



Muito além de um Leitor-Modelo: Uma análise exploratória dos Leitores dos Jornais do Interior Gaúcho no Facebook¹

Cibele ZARDO²

Barbara Della Mía PESAMOSCA³

Laura Moura de QUADROS⁴

Luan Moraes ROMERO⁵

Francieli Jordão FANTONI⁶

Viviane BORELLI⁷

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

RESUMO

A midiatização da prática jornalística e a inserção dos jornais no ambiente digital modificaram a rotina produtiva e a construção do contrato de leitura com os leitores. A relação entre jornalistas e público passa a ser mais intensa, mas ainda pouco interativa. Neste sentido, o presente artigo busca-se analisar de forma exploratória como os leitores dos jornais do interior gaúcho A Gazeta do Sul, Pioneiro, A Razão, A Plateia, O Nacional e Diário Popular, interagem no Facebook. O período de observação foi de setembro de 2013 a janeiro de 2014, através de observação sistemática do material e análise. Apesar da existência de diversos dispositivos interacionais, os jornalistas não correspondem às expectativas e demandas por informação e conteúdo dos leitores.

PALAVRAS-CHAVE:

Leitor; Jornal; Midiatização; Redes Sociais; Contrato de Leitura.

INTRODUÇÃO:

O atual contexto em que as práticas jornalísticas se encontram é marcado por mudanças na rotina jornalística, tanto na produção da informação quanto na oferta de conteúdos. Observam-se novas formas de interação com o público leitor, devido a fenômenos como a midiatização e a convergência midiática, decorrentes de um processo cultural, social além de fatores econômicos e mercadológicos. Nota-se a preocupação de envolver o leitor e, conseqüentemente, levá-lo a acompanhar o jornal em diferentes plataformas, como o meio impresso, via portal na internet, ou mais recentemente nas redes sociais.

Nesse sentido, o artigo, que integra o projeto “Produção e circulação da notícia: as interações entre jornais e leitores”⁸, tem como objetivo mostrar os resultados da análise feita de setembro de 2013 a janeiro de 2014 em seis jornais do interior do Rio Grande do Sul:

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 8 a 10 de maio de 2014.

² Estudante de graduação 5º semestre do curso de Jornalismo na UFSM, email: c.c.zardo@gmail.com

³ Estudante de graduação 5º semestre do curso de Jornalismo na UFSM, email: barbarapesamosca@hotmail.com

⁴ Estudante de graduação 5º semestre do curso de Jornalismo na UFSM, email: mouqua@gmail.com

⁵ Estudante de graduação 1º semestre do curso de Jornalismo na UFSM, email: luan_155@hotmail.com

⁶ Co-orientadora e mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da UFSM e acadêmica do curso de Produção Editorial da UFSM. E-mail: frannjf@gmail.com. Bolsista Capes/Fapergs 2013/2015.

⁷ Orientadora e Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos, RS. Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). E-mail: borelliviviane@gmail.com.

⁸ A pesquisa é realizada com apoio financeiro do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico, por meio da Chamada 43/2013 - Ciências Humanas, Sociais e Sociais Aplicadas, coordenação de Viviane Borelli.



Pioneiro (Caxias do Sul - RS), A Gazeta do Sul (Santa Cruz do Sul – RS), o Diário Popular (Pelotas-RS), A Razão (Santa Maria – RS), A Plateia (Santana do Livramento – RS) e O Nacional (Passo Fundo – RS). O foco principal da análise recai sobre o leitor e os modos de interação entre ele e os jornais por meio do Facebook.

A partir de observação sistemática no Facebook das empresas jornalísticas do interior do Rio Grande do Sul, orientada por um roteiro prévio de observação, pretende-se entender como os leitores se mostram no Facebook, de que forma o jornal reage a esta participação e quais os dispositivos existentes para o contato entre leitor-jornal.

