

# Transformações na instância da recepção: a construção do leitor coprodutor em redes sociais digitais

## Carlos Sanchotene

Pós-doutor pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).  
E-mail: carlos\_sanchotene@yahoo.com.br

**Resumo:** Objetivamos compreender a construção do leitor coprodutor no contexto do jornalismo em redes sociais digitais. A partir da percepção de que os receptores são ativos, a análise sobre a circulação passa a ser vista como o espaço do reconhecimento e de maiores possibilidades de ocorrência interacional, na prática social, e de descobertas, na investigação. Assim, foram selecionados comentários nas *fanpages* da *Folha de S.Paulo* e do *Estadão* durante o mês de setembro de 2014. A partir da análise foi possível inferir um conjunto de lógicas de reconhecimento, ou seja, tipos de leitores que emergem a partir de seus discursos. Concluímos que há um trabalho discursivo realizado em uma zona estabelecida no encontro entre as gramáticas de produção e as gramáticas de reconhecimento, que aponta para efeitos imprevisíveis segundo as expectativas das estratégias do campo midiático.

**Palavras-chave:** Leitor coprodutor; Recepção; Redes sociais digitais.

## Transformations in the reception instance: the construction of the reader as a co-producer in digital social networks

**Abstract:** Our objective is to understand the construction of the reader as a co-producer in the context of journalism in digital social networks. From the perception that the receptors are active, the analysis of the circulation is seen as the space of recognition and of greater possibilities of interaccional occurrence, in social practice and in research findings. Thus, we selected comments on the fan pages of the Brazilian newspapers *Folha de S.Paulo* and *Estadão* during the month of September 2014. From the analysis we could infer a set of logical recognition, i.e., types of readers emerging from their speeches. We conclude that there is a discursive work performed in an area established in the meeting between the production grammars and recognition grammars, which points to unpredictable effects according to the strategic expectations from media.

**Keywords:** Co-producer reader; Reception; Digital social networks.

## Introdução

O avanço da tecnologia aliada à comunicação e à cultura fez Martín-Barbero repensar sua noção de mediação, afirmando que “a investigação agora já não será sobre as matrizes culturais da comunicação, mas sobre as *matrizes comunicativas da cultura*” (MARTÍN-BARBERO apud MOURA, 2009: 14, grifos nossos). Desse modo, a reflexão que outrora investigava “dos meios às mediações” inverte-se para “das mediações aos meios”. Segundo esse autor (2008), a centralidade dos meios deve ser questionada justamente diante da sua tomada por atores sociais, pois atualmente vê-se um meio não mais limitado a vincular ou a traduzir as representações existentes, nem mesmo a substituí-las, mas sim constituindo uma cena fundamental na vida pública, em que as práticas sociais se fazem no meio e pelo meio.

Nesse cenário, Martín-Barbero trata da “intermedialidade”, um conceito para pensar a hibridação das linguagens e dos meios apontando para os modos como a tecnologia pode moldar a cultura e as práticas sociais. Assim, o autor avança ao tratar da mediação pela “tecnicidade” como a capacidade de inovação dos formatos industriais e das formas de receber mensagens midiáticas: “a estratégica mediação da *tecnicidade* se delinea atualmente em um novo cenário [...] não só no espaço das redes informáticas como também na conexão dos meios – televisão e telefone – com o computador” (Id., 2008: 19, grifo nosso).

Martín-Barbero (Ibid.) afirma que existem possibilidades de novos usos sociais dos meios que propiciam a formação de novas esferas do público, com novas formas de imaginação e criatividade social. Assim, pactuamos com Scolari (2008) quando o autor afirma que as redes sociais digitais são a manifestação mais clara dos processos de troca que caracterizariam essa trama de significações, trocas, produção e linguagens que emprestam seus contornos e seus fenômenos à hipermodernidade e, mais ainda, ao sujeito hipermediado que dela parece resultar. Nesse sentido, o contexto atual traz mudanças na forma de ver e entender as audiências. A presença dos dispositivos comunicacionais no tecido social fez com que o esquema comunicativo baseado em um único sentido (do emissor para o receptor) se reconfigurasse para redes múltiplas nas quais cada indivíduo é um ponto de início e de chegada da cadeia de interações. Com isso, surgem várias denominações que marcam a diferença entre velhos e novos meios, sendo a audiência um fator que aqui nos interessa.

Nesse sentido, Maestri (2010) considera pertinente falar de hiperaudiências, ou seja, aquela audiência interconectada e com habilidades comunicativas adquiridas no ambiente midiático. Apesar de ser um conceito muito raso, a autora defende que essa audiência está integrada por sujeitos com comportamentos migratórios, capazes de perambular por distintos dispositivos tecnológicos. “A ideia de hiperaudiência tenta descobrir este momento da recepção em que os sujeitos não apenas consomem, mas também utilizam as novas tecnologias interativas para gerar novos conteúdos e cooperar com outros sujeitos”<sup>1</sup> (Ibid.: 129, tradução nossa). Assim, Maestri lista as principais características da hiperaudiência, como: feedback contínuo – instantaneidade; interatividade; mudança do real para o virtual; produção de cada sujeito; flexibilidade no uso de diferentes meios, ao mesmo tempo; trocas “muitos-muitos” (Ibid.).

