

Circulação discursiva: desafios metodológicos para compreender as interações entre jornais e leitores



Viviane Borelli¹
Marlon Santa Maria Dias²

Resumo: Reflete-se sobre os desafios metodológicos enfrentados no desenvolvimento de pesquisa sobre os processos interacionais entre jornais do Rio Grande do Sul (Brasil) e seus leitores em ambientes digitais diante da emergência da circulação. Descreve-se o percurso e reflete-se sobre avanços e limitações desse tipo de pesquisa qualitativa. Compreende-se que o principal desafio é dar conta da produção discursiva que perpassa as complexas relações entre mídia e leitores dispersos nos ambientes digitais.

Palavras-chave: Circulação. Metodologia. Leitores. Jornais.

Circulación discursiva: desafíos metodológicos para comprender las interacciones entre periódicos y lectores

Resumen: Este artículo refleja sobre los desafíos metodológicos enfrentados no desenvolvimiento de pesquisa sobre los procesos de interacción entre periódicos de Rio Grande do Sul (Brasil) y sus lectores en ambientes digitales ante la emergencia de la circulación. Se describe el recorrido metodológico y se refleja sobre avances y limitaciones de ese tipo de investigación cualitativa. Se comprende que el principal desafío es dar cuenta de la producción discursiva que atraviesa las complejas relaciones entre medios y lectores dispersos en los ambientes digitales.

Palabras clave: Circulación. Metodología. Lectores. Periódicos.

Discursive circulation: methodological challenges to understand interactions between newspapers and readers

Abstract: This paper reflects on the methodological challenges faced in the development of a research about interaction processes between Rio Grande do Sul (Brazil) newspapers and their readers in digital environments regarding the emergence of circulation. It describes the

¹ Viviane Borelli - Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e do Departamento de Ciências da Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), RS. Doutora em Ciências da Comunicação pela Unisinos. E-mail: viviborelli10@gmail.com

² Marlon Santa Maria Dias - Doutorando em Ciências da Comunicação na Universidade do Vale do Rio dos Sinos, com bolsa CAPES/PROEX. Mestre em Comunicação Social- Jornalismo, pela Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: marlon.smdias@gmail.com

methodological course and reflects on the advances and limitations of this kind of qualitative research. As a result, the main challenge is to handle the discursive production that pervades the complex relationships between media and readers dispersed in digital environments.

Keywords: Circulation. Methodology. Readers. Newspapers.

³ A Razão deixou de circular e encerrou suas atividades em fevereiro de 2017. No mesmo mês, o jornal *Diário de Santa Maria* deixou de pertencer ao Grupo RBS de Comunicação e foi comprado por grupo de empresários santamarienses.

Um ponto de partida

Toda pesquisa carrega em seu DNA um aporte teórico-metodológico único por ser uma proposta elaborada a partir de pressupostos que revelam a identidade do pesquisador, suas observações teórico-empíricas, suas escolhas e, conseqüentemente, o que deixa de fora de sua investigação. O modo de organização e funcionamento dos cursos de pós-graduação e os regramentos das agências de fomento pouco contribuem para o desenvolvimento de pesquisas mais longas, pois as avaliações são trienais e, geralmente, os editais limitam em dois anos o período para conclusão.

Há também uma implicação sobre a pouca inventividade e criatividade dos pesquisadores que precisam dar conta de excessivos relatórios e adaptar seus temas de pesquisa às agências de fomento e editais de financiamento específicos. Dessa forma, como frisa Fausto Neto (2005), possíveis questões emergentes do campo da comunicação podem ser deixadas de lado para que se desenvolvam pesquisas mais adequadas às demandas institucionais. O pouco espaço para criação é também observado em teses e dissertações, em que muitas vezes o pesquisador abre mão de lançar um olhar mais inventivo para seu processo metodológico, preferindo utilizar fórmulas prontas e técnicas já consagradas em outros campos de conhecimento, sem a devida atenção para a especificidade do campo da Comunicação.

A problematização por um ângulo comunicacional é o que requer Braga (2011) ao explicar que a comunicação tradicionalmente volta seu olhar para outras disciplinas, para nelas buscar subsídios ao seu fazer. O autor defende que não basta mencionar que há interdisciplinaridade, já que é preciso haver um efetivo enfoque comunicacional. Para Braga (2011, p. 67), no campo da Comunicação, objetos do mundo social e humano devem ser “percebidos pelo ângulo prioritário da comunicação que os organiza e que deles decorre”.