Um desafio para as pesquisas nesse contexto de convergência é justamente seu alcance e atualidade, visto que as relações entre jornal e leitor são perpassadas por mutações constantes. É difícil fazer um mapeamento do perfil dos leitores, mas é possível estabelecer, em caráter exploratório, tipologias para os comentários, o que será ampliado em fase posterior da pesquisa. Esse estudo é também exploratório no sentido de buscarmos metodologias adequadas para pesquisa na web e ainda é visto como um mapeamento inicial para podermos aprofundar os modos através dos quais os leitores contatam seus jornais, o que comentam, como comentam e ainda, nessa rede discursiva, como os jornais respondem a eles.

Inicia-se a investigação, discutindo-se o conceito de midiaticização, convergência e dispositivo, que nortearão o olhar sobre os jornais selecionados. Tais conceitos servirão de base para observar os exemplos extraídos das páginas do Facebook. Assim, procura-se perceber como a midiaticização afeta a prática jornalística e a rotina produtiva dos jornais, para posteriormente entender de que forma os leitores interagem e se mostram no Facebook das empresas jornalísticas.

2. O Reflexo da Midiaticização na Redação dos Jornais:

O fenômeno da midiaticização, conceito ainda em processo de construção, se apresenta por diferentes vieses. Para Braga (2012), o que se passa é um processo interacional de referência, em que muitos dispositivos de interação, juntamente com uma circulação simbólica intensa, provocam constante mudança nos circuitos midiáticos. Já para Sodré (2002, p. 28) a midiaticização é um novo modo de ser no mundo, um “bios midiático”, em que a interação comunicacional se dá por meio de dispositivos midiáticos.

Neste sentido, o campo jornalístico tem passado por adaptações em função do fenômeno da midiaticização, acarretando formas distintas de produzir, divulgar e entrar em contato com os leitores. Esse quadro faz parte da construção diária de um jornal, que precisa adotar outros dispositivos de interação, facilitar o acesso à informação e propiciar, sobretudo,



maior participação ao público.

Nesse contexto, pode-se afirmar que “[...] o processo intenso e crescente da midiática sobre a sociedade e suas práticas sociais, afeta de modo peculiar a cultura jornalística, seu ambiente produtivo, suas rotinas e a própria identidade dos seus atores.” (FAUSTO NETO, 2009, p.19). Logo, a midiática leva em conta o processo crescente de autonomia do campo midiático, que se manifesta na singularização das estratégias dos jornais e de seus atores, os jornalistas.

A tecnologia associada à midiática propiciou uma busca mais ágil por informações e facilitou o contato com as fontes de notícias. Além disso, fomenta novas exigências para o perfil profissional da área, uma vez que é preciso dominar novas plataformas midiáticas e se atualizar constantemente sobre os aparatos tecnológicos. Os jornalistas não necessitam mais dividir um espaço físico para produzir as notícias, uma vez que com novos dispositivos e avanços da tecnologia é possível presenciar um fato, estar no local do acontecimento e enviar as notícias para a redação, como comenta Franciscato (2005).

Percebe-se que os jornais estão se adaptando às transformações geradas pela midiática utilizando novas ferramentas de interação, como as redes sociais, os blogs, os infográficos. Neste sentido, o conceito de convergência, que não é apenas o fluxo de conteúdo entre diversas plataformas, mas também, o fluxo do público entre as diversas mídias e suportes “[...] representa uma transformação cultural à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (JENKINS, 2009, p. 30). Este fenômeno pode ser visto no ambiente redacional dos jornais, que migraram parcialmente do meio impresso ao online, atraindo também os leitores a consumir o produto em diferentes plataformas.

Nos jornais analisados, verifica-se a presença da convergência midiática através da ênfase nos convites oferecidos ao visitante no portal ou site oficial para seguir o jornal nos seus outros dispositivos midiáticos. No jornal A Gazeta do Sul, por exemplo, ao final da página do portal há um quadro que diz “encontre-nos no Facebook”, e o mesmo acontece no portal do Pioneiro que convida o leitor a segui-lo no Twitter. O leitor é levado a trilhar um percurso que tem como objetivo a sua participação e interação com o dispositivo em todos os meios em que o jornal se faz presente.