Nesse trabalho, utilizamos o termo *leitor coprodutor* para designar os indivíduos que estão nas redes sociais digitais interagindo, produzindo ou compartilhando conteúdos provindos de seus contatos e dispositivos com os quais interage. Assim, investigamos os modos como, efetivamente, os leitores de conteúdos jornalísticos fazem uso dos espaços de comentários no Facebook. Primeiramente, apresentamos os conceitos de circulação e de gramáticas de reconhecimento (VERÓN, 2013), de marginálias (PALACIOS, 2012) e de sistema social de resposta (BRAGA, 2006), que nos ajudam a compreender os espaços de intervenção da instância do reconhecimento no contexto da análise. Em seguida, apresentamos as gramáticas de reconhecimento, ou seja, os discursos dos leitores a partir de uma análise das *fanpages* do *Estadão* e da *Folha de S.Paulo*. Ambos os veículos foram escolhidos por serem referências no cenário brasileiro. Ao mesmo tempo,

<sup>1</sup> Texto original: “La idea de hiperaudiencia intenta describir este momento de la recepción en la que los sujetos no sólo consumen sino que además utilizan las nuevas tecnologías interactivas para generar nuevos contenidos y cooperar con otros sujetos” (MAESTRI, 2010: 219).

constituem-se como periódicos com raízes locais/regionais que, em processo de desterritorialização, experimentam um alargamento e uma consolidação de suas posições no contexto nacional.

### **Circulação e circuito como avanço**

A circulação é aqui compreendida como resultado da defasagem entre lógicas de processos de produção e de recepção de mensagens (VERÓN, 2005). Frequentemente ela é pensada com referência ao processo que vai da emissão à recepção. Zago (2011), ao estudar o Twitter, propõe pensar a recirculação como uma subetapa posterior ao consumo. É quando o interagente se apropria do conteúdo jornalístico e o faz circular novamente a partir de suas próprias palavras. Segundo a autora, trata-se de uma extensão da fase da circulação,

que é retomada e continua após o consumo de informação pelo interagente, o qual pode utilizar espaços sociais diversos da internet [...] para divulgar o link para a notícia, recontar com suas palavras o acontecimento ou manifestar sua opinião sobre o ocorrido. (Ibid.: 63)

Em 2006, Braga já havia constatado a existência de um terceiro subsistema – tão abrangente e complexo como a emissão e a recepção –, denominando de *sistema de resposta social* o reconhecimento de que a sociedade atribui um sentido social às ações e aos produtos oriundos dos meios de comunicação. Trata-se de como se dá o processo de circulação daquilo que é consumido.

Neste subsistema não se trata de circulação de bens materiais de consumo, e sim de circulação de interesses, ou seja, o que interessa não é o que a mídia veicula, mas o que, tendo sido veiculado pela mídia, depois circula na sociedade. Braga (2006) afirma, portanto, que é possível compreender como a sociedade funciona midiaticamente não apenas ao se concentrar sobre sua produção e recepção, mas através de estudos sobre os dispositivos e processos sociais que ela desenvolve para tratar a sua própria mídia.

Refletir sobre esse processo nos leva a pensar que a convergência tecnológica instaurou uma nova plataforma de circulação, assentada em diversidades de técnicas e de dispositivos, alterando as configurações e relações dos campos de produção e de recepção. As noções sobre “contratos de leituras”, operações com que as mídias moldavam formas de interação com os receptores, remodelam-se, da mesma forma. Suas novas regras passam a ser anunciadas publicamente para que os “receptores” possam saber como se operam tais interações. Esses cenários implicam que as mídias desenvolvam enunciações pelas quais peçam ao leitor reconhecimento de seu trabalho e possam também estabelecer regras para definir as condições de reconhecimento dos seus usuários (FAUSTO NETO, 2009).

Nessas condições, Fausto Neto (Ibid.) acredita que o conceito de circulação deixa de ser associado à defasagem e passa a ser compreendido como “pontos de articulação” entre a esfera da produção e da recepção. Dessa forma, avança como um novo objeto, sendo nomeado como dispositivo, “pois a circulação é transformada em lugar no qual produtores e receptores se encontram em ‘jogos complexos’ de oferta e de reconhecimento” (Ibid.: 10).

Para Braga (2012), a circulação é vista como um espaço de maiores possibilidades de ocorrência interacional, na prática social; e de descobertas, na investigação. A partir disso, observam-se os desenvolvimentos sobre a relação produção/recepção. Para além das relações diretas entre produtor e receptor, importa o fato de que este último faz seguir adiante as reações ao que é recebido. Isso decorre não apenas da presença de novos meios, mas também da retomada dos produtos circulantes da “mídia de massa” em outros ambientes, que ultrapassam a situação de recepção.

Esse “fluxo adiante” acontece em variadíssimas formas – desde a reposição do próprio produto para outros usuários (modificado ou não); à elaboração de comentários – que podem resultar em textos publicados ou em simples “conversa de bar” sobre um filme recém visto; a uma retomada de ideias para gerar outros produtos (em sintonia ou contraposição); a uma estimulação de debates, análises, polêmicas – em processo agonístico; a esforços de sistematização analítica ou estudos sobre o tipo de questão inicialmente exposta; passando ainda por outras e outras possibilidades, incluindo aí, naturalmente a circulação que se manifesta nas redes sociais. (Ibid.: 39-40)

A partir da visada de Braga, percebemos que as interfaces sociais se encadeiam e se deslocam do modelo conversacional para um fluxo contínuo. Segundo o autor, já não é tão simples distinguir “pontos iniciais” e “pontos de chegada”, produção e recepção, como instâncias separadas.

