do Portal da **Gazeta do Sul** aparece a recepção “Bem-vindo visitante” e as opções “login” ou “cadastre-se”. Também o leitor é convidado a assinar o jornal ao clicar em “clique aqui e assine a Gazeta do Sul”. Ao final da página aparece um link dizendo “acesso restrito” em que ao clicar, aparece o local de preenchimento com o nome do usuário e a senha. A forma de cadastramento ocorre por meio da realização do “passaporte gaz”, através do qual o leitor pode acessar de forma gratuita a conteúdos e serviços exclusivos do jornal. É preciso preencher vários espaços como: email, senha, CEP, endereço, grau de instrução, renda mensal, profissão e ainda responder se deseja receber as novidades do portal gaz no próprio email. Existe ainda, uma política de “privacidade do jornal” e o “aviso legal”, ambos incluídos na barra de itens no início da página.

Não há nenhum espaço dedicado ao leitor, há pouca interação. Para usufruir de maiores serviços, é necessário realizar o cadastro ou assinar o jornal, para ter acesso a

materiais exclusivos como mostra no convite aos assinantes. O jornal deixa claro com um aviso de que só serão aceitos os comentários que contribuam com alguma informação para a notícia. Isso ocorre em todas as editorias. O portal da **Gazeta** convida o leitor a seguir o jornal também no facebook e no twitter. Teve 15 números de postagens na semana analisada, mas não teve postagens comentadas.

No Facebook da **Gazeta**, os leitores podem interagir com o jornal ao final das matérias com comentários, porém, desde que respeitem a regra de comentários que afirma: “Informamos aos usuários desta página que, eventualmente, os comentários efetuados nas postagens poderão ser reproduzidos na versão impressa da Gazeta do Sul. Desta forma, ao publicar sua opinião sobre determinado assunto, você automaticamente autoriza a empresa a usar seu depoimento, caso necessário.”. Na semana analisada, foram 10 postagens e a mais comentada foi matéria do dia 7 de setembro sobre o caos da RSC – 287 em dois meses.

No portal do jornal A Razão, antes de uma possível interação, há o seguinte aviso: “Os comentários abaixo não representam a opinião do jornal A Razão; a responsabilidade é do autor da mensagem”. Após o preenchimento de dados como nome, email e website, recebe-se um segundo aviso: “*seu comentário aguarda moderação*”. As possibilidades de interação através do twitter e facebook se encontram no início e no fim da matéria.

Já o espaço para comentário se encontra logo abaixo da matéria. Para comentar, é preciso deixar o nome, email e, se quiser, um website. Após preencher os dados, fazer o comentário e enviar, recebe-se um aviso comunicando que o comentário seguirá para a moderação aprovar ou não. Portal: Teve 52 postagens na semana analisada, mas nenhuma teve comentários.

Já na fanpage, os comentários nas postagens e as publicações na página estão abertos, sem que haja a necessidade de seguir nenhum protocolo. Teve 32 postagens na semana analisada e a matéria mais comentada foi sobre um atropelamento numa das principais avenidas da cidade que deixou uma mulher ferida, com 5 comentários.

A intenção no jornal é que os leitores leiam as matérias no portal e não na fanpage. Não há matérias inteiras na fanpage. Para ler todo o conteúdo, o leitor acessa o link compartilhado no perfil e é direcionado ao portal do jornal.

Para comentar as matérias postadas no portal do Diário, é necessário realizar um cadastro e após é disparado um e-mail de ativação para o usuário, com um link que, ao clicar, o usuário é informado que “cadastro ativado com sucesso”. Para se cadastrar é necessário concordar com um termo de uso do grupo RBS, em que são colocadas regras e procedimentos para a publicação, bem como responsabilização do usuário, direito intelectual, autorização para uso dos conteúdos ali postados pelo leitor, edição e mesmo exclusão de algum conteúdo. No termo, está explícito que: “Ao transmitir Conteúdos ao Portal, Você expressamente concorda, sem reservas ou ressalvas, com todas as disposições contidas neste Termo, bem como com eventuais condições regulatórias especificamente dispostas em seções próprias deste Portal”.