O conceito de dispositivo se faz importante para o entendimento da constituição dos jornais. Maurice Mouillaud (2002) compreende que o dispositivo não é simplesmente uma entidade técnica alheia ao sentido; o dispositivo midiático funciona como uma preparação aos sentidos que, no caso do presente trabalho, os jornais proporcionarão ao leitor. É de

conhecimento dos jornalistas, editores e demais profissionais que atuam na construção das notícias que o modo como o jornal é apresentado ao leitor provoca-lhe uma reação, que pode ser negativa ou positiva. Nesse sentido, o “dispositivo não comanda apenas a ordem dos enunciados, mas a postura do leitor” (MOUILLAUD, 2002, p. 32).

Para a compreensão de um determinado discurso, segundo Otávio Klein (2007), é necessário que fique explícito o tipo de dispositivo que o envolve, bem como seus códigos de linguagem e seus contextos. O leitor aparenta ter noção das diferenças presentes entre os meios de comunicação e como pode interagir com eles, como, por exemplo, quando faz comentários nas páginas dos jornais em redes sociais, opina, critica ou elogia.

O dispositivo não pode ser analisado apenas como um suporte tecnológico, uma vez que abrange diversos conjuntos de relações de ordem técnica e simbólica. Para Borelli (2010, p. 6), “os processos midiáticos têm se configurado num modo específico de vida que regula e que produz um conjunto de simbólicas, instituindo novos conceitos e contratos discursivos entre os campos e os sujeitos”.

Após estas observações sobre o atravessamento do processo de midiatização na prática jornalística, inicia-se a discussão dos modos de interação do leitor com os jornais analisados.

3. O Leitor-Modelo do Jornalismo e o Leitor das Redes Sociais:

A partir do fenômeno da midiatização tornou-se muito mais fácil para o leitor entrar em contato com os jornais e jornalistas. A interação pode ocorrer principalmente através da internet, em que jornais se fazem presentes com portais próprios e páginas em redes sociais.

Para o jornal, o leitor deixou de ser a pessoa que simplesmente lê a notícia para conquistar uma posição de importância na própria constituição do veículo. Com tantos modos de se relacionar quase que diretamente com o jornal, os comentários, posições e opiniões do leitor passaram a ter poder de influência sobre os conteúdos veiculados e sua abordagem.

Na visão de Umberto Eco (1988) é através da interpretação que o leitor constitui parte do quadro gerativo do próprio texto. Em outras palavras, o papel do leitor estaria em operar no sentido de reconhecer as regras sintáticas e os termos no contexto da frase. Daí surge o princípio da ideia de “leitor-modelo” defendida pelo autor. Para ele, “a competência do destinatário não é necessariamente a do emissor” (ECO, 1988, p. 38). Para a criação do seu leitor-modelo, muitos textos o fazem por meio da escolha de um dado patrimônio lexical e estilístico, além da escolha de um tipo de enciclopédia, como algumas das estratégias utilizadas para isso.

Muitas vezes a competência do leitor-modelo não é prevista com suficiência, seja por



carência de análise histórica, semiótica, seja por preconceito cultural ou subavaliação das circunstâncias de destinação (ECO, 1988, p. 41). Esse quadro se confirma nas atitudes do leitor analisadas nos comentários do Facebook dos jornais. Os autores formulam uma hipótese de leitor-modelo, e para alcançá-lo, atuam com modos de operações textuais estratégicas, mas que nem sempre são recebidas ou interpretadas conforme o esperado.