O que, aliás, nos faz perceber que tal construção decorre mais de uma condição histórica específica (a fase de implantação dos meios de massa) do que de uma pretendida “natureza” do processo interacional – que, pela própria etimologia da palavra, enfatiza antes a indistinção de papéis do que uma especialização “por estrutura”. (Ibid.: 40)

Ou seja, as diferentes ações e assimetrias devem ser relacionadas antes a cada tipo específico de interação, assim como a seus contextos significativos; e não a uma pretendida lógica diferencial no interagir. O autor adverte, no entanto, que no caso dos meios de massa é possível distinguir claramente essas duas posições – que devem ser assim estudadas segundo suas lógicas específicas; mas evitando naturalizar esses papéis como se fossem categorias inelutáveis da mídiatização.

Por raciocínio complementar, se abordamos a circulação nessa visada abrangente, decorre daí que o produto mediático não é o ponto de partida no fluxo. Pode muito bem ser visto como um ponto de chegada, como consequência de uma série de processos, de expectativas, de interesses e de ações que resultam em sua composição como “um objeto para circular” – e que, por sua vez, realimenta o fluxo da circulação. (Ibid.: 41)

Para Jairo Ferreira (2006), é na circulação que o processo de produção de sentido se efetiva, ou seja, completa seu ciclo. Isso quer dizer que a circulação se estabelece em dois momentos distintos. Primeiro, há um processo de produção do discurso, e depois esse discurso passa a ser reconhecido e volta a gerar sentidos, produzindo novos discursos sobre a produção anterior. Esse reconhecimento se dá a partir dos dispositivos midiáticos e seus protocolos estabelecidos, gerando relações entre as operações de produção e reconhecimento. Há, com isso, uma forte influência do próprio dispositivo, que acrescenta sentidos para além dos já previstos. O campo midiático recebe informações, dados e sentidos que são redimensionados dentro dele próprio e, ao chegar aos seus consumidores, já são revestidos de camadas de sentidos atribuídos pelo campo, não mais pelos atores sociais, lugar primeiro de onde partiu a informação.

Conforme Ferreira (2013), a circulação é uma problemática que se destaca nas relações entre processos intermediários (entre dispositivos) e intramediários (no âmbito do dispositivo). O autor acredita que se fortalece a proposição da mídiatização como uma perspectiva epistemológica, a qual deve superar os paradigmas de estudos de processos midiáticos a partir da produção e do consumo para ser pensada em termos de circulação. “A mídiatização se constitui em torno de uma nova problemática: produtores que ocupam posição de consumidores de produtos midiáticos, e de indivíduos-consumidores que passam a ocupar (nas chamadas redes

sociais) posição de produtores (configurando o consumo produtivo ou produção consumidora)” (Ibid.: 138-139).

A partir do que foi exposto até o momento, consideramos que a complexidade da mediação não repousa mais no âmbito da produção ou da recepção, mas sim no da circulação, e é com base nos esforços de pesquisadores em articular hipóteses, problemáticas e construções metodológicas que os estudos devem ser direcionados para abordagens empíricas da circulação. Ou seja, o foco dos estudos deve partir da circulação, pois esta está relacionada à onipresença dos dispositivos midiáticos que se inter-relacionam e com os quais indivíduos e instituições não midiáticas interagem de múltiplas maneiras.

Apreendemos, com isso, a existência de um novo vínculo na relação entre produtores e receptores. Aqueles, detentores da autonomia discursiva e dos modos de construção de suas realidades, operam a partir de sentidos que são postos na circulação, oferecendo ao polo da recepção serviços pelos quais pedem reconhecimento, e deslocando os receptores de uma posição, até então, “amorfa” e “atomizada” para uma posição cogestora/coprodutora. É, portanto, na circulação em dispositivos que os sentidos se fazem e por meio dela que podemos observar os modos como são produzidos e reconhecidos.

Para Braga (2012), os processos e as consequências desse modo preferencial de circulação se manifestam concretamente na sociedade na forma de circuitos – que são culturalmente praticados, reconhecíveis por seus usuários e podem ser descritos e analisados por pesquisadores. Segundo o autor, para além das relações diretas entre produtor e receptor, importa o fato de que este último faz seguir adiante as reações ao que é recebido. Ainda segundo Braga (Ibid.), circuitos são a face empírica específica da circulação, e os dispositivos interacionais são a face empírica das interações, moldados pelos contextos e processos institucionais específicos em cujo ambiente ou em cuja referência se desenvolvem. Nesse processo, o autor salienta que, a rigor, não é “o produto” que circula – mas antes encontra um sistema de circulação no qual se viabiliza e ao qual alimenta. Esse produto, entretanto, é um momento particular da circulação porque pode continuar circulando e repercutindo em outros espaços.

Ao refletirmos sobre a circulação diante dessa perspectiva, nos interessa, a seguir, pensar os modos como o leitor coprodutor é construído diante desse cenário – em especial, o das redes sociais digitais.

### Construindo o leitor coprodutor nas redes sociais digitais

Para entendermos a construção do leitor coprodutor nas redes sociais digitais partimos da compreensão do esquema da circulação discursiva elaborado por Verón (2013).