A busca por um olhar prioritariamente comunicacional guiou o desenvolvimento da pesquisa relatada neste artigo sobre as relações entre jornais e leitores nos ambientes digitais. Durante seis anos (2011-2016), foram estudados sete jornais gaúchos, sediados em cidades do interior do Rio Grande do Sul. São eles: *A Plateia* (Santana do Livramento), *A Razão* (Santa Maria), *Diário de Santa Maria*³ (Santa

Maria), *Diário Popular* (Pelotas), *Gazeta do Sul* (Santa Cruz do Sul), *O Nacional* (Passo Fundo) e *Pioneiro* (Caxias do Sul). A metodologia foi construída a partir das relações entre os conceitos norteadores de mediação, contrato de leitura e circulação; e a questão central foi analisar como ocorrem os processos interacionais entre jornais e leitores numa sociedade em vias de mediação. Entretanto, os passos metodológicos foram constantemente adequados, complementados e refeitos diante daquilo que os dados coletados apontavam. Aproximou-se do que requer França (2001) acerca da pesquisa em comunicação de viés mais pragmático: que a ordem do empírico anteceda o quadro teórico, pois a teoria perde sua razão de ser quando abandona referências a questões concretas. O desenho metodológico inicial foi refeito diante das questões demandadas pelos objetos.

Os objetivos deste artigo são (a) refletir sobre os desafios impostos pela pesquisa em comunicação e jornalismo no que tange ao seu fazer metodológico; (b) descrever o percurso metodológico desenvolvido na investigação do processo interacional entre leitores e jornais gaúchos no contexto de uma sociedade em processo de mediação; (c) apontar vantagens e limitações da pesquisa qualitativa num contexto crescente de emergência de discursos produzidos pela circulação. Compreende-se que, nessa processualidade da mediação, emerge a circulação, que antes era tida apenas como um lugar de passagem, mas que cada vez mais produz índices, deixando rastros discursivos para serem analisados.

O processo reflexivo sobre a própria prática metodológica é, para Brennen (2013), uma atividade comum aos investigadores que desenvolvem pesquisas qualitativas, pois a reflexividade ajuda a compreender as próprias interpretações a partir das evidências e também aspectos que influenciam a prática da pesquisa, como o contexto histórico, a língua e as experiências pessoais.

Diante do exposto, detalha-se o aporte teórico escolhido e descreve-se como foi realizado o processo metodológico. Ao final, são apontados desafios da pesquisa em comunicação diante do processo de mediação da sociedade, da cultura da convergência de conteúdos e da divergência de pontos de vista; do processo de circulação de informações sejam produzidas pelas mídias, por distintos campos de conhecimento ou por movimentos e atores sociais.

Conceitos norteadores

O processo de investigação foi constantemente reavaliado de acordo com as ações realizadas e também porque se visava a dar conta de objetos em construção e em constante movimento. No desenvolvimento da pesquisa, percebeu-se o quão complexo é analisar

objetos em mutação que estão em processo de transformação, pois aspectos que ora orientavam as relações entre leitores e jornais eram posteriormente desconstruídos, refeitos e reinventados. Um exemplo são os regramentos para comentários de leitores, que durante os seis anos de pesquisa foram reformulados pelos jornais e que é avaliado pelos editores como algo que tem de ser repensado constantemente. Por se tratar de um estudo de casos múltiplos (YIN, 2010), avaliou-se a necessidade de utilizar diferentes técnicas metodológicas para atingir os objetivos propostos.

Compreender os processos interacionais entre jornais e leitores demanda um deslocamento do olhar – não mais fixo às clássicas e estanques instâncias da produção e da recepção, mas que também considere as interpenetrações entre elas, ou seja, as “zonas de contato” (FAUSTO NETO, 2012). Uma importante implicação dessa abordagem é a investigação daquilo que os atores sociais produzem a partir do consumo das notícias, materialidades discursivas inscritas nos processos da circulação. Para dar conta dessas questões, três conceitos foram eleitos como norteadores para esta pesquisa: midiaticização, contrato de leitura e circulação.