Para haver interação é preciso cativar os usuários e, então, é necessário utilizar estratégias que garantam o envolvimento dos leitores a tal ponto que se estabeleça um contrato de leitura, conceito que pode ser compreendido como “operações pelas quais o jornal apresenta a fala ao leitor e através das quais busca construir suas interações. [...] o contrato visaria também situar o leitor num certo campo de interesses de questões e de expectativas de efeitos definidas por suas operações enunciativas” (FAUSTO NETO, 2007, p. 5).

A partir das estratégias discursivas, cria-se um vínculo entre o dispositivo e seu leitor. Para Eliseo Verón (2004, p. 218) o contrato de leitura é um “dispositivo de enunciação”, e é através dele que se percebe a especificidade de um suporte. Segundo o autor, o contrato é, sobretudo, um contrato enunciativo, que se cumpre não no plano do conteúdo, mas no plano das modalidades do dizer. Há sempre um “jogo de linguagem” presente no *corpus*, no texto, que constrói a cumplicidade entre o enunciador e o destinatário (VERÓN, 2004, p. 227). Existem, no entanto, formas enunciativas que conferem certo saber ao destinatário, e o leva a decidir características de um discurso como a transparência ou a opacidade do mesmo. Por opacidade entende-se quando determinado discurso atribui maior importância à enunciação - modos de dizer - com relação à ênfase dada sobre o enunciado, ou seja, texto que exhibe as “modalidades de dizer” mais do que diz (VERÓN, 2004, p. 233).

Por mais que os jornalistas ainda tenham em mente um leitor modelo, tanto no momento de elaboração de uma pauta, apuração e redação num contexto de lógicas empresariais, observa-se que, muitas vezes, o público-alvo não corresponde ao imaginado. Apesar de o profissional precisar saber para quem escreve, o leitor é um sujeito interativo, conectivo e principalmente heterogêneo e diversificado, o que dificulta o enquadramento em um único nicho específico de leitores.

Nota-se, que quando o leitor não fica satisfeito com o que é veiculado, ele critica, questiona e exige respostas, mudança de postura dos jornais, ameaçando até mesmo o contrato de leitura estabelecido, ao passar a ler outros jornais e a buscar novos meios para se informar. Para ilustrar tal perspectiva, apresenta-se um breve histórico dos jornais. Após, inicia-se o trabalho de campo.

O Pioneiro foi fundado em 1948, tem periodicidade diária e, desde 1993, pertence ao



grupo RBS. Conta com um site do jornal, o Portal do Pioneiro, além da versão impressa e das páginas em redes sociais como Facebook e Twitter. A Gazeta do Sul possui circulação diária, exceto nos finais de semana, com apenas uma edição para o sábado e o domingo. O periódico tem sede em Santa Cruz do Sul e conta com formato impresso, o site Portal Gaz e, ainda, uma página no Facebook. O Diário Popular, fundado em 1938, possui circulação diária, com uma única edição para o sábado e domingo. A sede fica na cidade de Pelotas, e o periódico dispõe, além da edição impressa, um site oficial, uma página no Facebook e um perfil no Twitter. A Razão conta com periodicidade diária e possui sede em Santa Maria, sendo o mais antigo em atividade na cidade. Foi fundado em 1934 e circula em 40 municípios do Rio Grande do Sul. Suas atividades no meio digital contam com o portal, a *fanpage* no Facebook e com um perfil no Twitter. A Plateia tem cerca de 75 anos e foi criado na cidade de Santana do Livramento. O veículo, de circulação diária, possui um portal próprio e uma *fanpage* no Facebook, e sua abrangência lhe confere destaque na região da fronteira oeste do Rio Grande do Sul, além de possuir leitores também em cidades do Uruguai. O Nacional foi fundado em 1925 na cidade de Passo Fundo e é o principal veículo impresso da região. Sua circulação é diária e possui uma página no Facebook e um perfil no Twitter, além de um portal de notícias.

Dito isso, parte-se para a análise dos jornais analisados e, para isso, utiliza-se fragmentos mais significativos deste período na análise que segue.