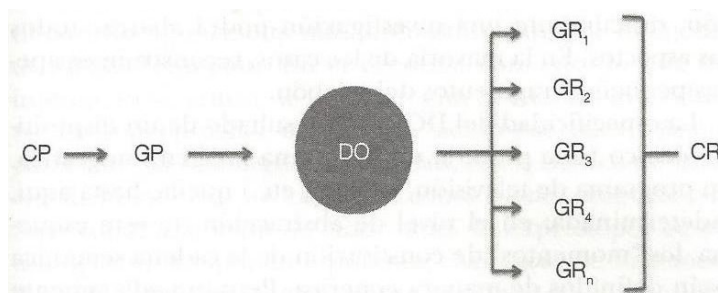


Figura 1: Circulação discursiva

Fonte: Verón (2013)

De acordo com o esquema, o discurso objeto (DO) é a configuração empírica, material, de signos que pode ser submetida à análise. As propriedades do DO que interessam identificar remetem a uma gramática de produção (GP) que dê conta delas. “Isso implica que temos convertido o DO em um membro de uma classe

porque as regras da gramática de produção permitiriam gerar um número indefinido de DO com as mesmas propriedades” (Ibid.: 293).

A gramática de produção formaliza as operações que dão conta das propriedades identificadas do DO, mas não as explica. Assim, há condições de produção (CP) – econômicas, sociais, políticas, históricas – que permitem dar conta da presença, no elo da semiose estudada, da gramática de produção. Da perspectiva do reconhecimento, o esquema sinaliza a não linearidade da circulação da semiose, indicando a necessária pluralidade de gramáticas de reconhecimento do DO (GR1, GR2, GR3...GRN) que exigem, por sua vez, para sua explicação, um reenvio às condições de reconhecimento (CR).

Tanto da esquerda para a direita quanto vice-versa, há modelos que o observador deve formular para dar conta das propriedades do DO; sua tarefa é reconstruir as operações das quais o DO mostra as marcas. Verón (Ibid.) adverte, no entanto, que dificilmente uma investigação poderá abarcar todos os seus aspectos. Na maioria dos casos, são reconstruídos apenas fragmentos dessa ligação.

Nessa abordagem do autor a respeito da circulação, é possível entrever que as zonas de passagem entre produção e recepção não deixavam rastros, logo não podiam ser abordadas empiricamente. Verón (Ibid.) admite a inexistência de marcas da circulação, pois ela só é visível em análise como diferença entre os dois conjuntos de marcas, o da produção e o do reconhecimento.

Em estudos recentes, podemos observar uma mudança nesse aspecto. Boutaud e Verón (2007: 03) afirmam que a não linearidade da comunicação “resulta do estudo empírico da circulação discursiva”. Desse modo, aceitam a possibilidade de uma análise de “lógicas de interface” que ativam processos autopoieticos de dois sistemas distintos: o da produção e o da recepção. Isso seria a zona de contato entre ambos, que funcionam como ambiente um do outro. Nessas condições, o conceito de circulação deixa de ser associado à defasagem e passa a ser compreendido como “pontos de articulação” (FAUSTO NETO, 2009).

Para Boutaud e Verón (2007) a investigação atual sobre os sistemas complexos auto-organizantes (LUHMANN, 2006) oferece o começo de uma resposta. O observador situado na interface produção/reconhecimento está ativando processos autopoieticos de dois sistemas autônomos: o dos meios e os psíquicos (sistema do ator).

A defasagem produção/reconhecimento não é outra coisa que a interface onde o sistema dos meios, que funciona como ambiente dos atores, coloca sua própria complexidade à disposição destes últimos, e reciprocamente: o sistema do ator, que opera como ambiente do sistema dos meios, coloca a sua complexidade à disposição do sistema dos meios. (BOUTAUD; VERÓN, 2007: 11)

<sup>2</sup> A principal característica dos sistemas é o fechamento operacional por meio da autopoiese (autopoiesis). Os sistemas sociais, através da autopoiese, geram e reproduzem internamente seus próprios elementos de funcionamento, sem que haja interferência de elementos externos. Eles são, portanto, sistemas autorreferenciais, pois todos os processos comunicativos internos dizem respeito a elementos internos definidos a partir de orientação interna. “Em relação às operações próprias de um sistema, não há nenhum contato com o ambiente, por isso os sistemas situados no ambiente não podem intervir nos processos autopoieticos de um sistema operacionalmente fechado” (LUHMANN, 2006: 66).

Seria nessa zona de contato entre ambos os sistemas – que funcionam como ambiente um do outro – que se dá a interpenetração (LUHMANN, 2006). De acordo com Boutaud e Verón (2007), só existe a interpenetração quando ela ocorre de maneira recíproca, ou seja, quando os dois sistemas se tornam disponíveis entre si, introduzindo sua própria complexidade já constituída no outro. A interpenetração não quer dizer que haja a invasão de um na *autopoiese*<sup>2</sup> do outro. Eles estão em interpenetração no sentido de que a complexidade de um sistema pode ser acessada por ambos.

Segundo essa perspectiva, os sistemas de produção e reconhecimento interagem reciprocamente com as estratégias colocadas em cena pelo âmbito das redes sociais via acoplamentos de operações discursivas, que são constituídos por lógicas e postulados das racionalidades do sistema midiático junto com as que são provenientes das situações e experiências de vida dos indivíduos, enquanto atores sociais.