O conceito de midiaticização ajuda a compreender as transformações da sociedade, especialmente aquelas relacionadas ao modo como as práticas sociais são redimensionadas e afetadas por lógicas de uma cultura midiática (FAUSTO NETO, 2008; MATA, 1999). Ainda na década de 1980, o semiólogo Eliseo Verón refletiu sobre a midiaticização do campo político (VERÓN, 1987), mas foi o texto publicado na década seguinte que se tornou referência para a compreensão do conceito de midiaticização. Verón (1997) propõe um esquema analítico da semiose da midiaticização, no qual destaca a constante afetação entre três instâncias da vida social: instituições, mídias e atores individuais, situando a mídia no centro desse esquema para mostrar como sujeitos e instituições sofrem injunções da cultura da mídia, num processo ainda em curso.

Dentre as práticas sociais reconfiguradas pelo processo de midiaticização está o jornalismo, afetado especialmente pelo fato de haver uma outra lógica produtiva, que dá novos contornos às rotinas jornalísticas, a seus ambientes de produção e, inclusive, à identidade dos atores (FAUSTO NETO, 2009). Aliado a isso, há a popularização da internet, que possibilitou uma mutação nas condições de acesso e circulação de discursos, e o avanço das tecnologias digitais, tendo a ampliação da produção dos atores sociais interconectados e sua crescente protagonização como uma das consequências. A convergência de conteúdos e uma certa cultura da convergência (JENKINS, 2009) vigente atualmente se tornam, assim, um imperativo, a fim de alcançar os leitores que transitam em diferentes mídias.

Na sociedade em vias de midiática, as relações – antes mais estanques e predeterminadas entre as instâncias da produção e do reconhecimento (VERÓN, 2004) – se complexificam. A linearidade que caracterizava essa relação dá lugar a um ambiente de intercâmbios constantes. No caso específico dos jornais, os leitores passam a ser também coprodutores das notícias (FAUSTO NETO, 2009) e colocam em circulação temas que vêm de seus interesses e não necessariamente estão vinculados à instituição midiática.

Nesse contexto, emerge a problemática da circulação que antes era tida como uma brecha entre produção e recepção, mas agora passa a ser importante para a compreensão dessa nova arquitetura comunicacional. O conceito de circulação tornou-se, então, norteador, pois deparou-se com um cenário em que os jornais não só precisam desempenhar a sua função tradicional de produzir notícias, mas também desenvolver estratégias discursivas específicas para manter e ampliar o contato com os leitores que o interpelam nos ambientes digitais.

Se antes os jornais controlavam a interação com os leitores através de dispositivos específicos, como as cartas e os artigos de opinião, hoje essa relação se alarga. Os leitores não apenas consomem as notícias, a partir de seus singulares modos de apropriação e interpretação, como também produzem ofertas discursivas próprias, inserindo-as em um fluxo de circulação contínuo. Por esse motivo, a circulação passa a ser o “espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação” (BRAGA, 2012, p. 38).

Compreende-se, assim, que o processo de midiática afeta não só o funcionamento das instituições e campos de conhecimento, o modo de agir de seus agentes e a relação com a mídia, como também desafia os pesquisadores da área da comunicação. Como defende Fausto Neto (2005), algumas certezas epistemológicas são (e devem ser) repensadas diante de problemas que emergem da sociedade e que demandam o redesenho de novos objetos.

Nesse contexto, os modos pelos quais os jornais buscam ter contato com seus leitores podem ser concretizados por meio de contratos de leitura (VERÓN, 2004) que visam a vínculos e processos interacionais. Por meio de discursos singulares, esses contratos tomam forma através de dispositivos específicos que fazem funcionar enunciações de sujeitos discursivos (jornais, leitores, movimentos e instituições). Para o semiólogo, é o contrato que “cria o vínculo entre o suporte e seu leitor” (VERÓN, 2004, p. 219), pois o enunciador até constrói alguns espaços imaginários em que alguns caminhos são propostos, mas cabe apenas ao leitor escolher o seu percurso de leitura.

Mesmo que a oferta discursiva do jornal já possua determinada projeção e que esses discursos tomem forma por meio de um dispositivo de enunciação, há incompletudes, visto que as notícias chegam a

públicos heterogêneos através de dispositivos distintos, o que remete a atravessamentos nesse processo interacional que outrora era mais determinado (da instância da produção para a da recepção). Com a crescente possibilidade de interação com as mídias, especialmente nos ambientes digitais, os leitores não só fazem circular discursos produzidos pela mídia, mas acoplam (LUHMANN, 2005) a eles outras projeções e olhares a partir de apropriações singulares, como comentários, interpelações, críticas ou elogios.