4.1 A Gazeta do Sul:

No Facebook, o jornal estabelece uma regra para comentários, e deixa claro que alguns depoimentos poderão ser utilizados na versão impressa. Com relação a isso, percebe-se aceitação e concordância por parte dos usuários. Nos comentários das reportagens analisadas na rede social e no portal observa-se que o leitor da Gazeta do Sul e do Portal Gaz expõe a própria opinião sobre os assuntos levantados e convida outros leitores para debater. Observa-se que os perfis desses leitores são de pessoas instruídas, com anseio de ler algo que irá influenciar suas vidas ou que seja de interesse público. Com relação ao perfil desses leitores não há como ter uma definição concreta, pois é bastante variado, são homens e mulheres entre 25 e 60 anos, de classe média.

Quando uma reportagem não é bem apurada ou a pauta escolhida não possui relevância na vida desses leitores, estes fazem uso da ironia para criticar o veículo, ou questionam de maneira provocativa. Além disso, nem o Portal Gaz no Facebook, nem o Portal da Gazeta do Sul respondem dúvidas e comentários dos leitores, não havendo, portanto, um *feedback*, e a interação ficando submetida apenas ao plano teórico (imagem 1). Abaixo

(imagem 1) mostra-se os comentários no Facebook da matéria: “Temperatura em Santa Cruz cai 8°C em 5 horas – Chuva no fim da tarde desta quarta-feira trouxe o alívio do calorão”.

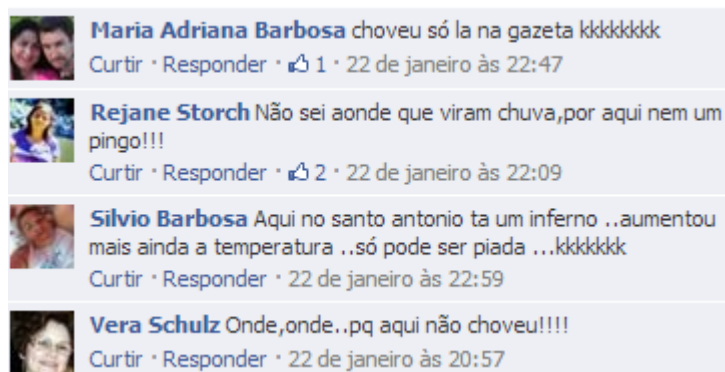


Imagem 1: Participação dos leitores no Facebook da Gazeta.

Observa-se assim, que quando o leitor não entende algo que está na reportagem ou questiona a veracidade da informação, normalmente não recebe resposta do veículo. A falta de precisão das matérias é um fator que deixa os leitores desapontados, levantando suspeita sobre a veracidade dos fatos publicados.

4.2 Pioneiro:

O leitor do Pioneiro com frequência não se mostra satisfeito nem com a escolha da pauta, nem com a forma de apuração dos profissionais do jornal. Informações erradas ou atrasadas, e ainda, notícias sem conteúdo e de relevância pública na vida daqueles que o leem. Vários comentários apontam a insatisfação através de críticas negativas, do uso da ironia, e da desilusão com o meio de comunicação referido. Os leitores do Pioneiro possuem o perfil semelhante aos do veículo anterior, pois há um público misto, de homens e mulheres, na faixa de 25 a 60 anos de idade, em sua maioria da classe média, ou média alta. Esses leitores demonstram não ter total credibilidade para com o jornal e são mais assíduos no tocante à manifestação contra o mau jornalismo realizado pelo veículo em várias ocasiões.