No estudo do reconhecimento, a interface dos jornais no âmbito das redes sociais digitais permite que os leitores deixem suas marcas, sendo possível observar a circulação que se estabelece entre produção e reconhecimento. As marcas do leitor, nesse contexto, são vistas por Palacios (2012) enquanto uma nova forma de “marginália”. De maneira ampla, o autor caracteriza a marginalia como qualquer tipo de anotação feita por um leitor em um texto. Enquanto produção de um texto paralelo, ela deve ser entendida na acepção plena de “texto”, podendo ser constituída igualmente por símbolos, gráficos, desenhos etc. No que diz respeito à dimensão temporal do fenômeno, as anotações feitas à margem de um texto podem ter uma utilidade imediata para quem as cria, assim como podem sobreviver a essa temporalidade imediata e extrapolar as intenções originais do seu criador.

<sup>3</sup> Segundo Palacios (2012), um exemplo clássico de dupla temporalidade de uma marginalia é encontrado nas Glosas Emilianenses: “anotações em latim, romance e basco, escritas no século XI, provavelmente por um estudante, em um texto latino, na biblioteca do Monastério de San Millán, na Espanha, com a clara intenção de resolver dificuldades de compreensão sintática, morfológica e léxica daquele texto latino [...] a marginalia no manuscrito estava criando o primeiro registro de uma nova língua: o castelhano” (Ibid.:136).

O autor explica que o termo marginalia se refere a anotações em livros ou manuscritos<sup>3</sup>. No entanto questiona o termo quando se refere ao contexto jornalístico: “até que ponto, portanto, pode-se falar em Marginalia, quando o objeto de estudo é o jornal, seja ele impresso, seja o ciberjornal de nossos dias?” (Ibid.: 138). Para o autor, a marginalia é um conceito que extrapola o âmbito literário e pode ser de utilidade na análise de marcas deixadas pelos usuários de produtos ciberjornalísticos. Considerando isso, Palacios observa que a simples quantificação da marginalia, produzida na forma de comentários espontâneos em notícias publicadas, pode constituir um elemento válido para a compreensão de aspectos da recepção jornalística. Segundo o autor, essa marginalia jornalística tem como destinatários outros leitores da notícia e seus autores, sendo, assim, um objeto fértil a ser estudado.

É importante também ressaltar-se que ao serem produzidas na forma de comentários espontâneos às notícias publicadas e não como “comentários induzidos”, como no caso de fóruns, nos quais é a própria empresa de comunicação que determina os tópicos para debate, os comentários às notícias têm como resultado a produção de uma agenda pública de caráter secundário, filtrada a partir da agenda geral midiática proposta pelo veículo de comunicação. Nesse sentido, mais uma vez é de se assinalar que, independentemente do valor intrínseco dos comentários, o seu próprio volume constitui um elemento de interesse e um objeto de análise. (Ibid.: 141)

Palacios ainda destaca que a marginalia pode constituir um ferramental de potencial interesse em relação ao estudo de alguns aspectos da recepção jornalística, especialmente à dimensão comparativa e intercultural da valoração do material disponibilizado para consumo pelas empresas jornalísticas.

Seguindo essa perspectiva, consideramos pertinentes as proposições de Braga (2006) com respeito ao sistema de interação social sobre a mídia: o sistema de resposta social. “Este terceiro sistema corresponde a atividades de resposta produtiva e direcionadora da sociedade em interação com os produtos midiáticos” (Ibid.: 22) e caracteriza-se como um sistema de circulação diferida e difusa. Isso quer dizer que os sentidos produzidos pela instância midiática não apenas chegam à sociedade como também circulam nela.

O autor descreve um sistema social que não é habitualmente percebido e cuja peculiaridade não poderia ser subsumida nem pelo subsistema de produção, nem pelo subsistema de recepção. Trata-se de um terceiro subsistema próprio dos processos midiáticos que concentra as atividades de resposta, ou seja, os discursos gerados pela audiência a partir dos “estímulos produzidos inicialmente pela mídia” (Ibid.: 28), e que, ao fazer circular reações sociais sobre os processos e produtos midiáticos, cumpre uma determinada função sistêmica de retroalimentação. Contempla-se, assim, um conjunto de dispositivos que “participam, pela natureza mesmo de suas atividades, de um sistema social mais amplo, caracterizado pelo fato de fazer circular ideias, informações, reações e interpretações sobre a mídia e seus produtos e processos – de produzir respostas” (Ibid.: 30). A circulação, nesse caso, é vista como aquilo que depois

de ser veiculado pela mídia passa a circular na sociedade, ou seja, refere-se ao que a sociedade faz com a sua mídia, organizando-se por meio de dispositivos que vão desde cineclubes, sites de crítica midiática e fóruns de discussão sobre TV até conversas de mesa de bar.

Conforme o Braga (Ibid.), os dispositivos sociais gerados para organizar falas e reações sobre a mídia utilizam, com frequência, a própria mídia como veiculadora. Assim, é possível inferir que os discursos dos leitores nesses espaços poderiam ser considerados a partir da noção de crítica midiática:

Podemos dizer que críticas midiáticas são trabalhos explícitos sobre determinadas produções da mídia, baseados em observação organizada de produtos, com objetivos (expressos ou implícitos) determinados por motivações socioculturais diversas e voltados para o compartilhamento, na sociedade, de pontos de vista, de interpretações e/ou de ações sobre os próprios produtos (ou tipo de produtos), seus processos de produção e/ou seu uso pela sociedade. (Ibid.: 71)

Na perspectiva de Braga (Ibid.), essa interação com o produto gera processos interpretativos nas respostas das práticas sociais, a partir do que a mídia produz. Sendo assim, as ações podem se misturar e se interferir mutuamente, caracterizando-se como “contrapropositivas, interpretativas, proativas, corretoras de percurso, controladoras, seletivas, polemizadoras, laudatórias, de estímulo, de ensino, de alerta, de divulgação, venda etc.” (Ibid.: 39-40).