Dessa forma, o conceito de midiatização foi central para compreensão do cenário em que se encontram os objetos de análise; o de circulação traz para a discussão a problemática que tensiona os processos de interações entre jornais e leitores; e, por fim, o conceito de contrato de leitura ajuda a pensar, não só teoricamente como também metodologicamente, o modo como as instâncias de produção, reconhecimento e a circulação constroem vínculos entre si a partir da ideia de que não há mais relação linear entre produtores e receptores, pois estamos num ambiente em que há intercâmbios constantes e espirais que funcionam de forma sistêmica (LUHMANN, 2005). Partindo desse referencial teórico, descreve-se na sequência o percurso metodológico da pesquisa.

A processualidade do fazer metodológico

Os questionamentos iniciais eram sobre o modo como jornais de abrangência regional estavam lidando com as injunções da midiatização. O primeiro passo metodológico foi a realização de observação sistemática (GIL, 2006) nos portais/sites oficiais e nos sites de redes sociais dos jornais para observar como os periódicos organizavam sua oferta discursiva para estabelecer trocas comunicacionais. A observação compreendeu pelo menos dois períodos por ano (que variavam de uma semana a um mês cada), quando era feito um mapeamento de como ocorria a circulação das notícias nos sites e nas *fanpages*⁴.

De acordo com Fragoso, Recuero e Amaral (2013), há estratégias metodológicas diferentes para selecionar amostras qualitativas na internet e o objetivo desse tipo de pesquisa qualitativa é compreender os fenômenos de forma mais aprofundada e holística, reconhecendo o caráter dinâmico da pesquisa social. Nesse caso, as coletas foram realizadas através da ferramenta de captura da tela (*print*)⁵. Foram escolhidos períodos de forma intencional, visto que a produção de temas específicos não interferiria no propósito da pesquisa – descrever operações de circulação de notícias e processos interacionais entre jornais e leitores. A observação permitiu o mapeamento e posterior análise das operações discursivas realizadas tanto por jornais quanto por leitores. A coleta⁶ era realizada todos os dias, durante o período de

⁴ Seriam observados Twitter e Facebook, mas, a partir das primeiras coletas, notou-se que o Twitter não era utilizado e, por isso, não foi contemplado para pesquisa.

Fanpage é a página dos jornais no Facebook, que não possuem amigos, mas seguidores que “curtem” a página e passam a receber as atualizações em sua página inicial.

⁵ Captura de imagens da tela do computador feita pela tecla Print Screen e/ou por programas/extensões específicos.

⁶ A coleta simultânea nos sete jornais foi feita por uma equipe em formação na iniciação científica e no mestrado.

observação estipulado (de uma semana a um mês), no turno da noite, o que possibilitava a captura de todas as notícias postadas no intervalo de um dia⁷.

Para interpretação dos dados e leitura das marcas discursivas deixadas na materialidade dos textos, elegeu-se a análise semiológica proposta por Verón (2004), a partir da noção central de contrato de leitura. Verón (2004) auxilia a pensar essa relação de comunicação a partir de um dispositivo de enunciação, que compreende a imagem de quem fala (enunciador), a quem o discurso é destinado (enunciatário) e a relação entre ambos, que é dada no e pelo discurso.

Partindo do aporte teórico-metodológico da semiologia dos discursos, especialmente a partir de Verón (2004), foi possível fazer uma leitura dos enunciados, tanto nas postagens dos jornais quanto dos leitores em seus comentários, notando-se que os periódicos vivenciavam uma fase de experimentação através da protagonização do leitor. Além disso, foram identificadas diferentes lógicas de participação dos leitores – para criticar, ironizar, cobrar mais qualidade na apuração, apontar falhas, agregar informações à notícia – a partir de uma categorização que sinaliza a complexificação dos vínculos entre jornal e leitores, uma relação em permanente construção.

Num primeiro momento, percebeu-se que os jornais ofertavam dispositivos através dos quais os leitores poderiam contatá-los, resolvendo-se aparentemente a questão do acesso. Entretanto, numa análise mais aprofundada dos materiais, notou-se que diante de interpelações, os periódicos silenciavam, havendo vazios no processo interacional. A partir dessas constatações, decidiu-se focar a pesquisa no processo de circulação, pois mesmo que os jornais quisessem controlar a interação, isso não era possível já que as enunciações construídas por atores e campos seguiam rumos próprios, não previstos e em fluxos contínuos.