Existe um outro protocolo de conduta intitulado “Termos e condições para publicação de comentários de leitores”, em que são explicados os tipos de comentários expressamente vetados, que as opiniões ali colocadas não representam a da RBS, que o grupo não se responsabiliza “por qualquer dano advindo dos comentários publicados” e que a RBS reserva-se o direito de “despublicar os comentários que não atendam aos padrões sociais, culturais e éticos que regem a matéria”.

Todas matérias estão abertas para comentários e o portal tem direcionamento para o Twitter, Facebook e foursquare . Nenhum comentário é respondido pelo jornal. Na semana analisada, teve 465 postagens, sendo que Dia 05 de Setembro teve 74 postagens.

No Facebook, todas as matérias postadas no Face estão abertas para comentários. Na semana analisada, houve 62 postagens e houve 20 comentários sobre o trânsito na volta às aulas na UFSM. O DSM direciona o leitor para o portal

A capa da versão impressa é colocada na Fan Page com enunciados do tipo: “Já leu seu Diário de Santa Maria hoje?” (2/9/13); “Bom dia! Terça amanhece chuvosa em Santa Maria” (3/9/13); “Bom dia. Boa quarta-feira (4/9/13).

Nota-se que o DSM não responde aos leitores, mas há uma interação entre os leitores, por meio da opção resposta nos comentários. Em uma matéria sobre uma desocupação de área, houve respostas entre os leitores. Como o tema gerou vários comentários entre leitores, o jornal buscou direcioná-los para uma enquete no portal. Nesse caso, o DSM busca redirecionar seu leitor para dentro do lócus institucional na tentativa de captura-lo e de tira-lo da rede social.

Da mesma forma, que o DSM, **Pioneiro** exige um cadastro no portal para acesso. No preenchimento do cadastro aparece “indique a um amigo”, e o jornal convida o leitor a conhecer o Pioneiro, apresentando links como: colunistas, cadernos, informações importantes e benefícios. Aparece o aviso de que todos os campos são de preenchimento obrigatório: nome, sobrenome, país, email, estado, cidade e o espaço da mensagem. Abaixo aparecem dois termos de protocolos que devem ser clicados para serem confirmados: “Eu aceito os termos e condições de Zero Hora” e “Quero receber confirmação quando meu comentário estiver no ar”.

Também há como participar de enquetes e postar mensagens no mural. Para isso, o leitor clica em mural e enviar mensagem. Podem ainda seguir o jornal através do Facebook e também no Twitter.

Já para efetuar os comentários nas matérias das editorias, é obrigatório o cadastramento que exige o preenchimento de espaços como: nome, senha, usuário, email e os termos “Quero ser informado sobre promoções e ofertas do Grupo RBS”; “Quero ser informado sobre promoções e ofertas de parceiros Grupo RBS”; “Aceito os termos e condições do Grupo RBS” que devem ser assinalados.

A interação permitida pelo jornal acontece do portal para as demais mídias digitais, as redes sociais em que ele também se faz presente e o local onde há maior interação do leitor com o jornal, a exemplo do Facebook e do Twitter. No final da página do portal o Jornal convida o leitor a seguir ele no Twitter. Quanto ao conteúdo, ele está, em partes, vinculado ao material disponibilizado nas redes sociais, porém, nem sempre coincidem as mesmas notícias postadas no portal e no Facebook.

No canto superior direito da página do Portal, o Jornal convida o leitor a ler a edição impressa, com a frase “leia na edição impressa colunas mirante e intervalos”. Ao clicar nela aparece a frase: “Aqui você tem acesso livre ao conteúdo das edições impressas do Pioneiro organizado em um índice página a página” e abaixo aparecem todas as editorias e cadernos que o leitor pode visitar. Não há matérias comentadas no site na semana por leitores.