As seções de comentários de leitores são analisadas por Palacios (2010), que elenca algumas questões nas quais esses espaços aparecem nos estudos sobre webjornalismo, como: os possíveis efeitos dos mecanismos participativos na ampliação da esfera pública; os possíveis efeitos desses mecanismos na viabilização de “modelos de negócios” no webjornalismo; os possíveis efeitos de aumento da resolução semântica que os comentários possam trazer à informação jornalística; e as consequências éticas decorrentes da chancela de autenticidade e credibilidade que uma plataforma e uma logomarca jornalística podem emprestar a comentários incorretos. O próprio autor aborda outra dimensão: “sua caracterização como uma nova forma de Marginália e seus possíveis efeitos sobre a Memória, especialmente no que se refere às relações entre memória jornalística e História” (Ibid.: 2).

\*\*\*

Considerando essas visadas teóricas, apresentamos, a seguir, as gramáticas de reconhecimento, ou seja, os discursos dos leitores nas *fanpages* do *Estadão* e da *Folha de S.Paulo*. Para tanto, foram selecionados comentários referentes a postagens das imagens da capa do dia de cada jornal. Estas foram selecionadas por considerarmos que os leitores comentariam, hipoteticamente, sobre o trabalho enunciativo desenvolvido pela instância produtiva, as lógicas produtivas, as escolhas de temas, os enquadramentos, enfim, os critérios de noticiabilidade dos jornais. O período de coleta compreendeu o mês de setembro de 2014, que foi um período emblemático, pois antecedeu as eleições presidenciais no Brasil. Logo, as capas dos jornais refletiam notícias sobre o pleito. Ao longo desse período foram contabilizadas 60 postagens das capas dos jornais (30 da *Folha de S.Paulo* e 30 do *Estadão*) e 20.747 comentários (10.991 da *Folha de S.Paulo* e 9.756 do *Estadão*).

### **Tipos de leitores**

A partir da observação de todos os comentários foi possível distinguir algumas constantes e recorrências significativas nos comentários dos leitores. Desse modo pôde-se inferir um conjunto de lógicas de reconhecimento, ou seja, tipos de leitores que emergem a partir de seus discursos.



Tipos de Leitor	Jornal	Comentários
Leitor recompensado	Folha de S.Paulo (28/09/2014)	 <b>Raimundo Filho</b> O povo tem que acreditar mais nas notícias, poi, são fontes fidedignas, para informar, a Folha de São Paulo tem credibilidade nacional. Curtir · Responder · 1 · 28 de setembro às 15:32
Leitor desiludido	Estadão (27/09/2014)	 <b>Waldemar Dos Santos</b> Perdi a credibilidade no Estadão.... Curtir · Responder · 27 de setembro às 09:46
Leitor amigo	Folha de S.Paulo (17/09/2014)	 <b>Marília Marsulo</b> Frankie Freitas, olha a foto da capa! Curtir · Responder · 17 de setembro às 09:45
Leitor anunciante	Folha de S.Paulo (20/09/2014)	 <b>Brasilmix Livros Usados</b> Onde comprar livros usados com garantia de entrega ??? Visite >>> <a href="http://www.brasilmix.com.br">www.brasilmix.com.br</a> <<< Curtir · Responder · 20 de setembro às 09:08
Leitor partidário	Estadão (17/09/2014)	 <b>Tiago Morassi</b> Estadão, está levando quanto nessa com o ibope? Será que o estadão, não lê os comentários das publicações? Aqui a cada 10, pelo menos 6 não quer a Dilma!!! Curtir · Responder · 2 · 4 de setembro às 10:55
Leitor ofensivo	Folha de S.Paulo (20/09/2014)	 <b>Nivania Lucia Battigaglia Leite</b> faz um favor pra gente? Cala a boca...idiota Curtir · 1 · 20 de setembro às 13:58
Leitor editor	Estadão (22/09/2014)	 <b>Leonardo Araujo "princpail"</b> Curtir · Responder · 4 · 22 de setembro às 09:04  <b>Estadão</b> Obrigado, Leonardo! Já corrigimos! 😊 Curtir · 5 · 22 de setembro às 09:06
Leitor "espalhador"	Estadão (21/09/2014)	 <b>Humberto Saggim</b> compartilhou a foto de Estadão. 21 de setembro de 2014 · 🌐 [O QUE PENSAR DISTO?!] Exibir anexo Curtir · Comentar · Compartilhar 6 pessoas curtiram isso. Ver mais 4 comentários  <b>Evidia Flosi Dantuono</b> TEM MELHOR PRA POR NO LUGAR ,PELO MENOS ESSES JA SABEM ROUBAR 21 de setembro de 2014 às 18:25 · Curtir · 1  <b>Regina Rocha</b> Posso imaginar quais. 21 de setembro de 2014 às 19:09 · Curtir · 1  <b>Dalva de Paula</b> já são conhecidos ... assim não irão nos decepcionar ahaha 21 de setembro de 2014 às 19:20 · Curtir · 1  <b>Adelino Mac</b> Cord Não bastasse essa desgraça, na página 10 de O Globo de hoje, domingo 21/09/14, tem como manchete: "Processados, fichas - sujas repassam vagas a familiares". ATENÇÃO eleitor: que está pagando a conta de tanta orgia é cada um de nós ! 21 de setembro de 2014 às 19:31 · Curtir · 3
Leitor jocoso	Folha de S.Paulo (19/09/2014)	 <b>Pedro Silva Galvao</b> é mais fácil ganhar na MEGA SENA, que ser entrevistado por alguém desse troço do DATAFOLHA Curtir · Responder · 5 · 19 de setembro às 09:28
Leitor migratório	Estadão (27/09/2014)	 <b>Marcos De Moraes</b> Itu enfrenta racionamento de água em seca histórica   Jornal Nacional   G1 - <a href="http://g1.globo.com/.../itu-enfrenta-acionamento-de-agua...">http://g1.globo.com/.../itu-enfrenta-acionamento-de-agua...</a> Curtir · Responder · 27 de setembro às 00:24