Para que o ciclo da pesquisa pudesse se complementar, era preciso compreender como os jornais lidavam com a emergência de coprodutores e quais são as motivações para que os leitores participassem do fazer jornalístico. Dessa forma, a partir da elaboração de um roteiro de questões foram realizadas entrevistas com editores, chefes de reportagem, repórteres e editores responsáveis pela área de digital/tecnologias nas redações dos jornais analisados. As entrevistas⁸ foram realizadas em dois momentos: em 2011 e entre os anos de 2014 e de 2015 para que fosse possível identificar mutações não só no processo interacional com seus leitores, mas também no fazer jornalístico, na elaboração de estratégias discursivas e mercadológicas de contato com seus leitores e na avaliação do que é notícia.

Outra questão que inquietava durante o andamento da pesquisa era o modo como os leitores avaliavam a interação proposta pelos

⁷ Os jornais iniciavam suas postagens nas redes sociais às seis horas e finalizavam, em média, às 23 horas.

⁸ Todos os entrevistados assinaram um termo de consentimento livre e esclarecido que detalhava os objetivos da pesquisa, que os dados seriam usados para elaboração de artigos e os contatos da pesquisadora responsável pelo projeto caso fosse necessário fazer mais algum tipo de esclarecimento.

jornais, bem como suas motivações para comentar as publicações e entrar nas discussões. Assim, decidiu-se que o último passo deveria contemplar entrevistas com leitores. Faltava, entretanto, criar estratégias para selecionar e alcançar esses leitores. Decidiu-se fazer uma nova coleta de dados nas páginas do Facebook dos jornais para ser possível selecionar alguns leitores para entrevista⁹.

Para concentrar as entrevistas em apenas um perfil, foi criada uma conta na rede social, demarcando através de um texto de apresentação que aquele perfil estava relacionado à realização de uma pesquisa acadêmica. Inicialmente, enviou-se uma mensagem para os primeiros perfis selecionados. Deparou-se com uma limitação: como não havia amizade¹⁰ entre o perfil da pesquisadora e os leitores na rede social, as mensagens eram enviadas para uma pasta secundária, nomeada de “Outras”¹¹, que não sinalizava a entrada de nova mensagem e, logo, poderia passar despercebida pelos leitores. Por conta disso, foi observado que seria necessária outra estratégia de contato, pois houve pouco retorno das mensagens enviadas. Dessa forma, decidiu-se adicionar os leitores, enviando-lhes uma solicitação de amizade. Com o aceite da amizade, as mensagens enviadas seriam direcionadas para a caixa de entrada dessas pessoas. Como não havia intenções de ter representatividade em relação a tipos de públicos e dados sócio-demográficos de caráter quantitativo, a estratégia foi avaliada como satisfatória, pois conseguiu-se fazer 38 entrevistas¹².

O questionário era precedido de uma apresentação da pesquisa e a pergunta “Você comenta com frequência a página do jornal (nomeava-se o periódico) aqui no Facebook?”. Depois, havia quatro perguntas norteadoras: 1. Como as matérias chegam até você? Pelo *feed de notícias*¹³? Ou você tem o costume de visitar diretamente a *fanpage*?; 2. Quais matérias chamam mais atenção?; 3. Que motivos te levam a comentar matérias?; 4. Como você avalia sua interação com o jornal? Essas mesmas questões foram feitas a todos. Ao final, observou-se que cada entrevista foi dinamizada conforme o que os leitores diziam e, a partir das respostas às perguntas norteadoras, outras questões eram feitas, como “você obtém alguma resposta ao que comenta?” e “você conversa com outros leitores do jornal?”.

A pesquisa passou pelas instâncias da produção – com a observação daquilo que era produzido e ofertado pelos jornais e com as entrevistas com os jornalistas –, da recepção – com descrição do que era comentado pelos leitores e com a realização de entrevistas com estes – e da circulação – com a análise dos dados coletados a partir das interações entre essas instâncias e cruzando o que era identificado nas análises das operações discursivas com os dados coletados nas entrevistas. Nesse percurso que buscou dar conta de compreender as relações entre jornais e leitores, deparou-se com desafios de diferentes

⁹ O critério de seleção foi baseado no número de vezes que comentavam as postagens do jornal de seis a dez de abril de 2015.

¹⁰ “Amigo” é o rótulo utilizado pelo Facebook para nomear os contatos que fazem parte de sua rede.