Na maioria dos comentários que fazem alusão ao nome do jornal, a abordagem é de forma negativa, e não foram identificados elogios de pautas ou de apurações. Ou seja, o leitor busca informações precisas, de utilidade pública e novidades que interfiram no seu dia a dia. O leitor não se interessa por matérias que somente têm o objetivo de preencher as páginas do jornal sem agregar conhecimento ou informação necessária. As reportagens consideradas “sem conteúdos” sofrem demasiada crítica. Abaixo (imagem 2) mostra-se os comentários no Facebook da matéria: “Praça Dante Alighieri, em Caxias do Sul, recebe mudas de flores”.



Imagem 2: Leitores do Pioneiro criticam a escolha de pauta do jornal

4.3 A Razão:

As possibilidades de interação ofertadas pelo jornal A Razão estão no site (enquetes e comentários) e na página do Facebook. Com isso, a *fanpage* do jornal possibilita que os usuários comentem, curtam as postagens e publiquem na página sem a necessidade de seguir um protocolo de interação, possibilitando, muitas vezes, que os comentários venham de não-leitores do jornal.

Observa-se que poucos comentários foram registrados durante o período, quando comparado aos demais jornais. Foram cerca de 30 postagens, sendo que a maioria não possuía comentários, somente curtidas. A postagem mais comentada possuía cinco comentários e 14 curtidas e tratava de um atropelamento em uma das principais avenidas de Santa Maria.

Nota-se que a maioria dos comentários são críticas e complemento de informação, além de explicações de sentimentos e indignação referente ao conteúdo das notícias publicadas.⁹ O jornal dificilmente comenta as publicações. Quando comenta, é para acrescentar informações ou corrigi-las, como na imagem a seguir (imagem 3).

⁹ Nas postagens atuais da página (de janeiro até março), os comentários são, em sua maioria, de natureza crítica e os leitores interagem entre si, concordando ou discordando uns dos outros.



Imagem 3: Jornal A Razão complementa a informação na postagem

O leitor comenta e interage com o jornal frequentemente, pois nota-se, de forma exploratória, que a maioria dos comentários é feita quase sempre pelas mesmas pessoas. A criticidade dos leitores de A Razão fica explícita nos comentários da página do Facebook. São críticas referentes ao modo como são dadas as notícias e também correções de erros cometidos pelo jornal. Há uma maior interação entre os próprios leitores nos comentários. O jornal tem ampliado gradualmente seu contato com os jornais por meio das redes sociais. Atualmente, o jornal faz saudações aos leitores e busca uma aproximação maior, o que ocasiona uma maior interação e, conseqüentemente, mais comentários na página.

4.4 A Plateia:

O jornal A Plateia possui um portal e uma página no Facebook. No período observado, pode-se perceber que “curtidas” e comentários nas publicações na *fanpage* são frequentes. Quase todas as postagens recebem comentários, desde um simples “bom dia” pela manhã a pequenos desentendimentos entre os comentadores de alguma matéria. As pessoas que acompanham a página do jornal aparentemente se sentem confortáveis ao interagir com as publicações, bem como revelar constantemente suas opiniões (imagem 4).



Imagem 4: Leitores interagem no Facebook do jornal A Plateia

A *fanpage* do jornal permite comentários de qualquer usuário do Facebook, tanto que todas as publicações são comentadas, não raro pelas mesmas pessoas que expressam suas opiniões. Entre os comentários realizados nas postagens do jornal, percebe-se a predominância de mulheres com mais de 40 anos residentes em Santana do Livramento ou cidades próximas. Houve poucos comentários de crítica ao próprio jornal ou ao conteúdo noticiado; também poucos elogios e pouca interação entre os leitores, que fazem comentários independentes.

O leitor de A Plateia não se preocupa tanto com a importância da notícia em âmbito geral nem com o modo de posicionamento do veículo. É um leitor que consome a notícia, porém não tem o costume de analisar e avaliar posições tomadas pelo jornal. Nas poucas vezes em que se dirige diretamente ao veículo nos comentários, não há resposta do jornal.