Quadro 1: Tipos de leitores coprodutores  
Fonte: elaboração do autor

Conforme o Quadro 1, identificamos distintos tipos de leitores. Podemos observar que o leitor recompensado é aquele que se sente agradecido por receber os conteúdos jornalísticos. Muitas vezes ele parabeniza o jornal pela publicação, manifesta sua satisfação com o veículo e faz avaliações positivas sobre este. Já o leitor desiludido é aquele que se sente descontente com o jornal. Como efeito de suas desilusões, enuncia a “ruptura” do vínculo. Nos casos analisados, em específico, por se tratar de um período pré-eleições, as notícias de capa veiculadas levam os leitores a posicionarem-se a favor ou contra o jornal diante de suas preferências partidárias. Muitos sugerem deixar de ler e curtir a *fanpage* dos jornais, alguns

afirmam ter deixado de ser assinante do veículo e outros dizem ter perdido a credibilidade com o jornal.

O leitor amigo é aquele que “marca” seus amigos nos comentários, como se estivesse recomendando ou sugerindo a leitura da notícia, adicionando enunciados convidativos (“olha isto”; “olha aí”, “olha a foto de capa”). Assim, fazem com que o conteúdo jornalístico apareça no *feed* de notícias de outras pessoas, ampliando a circulação da informação. Encontramos também o leitor anunciante, que entra na cena discursiva com o intuito de vender algo e/ou divulgar produtos e marcas. Seus comentários, na verdade, são anúncios que aparecem deslocados do contexto enunciativo. Encontramos leitores que divulgam sites para venda de livros usados, perfumes internacionais etc. Esse tipo não está interessado no conteúdo, mas sim em aproveitar a situação para vender, já que há um fluxo grande de possíveis clientes nas postagens.

O leitor partidário defende determinado partido político, militando e exprimindo opiniões. No conjunto dos comentários observados verificamos que os leitores partidários, em sua grande maioria, formam uma comunidade discursiva mais homogênea e interessada em assuntos políticos, uma vez que partilham pontos de vistas, argumentam sobre as propostas dos candidatos e interagem com os outros internautas. Muitos geram debates, no entanto alguns optam por ofender e criticar os demais leitores. Já o leitor ofensivo é aquele que agride os outros leitores. Nos casos analisados, isso ocorreu por motivos políticos, ou seja, em defesa de candidatos. Fica evidente essa postura em enunciados do tipo: “cala a boca, idiota”, “sua crítica foi tão burra”, “você é tonta, moça?”, “sua ignorante”, “você é imbecil” e “é burro”.

O leitor editor é aquele que avalia o conteúdo dos jornais sinalizando erros ortográficos, desqualificando jornalistas e editores, questionando manchetes e escolhas de fotografias. Ou seja, desempenha funções editoriais. Já o leitor “espalhador” é aquele que compartilha as informações, dando visibilidade à enunciação jornalística e ampliando o seu alcance. Assim, faz recircular a informação. Esse tipo de leitor pode apenas compartilhar ou agregar informações, dados e opiniões a respeito do conteúdo. É possível notar que, após a recirculação, as notícias seguem sendo debatidas nos perfis dos leitores, ganhando outras dinâmizações. Assim, há uma lógica por parte dos leitores – ao recircular as notícias agregando-lhes opiniões/informações – que ressignifica os conteúdos da instância da produção, gerando uma outra postagem que passa a ser debatida em outro lugar que não o da produção jornalística.

O leitor jocoso é aquele cujo enunciado transmite ironia, com o objetivo de zombar ou ser sarcástico. O discurso em tom jocoso assume um comportamento crítico. Por fim, o leitor migratório é aquele que perambula por diversas mídias, deslocando-se por outros veículos de comunicação. Seus motivos podem ser a busca por mais informações, pontos de vista ou explicações que complementem o conteúdo postado pelo jornal. Em sua grande maioria, esse tipo de leitor costuma postar, junto com seus enunciados, um link para outros sites. Com esse tipo de deslocamento pode haver uma certa ruptura no ambiente da circulação, pois leva o leitor a obter informações em outras zonas produtivas, fragilizando, assim, o contato entre jornal e leitor.