¹¹ O Facebook possui um chat, ou seja, um sistema de troca de mensagens instantâneas. Quando dois contatos são “amigos” no Facebook, essas mensagens são direcionadas para sua caixa de entrada e o usuário recebe uma notificação quando essa mensagem chega. No entanto, quando os usuários não são “amigos”, a mensagem enviada é direcionada para uma caixa de mensagens denominada “Outras” e o destinatário não recebe nenhuma notificação. Assim, a mensagem só será lida se o usuário tiver o costume de acessar essa caixa.

¹² Somando-se o envio de mensagem e os pedidos de amizade, foram contatados mais de 100 leitores dos sete jornais pesquisados, mas foram concluídas 38 entrevistas, assim divididas: *Pioneiro*: 27; *Diário de Santa Maria*: 3; *Diário Popular*: 5; *O Nacional*: 3.

¹³ Página inicial do Facebook que mostra as atualizações dos perfis e páginas. Importante lembrar que, em janeiro de 2018, o Facebook anunciou que iria privilegiar conteúdos de interação pessoal (publicados por contatos amigos) em detrimento dos conteúdos distribuídos por páginas de empresas, como as dos veículos de mídia. Essa decisão fez com que jornais de referência, como a Folha de S. Paulo, deixassem de publicar em sua página, por considerar que não haveria mais motivos para isso, já que a distribuição seria minimizada. Tal decisão marca uma nova fase na conturbada relação entre o Facebook e as empresas de mídia.

ordens. Na sequência, reflete-se sobre as escolhas e também sobre os obstáculos para então ser possível apontar algumas pistas para pensar pesquisas futuras.

Os desafios metodológicos

Desde o início, entendeu-se que a importância desta pesquisa estava, sobretudo, na compreensão sobre o modo como jornais de abrangência regional lidavam com o avanço tecnológico-digital, com a reconfiguração de suas dinâmicas de interação, assim como com outras lógicas de contato acionadas pelos leitores diante do processo de mediação da sociedade e da emergência da circulação. A opção por estudar jornais de pequeno e médio porte se deu, principalmente, por identificar uma lacuna nas pesquisas em comunicação, que focavam seus estudos nas transformações ocorridas em jornais maiores e nomeados como “de referência”.

O interesse por compreender as lógicas interacionais entre os jornais e os leitores nos ambientes digitais fez com que fosse percebido que a pesquisa não teria um desenvolvimento desejável se fosse focado em apenas uma das instâncias tradicionais e estanques do processo comunicacional – produção ou recepção. Além disso, nessa nova arquitetura comunicacional da sociedade em processo de mediação, em que os atores se movem por essas instâncias constantemente, seria difícil categorizar o que é estritamente de uma ou outra ordem. Outro aspecto central é que uma terceira instância, a da circulação, emerge também nessa problemática de caráter interacional, demandando o deslocamento de um olhar linear para um mais complexificado, desafiando-nos a investigar os circuitos e descrever operações de contato que se constroem nesses processos relacionais.

Assumir a circulação enquanto problemática central para o entendimento das interações entre jornais e leitores foi também deparar-se com o desafio de fazer escolhas metodológicas. Como essas relações entre produção e recepção ocorrem por meio de processualidades, a alternativa encontrada foi discutir a sua constituição através da descrição das operações de sentidos realizadas por jornais e leitores na ambiência da mediação. O que se buscou foi uma maneira de analisar as ofertas discursivas dos jornais, o modo como os leitores se apropriavam de tais ofertas e também como produziam os seus próprios discursos.

Nesse sentido, outra dificuldade foi encontrar técnicas de pesquisa que conjugadas possibilitassem a coleta desses materiais, sobretudo porque também interessava aquilo que era produzido e compartilhado pelos leitores nesses ambientes midiáticos. Por meio

da observação sistemática, foram mapeadas operações discursivas (VERÓN, 2004) e, a partir da análise discursiva dos comentários, compreendeu-se não apenas o modo como o jornal interagia com os leitores, e vice-versa, como também foram identificadas algumas situações (mesmo que escassas) em que os periódicos utilizavam as informações produzidas pelos leitores como insumo para a elaboração de novas pautas.

Algo que dificultou a coleta dos dados nas mídias sociais foram os próprios regramentos impostos pelo Facebook, que elimina alguns comentários e os organiza a partir de uma hierarquia própria de seus algoritmos¹⁴. Em função disso, em matérias muito comentadas, alguns dos comentários se perdiam. Não se encontrou, durante a realização da pesquisa, nenhuma ferramenta específica ou software que pudesse auxiliar na coleta completa desse material, por isso optou-se pelo print e coleta manual¹⁵.