No Facebook, os leitores podem participar da página através de comentários, clicando em “comentar” ao final de cada matéria postada. Eles podem ainda publicar comentários e fotos sobre o jornal e outros assuntos na página do facebook. Em todas as matérias há a possibilidade de se fazer comentários. No facebook são postadas matérias

mais polêmicas e de maior destaque do dia, com o propósito de ter mais comentários, curtidas e seguidores. Também são matérias que remetem a outros dispositivos do jornal, como o portal e outros. Números de postagens na semana: 37 e a notícia mais comentada possui 77 comentários e se refere a morte de uma criança na cidade e no facebook é postado apenas o link que remete ao site.

Considerações finais

Ao mesmo tempo em que o jornal enuncia que a participação dos leitores é fundamental, ele regula esse contato a partir de distintos modos: moderação, cadastro obrigatório, termo e condições para publicação de opiniões, possibilidade de edição de texto e que o publicado não representa a opinião do jornal.

Observou-se também que os jornais não respondem comentários de seus leitores, ou seja, a interação parece ser um jogo simétrico, de mão única. O jornal incentiva a participação, mas não segue a conversação com seu leitor no momento em que ele o contata. Ou seja, a interação ocorre na e pela linguagem e se expressa também por silenciamentos.

Outro fator observado é que os leitores estabelecem entre si amplas conversações, à deriva da orquestração do dispositivo midiático. O lócus institucional e referencial do jornal serve de ambiente para a concretização das opiniões e pontos de vista dos leitores. O jornal carrega um simbólica que possui importância na vida das pessoas, mas ele fica a margem de conversações que se desenrolam para além da enunciação jornalística.

Observam-se movimentos distintos: ao mesmo tempo em que os jornais migram para o Facebook, acompanhando seus leitores e a tendência de convergência no contexto da midiatização; eles buscam incentivar o leitor a ler a matéria no portal institucional, o forçando a ter como referência o lócus institucional. Porém, alguns jornais desabilitaram nos últimos meses as opções para comentários em seu site, deixando aberto apenas o espaço do Facebook.

Referências Bibliográficas

- BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. São Paulo: Hucitec, 2006.
BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais**. In: MATTOS, Maria Angela; JANOTTI JUNIOR, Janetti e JACKS, Nilda (orgs.). *Mediações e midiatização*, Compós, 2012.

FAUSTO NETO, Antonio. **Mutações nos discursos jornalísticos:** ‘da construção da realidade’ a ‘realidade da construção’. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom, 2006a. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1804-1.pdf> . Acesso em 25 de julho de 2009.

_____. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Revista Matrizes**. São Paulo: ECA/USP, Volume 1, nº 2, 2008, pp. 89-105. Disponível em: http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf. Acesso em: 11/06/2013.

_____. **Transformações nos discursos jornalísticos:** a atorização dos acontecimentos. In: SBPjor. Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2011. Disponível em: http://sbpjour.kamotini.kinghost.net/sbpjour/admjour/arquivos/9encontro/CC_01.pdf . Acesso em 5 set 2013.
MATA, María Cristina. De la cultura masiva a la cultura mediática. In: **Diálogos de la comunicación**. Lima: FELAFACS, p. 80-91, 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **A partitura invisível:** para uma abordagem interactiva da linguagem. Lisboa: Edições Colibri, 2001.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do Espelho:** Uma teoria da comunicação linear e em rede. Petrópolis/RJ: Vozes, 2002.

PINTO, Milton José. **Comunicação e discurso:** introdução à análise de discursos. São Paulo: Hacker Editores, 2002.

VERÓN, Eliseo. **A Produção do Sentido**, Cultrix, São Paulo, 1980.

_____. **Midiatização, novos regimes de significação, novas práticas analíticas?** In: **Mídia, Discurso e Sentido**. FERREIRA, M. F.; SAMPAIO, A. O.; FAUSTO NETO, A.(orgs). Salvador: EDUFBA, 2012.

_____. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet Helmick e JACKSON, Don D.. **Pragmática da comunicação humana**. São Paulo: Cultrix. Original by W. W. Norton & Company, Inc, 1967.