4.5 O Nacional:

O jornal O Nacional publica suas matérias em seu portal e na página do Facebook, e somente na *fanpage* é possível interagir através de comentários e publicações no mural. Os leitores que interagem na *fanpage* têm entre 30 e 60 anos, com equilíbrio no número de homens e mulheres, geralmente são moradores de Passo Fundo e procuram o jornal para manterem-se informados sobre assuntos de seu interesse – no caso, dos acontecimentos da cidade –, mas não têm o costume de utilizar esse espaço para solicitar ao veículo outros assuntos. Isso pode ser observado pelas poucas críticas feitas nos comentários, em que as

peças geralmente concordam com a matéria ou fazem comentários positivos. As críticas, quando ocorrem, não se referem ao modo como o veículo retrata algum fato, mas sim ao próprio fato que gera a indignação do leitor (imagem 5):



Imagem 5: crítica de leitor ao jornal O Nacional

Há mais comentários neutros ou elogiosos do que leitores que analisam a notícia veiculada. Ainda que as críticas sejam em menor número, o leitor de O Nacional tem maior cuidado com a seleção dos conteúdos noticiados em comparação aos leitores de A Plateia, por exemplo. Na imagem 5, o leitor não só critica a escrita do jornal como complementa informações. Não houve outras interações de leitores nem resposta do próprio jornal.

4.6 Diário Popular

O Diário Popular tem nas redes sociais uma página no Facebook e um perfil no Twitter, em que coloca as principais manchetes da capa do jornal impresso de maneira

resumida para seus leitores, juntamente com um link que o conduz para o site oficial do jornal, em que a matéria está completa, sendo possível perceber que essas postagens se estendem durante o dia. A gama de leitores que comentam na *fanpage* é diversificada. Há desde homens e mulheres com mais de 60 anos até leitores jovens entre 20 e 30 anos, mas com predominância de comentários feitos por homens.

Uma matéria bastante comentada tratava da falta de segurança em Pelotas tendo 17 compartilhamentos, 51 curtidas e 11 comentários. Em geral os leitores elogiam o trabalho do jornal (imagem 6) ou criticam suas pautas (imagem 7); recomendam notícias para outras pessoas (imagem 8) ou colocam em dúvida a imparcialidade da notícia (imagem 9). Percebe-se também que os leitores procuram nesses espaços de interação uma forma de expor suas opiniões e promover o debate, mesmo que o jornal não responda ou interaja quando é questionado (imagem10):



Imagem 6: Leitor do Diário Popular elogiando o trabalho do jornal



Imagem 7: Leitor do Diário Popular criticando a pauta do jornal



Imagem 8: Leitor do Diário Popular recomendando a notícia para outra pessoa



Imagem 9: Leitor do Diário Popular duvidando da imparcialidade da notícia



Imagem 10: Leitores do Diário Popular debatendo matéria sobre a violência em Pelotas.

A maior interação ocorre pela *fanpage* do jornal em que alguns leitores reforçam o que as matérias dizem e problematizam os assuntos propostos. E embora o jornal dê “Bom dia”, na primeira postagem do dia, ele não interage de fato com seus leitores.

Assim, observa-se que na relação entre os jornais A Gazeta do Sul, Diário Popular, A Razão, O Nacional, A Plateia e Pioneiro e seus leitores, há vários fatores que chamam a atenção para as modificações no fazer jornalístico. No entanto, mesmo que os jornais tenham



apontado para uma maior abertura no tocante à participação dos leitores em seus portais e nas redes sociais, ainda há pouca interação. Os jornais oferecem uma vasta gama de quadros participativos, permitem fazer comentários, disponibilizam em PDF suas versões impressas, porém, na maioria das vezes, não respondem por meio das redes sociais aos seus leitores. Ao permitirem os comentários, fica aberto um espaço que pode gerar dúvidas, questionamentos, críticas ou surpresa por parte dos usuários. No entanto, as dúvidas raramente são sanadas e os questionamentos permanecem sem respostas neste ambiente.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS:

O processo de midiaticização proporciona um novo tipo de protagonismo dos indivíduos que se apropriam dos conteúdos de informação e dos produtos jornalísticos disseminados pelos dispositivos. A facilidade de produção leva os leitores a não só se apropriarem dos conteúdos, como também a reproduzi-los e a disseminá-los na web. Os leitores não toleram erros de apuração, fazem críticas às pautas dos jornais e demandam respostas a questões muito específicas e que raramente têm resposta.