### **Considerações finais**

Com o exposto até aqui, consideramos que o campo do jornalismo vem desenvolvendo-se no cenário das redes sociais digitais buscando a manutenção do seu público leitor ao oferecer alternativas de conteúdos personalizados e multimidiáticos. Há uma reorganização textual a partir de hipertextos e da multimedialidade que exige dos leitores aptidões para a prática da leitura. Nesse sentido, acreditamos que no cenário das redes sociais digitais há um leitor coprodutor que desenvolve competências e vivencia experiências potencializadas com as facilidades das ferramentas tecnológicas. Para Scolari (2008), essa experiência de fruição hipertextual tem construído um tipo de leitor acostumado com a interatividade e com as redes, um usuário “experto” em textualidades fragmentadas e com grande capacidade de adaptação a novos ambientes de interação.

Acreditamos que o leitor coprodutor no cenário das redes sociais digitais reconhece na facilidade das ferramentas tecnológicas com as quais interage um elemento central para manutenção de seus vínculos e experiências em rede. A mídiatização das novas tecnologias convertidas em meio é fundamental nesse contexto de colaboração e relações individuais de sujeitos envolvidos em uma rede de contatos compartilhados, reconfigurando seus modos de acesso e consumo, por exemplo. Mais do que vivenciar tais experiências, é fundamental e necessário espalhar/compartilhar aquilo que se experimenta, pois as redes sociais digitais possibilitaram a democratização das competências desses leitores que manejam com desenvoltura linguagens hipertextuais e mídiatizadas.

A partir do esquema proposto por Verón (2013), apreendemos que há um trabalho discursivo realizado em uma zona estabelecida no encontro entre as gramáticas de produção e as gramáticas de reconhecimento, que aponta para efeitos imprevisíveis segundo as expectativas das estratégias do campo midiático. É na “zona de interpenetração” que discursos são engendrados de acordo com lógicas assimétricas, pois o acesso às dinâmicas produtivas não significa a convergência de práticas discursivas. A instância produtiva institui zonas complexas de uma intensa atividade de retorno/resposta (BRAGA, 2012), redefinindo a natureza de vínculos com os leitores. A análise das gramáticas de reconhecimento (VERÓN, 2013), por meio dos comentários dos leitores, por exemplo, pode revelar a não linearidade existente entre produção e reconhecimento, assim como os modos como os leitores ressignificam os sentidos ofertados, configurando-os como leitores coprodutores.

## Referências

BOUTAUD, J.-J.; VERÓN, E. Del sujeto a los actores. La semiótica abierta las interfaces. In: \_\_\_\_\_. *Sémiotique ouverte*. Itinéraires sémiotiques en communication. Paris: Lavoisier; Hermes Science, 2007.

BRAGA, J. L. *A sociedade enfrenta sua mídia: dispositivos sociais de crítica midiática*. São Paulo: Paulus, 2006.

\_\_\_\_\_. Circuito versus campos sociais. In: JANOTTI, J.; MATTOS, M. Â.; JACKS, N. (Orgs.). *Mediação & Mídiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília, DF: Compós, 2012.

FAUSTO NETO, A. Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 18., 2009, Belo Horizonte. *Anais...* Brasília, DF: Compós, 2009.

FERREIRA, J. Dispositivos midiáticos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 29., 2006, Brasília, DF. *Anais...* Brasília, DF: Intercom, 2006. Disponível em: <<https://goo.gl/P3Y6fo>>. Acesso em: 4 maio 2010.

\_\_\_\_\_. Como a circulação direciona os dispositivos, indivíduos e instituições? In: BRAGA, J. L. et al. (Orgs.). *Dez perguntas para a produção de conhecimento em comunicação*. São Leopoldo: Unisinos, 2013.

LUHMANN, N. *A realidade dos meios de comunicação*. São Paulo: Paulus, 2005.

\_\_\_\_\_. *Sistemas sociais: lineamientos para una teoría general*. Tradução Silvia Pappe e Brunhilde Erker; coord. Javier Torres Nafarrate. Barcelona: Anthropos; México: Universidad Iberoamericana, 2006.

MAESTRI, M. Sobre las hiperaudiencias. In: FAUSTO NETO, A.; VALDETTARO, S. (Orgs.). *Mediatización, sociedad y sentido*. Rosário: UNR, 2010.

MARTÍN-BARBERO, J. *Dos meios às mediações*. Comunicação, cultura e hegemonia. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

MOURA, M. As formas mestiças da mídia. *Pesquisa Fapesp*, São Paulo, n. 163, p. 10-15, set. 2009. Entrevista com Jesús Martín-Barbero.

PALACIOS, M. Marginália no ciberjornalismo: os comentários de leitores na constituição da memória do tempo presente. In: CONGRESO INTERNACIONAL CIBERPERIODISMO Y WEB 2.0, 2., 2010, Leioa. *Atas...* Leioa: Universidad del País Vasco, 2010.

\_\_\_\_\_. Marginália, 'zeitgeist' e memória do tempo presente: os comentários de leitores no ciberjornalismo. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, DF, v. 8, n. 1, p. 133-148, 2012.

SCOLARI, C. *Hipermediaciones*. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.

VERÓN, E. *Fragmentos de um tecido*. São Leopoldo: Unisinos, 2005.

\_\_\_\_\_. *La semiosis social, 2: ideas, momentos, interpretantes*. 1. ed. Buenos Aires: Paidós, 2013.

ZAGO, G. *Recirculação jornalística no Twitter: filtro e comentário de notícias por interagentes como uma forma de potencialização da circulação*. 2011. 204 f. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.