As possibilidades de interação nas redes sociais, de acordo com a análise, podem iniciar com os convites feitos aos leitores em dar sugestão ao jornal ou exprimir a própria opinião sobre dado assunto, pelos meios de leitura oferecidos, visando sua maior participação no fazer jornalístico. Isso acontece com o intuito de aproximar o jornal e seus leitores, além de facilitar o acesso às informações divulgadas instantaneamente, com o objetivo de reduzir o espaço e o tempo entre ambos.

A rotina produtiva jornalística muda neste contexto do processo de midiaticização, tal como a relação jornalista-leitor, em que o “leitor-modelo”, antes visto como um “ser imagético”, agora “ganha corpo” por meio de sua participação. Percebe-se que a imagem do “leitor-modelo” para os jornalistas dos periódicos estudados não coincide com a realidade dos leitores analisados. Os leitores demonstram não serem apenas consumidores receptores, mas sim, críticos e protagonistas em busca de algo que vai além da informação que lhes é ofertada. Se o jornal não der conta do que o leitor espera de “seu jornal”, o contrato de leitura pode ser quebrado ou reestruturado.

Salienta-se que os jornais ofertam dispositivos de participação diversos, mas os leitores são deixados para debaterem entre si o conteúdo da informação, já que nos jornais analisados observa-se a falta de interação do jornal com seus leitores. Assim, o contrato de leitura passa a ser frágil, podendo o leitor cortar a ligação que os une a qualquer momento.

Observa-se que apesar do jornal ter em mente um “leitor-modelo”, o conceito se



expande no momento que os jornais têm as redes sociais como principais dispositivos de contato com seus públicos. Os portais dos jornais estudados passam a ser um dispositivo secundário com a inserção das empresas no Facebook, que adquiriu um status de “portal institucional”. Com essa mudança de plataforma, o jornal precisa também se adequar e saber lidar com esses distintos leitores nesta ambiência.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

- BORELLI, Viviane. **Midiatização, dispositivo e os novos contratos de leitura geram uma outra religião.** Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. 2010. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/borelli-viviane.pdf>> Acesso em: 25/03/2014.
- BRAGA, José Luiz. **Circuitos versus campos sociais.** In: livro COMPÓS, mediações e midiatização, 2012.
- ECO, Umberto. **Lector in fabula.** São Paulo: Perspectiva, 1988.
- FAUSTO NETO, Antônio. **Contratos de leitura: entre regulações e deslocamentos.** Intercom, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1528-2.pdf> . Acesso em 25/03/2014.
- _____. **Jornalismo: sensibilidade e complexidade.** Revista Galáxia, São Paulo, n. 18, p.17-30, dez. 2009.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais.** São Cristóvão: Editora UFS, Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.
- KLEIN, Otavio José. **A gênese do conceito de dispositivo e sua utilização nos estudos midiáticos.** Publicação semestral do LabCom. Universidade da Beira Interior, Portugal, 2007. Disponível em: <<http://www.ec.ubi.pt/ec/01/pdfs/klein-otavio-genese-do-conceito-de-dispositivo.pdf>> Acesso em: 25/03/2014.
- MOUILLAUD, Maurice; Porto, Sérgio Dayrell (org.). **O jornal: da forma ao sentido.** Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.
- VERÓN, Eliseo. **Fragments de um tecido.** Porto Alegre: Unisinos, 2004.
- SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho.** Petrópolis: Vozes, 2002.