Ademais, é impossível pensar a realização desta pesquisa dentro de uma metodologia linear, cujos procedimentos de análise são previamente estipulados. Não é raro ver pesquisas que elegem determinadas técnicas, enquadrando para seus objetos etapas metodológicas já realizadas em outras pesquisas. Buscou-se um afastamento desse tipo de estratégia, pois compreende-se que as pistas produzidas pelo material empírico devem orientar o modo como a pesquisa se desenvolve, afinal, os dados “falam” e demandam outros olhares e suportes metodológicos.

Assim, a técnica de observação foi um dos caminhos mais profícuos para entender os objetos e captar, pela sua dinâmica, as demandas que ele exigia. Ao observar a realidade empírica produzida tanto pelos jornais quanto pelos leitores nos sites e redes sociais, conseguimos fazer escolhas teóricas que pudessem dar conta da complexidade dos objetos. O conceito de circulação só surgiu como chave teórica após a primeira fase de observação do ambiente digital dos periódicos.

Destaca-se, ainda, a complementação de técnicas de pesquisa como proveitosa para realizar investigações que demandam o trabalho com muitos dados. Ao realizar entrevistas com jornalistas e leitores, agregou-se esses dados aos já coletados durante as observações. Com o cruzamento dessas informações, foi possível ir além das marcas encontradas na materialidade dos enunciados e compreender algumas das condições que influenciavam a produção jornalística e dos leitores. Um desses aspectos é a questão da regulação do acesso, visto que editores explicaram a dinâmica da moderação de comentários: a maioria dos jornais possui moderação para comentários no site (por meio de cadastro ou inscrição, pode-se comentar a partir do que os jornais instituem como importante ou relevante para publicar após a sua enunciação) e não possui qualquer ingerência sobre o ambiente do Facebook.

¹⁴ O Facebook organiza os comentários em três categorias: “Principais comentários – os “mais relevantes aparecem no topo”; “Mais recentes – são “novos comentários e aqueles que são respondidos aparecem no topo”; “Comentários Top – sem filtro – em que são mostrados todos os comentários – incluindo spams e comentários em outras línguas, com os mais relevantes comentários no topo”.

¹⁵ No início de 2018, foi divulgada a criação da ferramenta Netvizz, desenvolvida por pesquisadores da Universidade de Amsterdã para auxiliar na extração de dados do Facebook, como curtidas, fotos e comentários. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/dicas-e-tutoriais/2018/03/como-extrair-dados-de-paginas-do-facebook-com-o-netvizz.ghtml> Acesso em: 28 out. 2018

Um dos principais desafios encontrados durante a investigação – e que parece ser também um desafio para a pesquisa em comunicação como um todo – refere-se às técnicas de pesquisa apropriadas para se investigar a instância da recepção frente a este cenário de reconfiguração da oferta discursiva e da emergência de outros protagonistas. No decorrer da pesquisa, sentiu-se a necessidade de também falar com aqueles atores que frequentemente estão ali, comentando as notícias e tensionando o fazer jornalístico. Decidiu-se, então, realizar uma última observação para identificar o perfil dos leitores que eram comentaristas frequentes das páginas dos jornais nas redes sociais.

Interpelar esses leitores por meio do envio de mensagens para seu perfil pessoal foi a maneira encontrada de estabelecer um primeiro contato. Percebeu-se, no entanto, que foram necessárias muitas tentativas para conseguir algumas entrevistas, visto que a lógica regulatória do Facebook não é propícia para esse tipo de abordagem, pois só com o aceite da solicitação de amizade é que haveria a certeza de que o entrevistado teria acesso à mensagem enviada. É preciso, ainda, considerar que muitas pessoas não aceitam perfis desconhecidos, assim como desconfiam da abordagem de estranhos.

Outro aspecto limitador diz respeito à representatividade dos entrevistados, pois alguns que comentavam muito as matérias não aceitaram o pedido de amizade e, portanto, não responderam às perguntas. Dessa forma, o critério central acabou sendo o de acesso e não de participação, pois os que aceitaram o pedido de amizade e foram inqueridos em entrevista não são, efetivamente, os que estão mais presentes nesse ambiente interacional. A amostra que respondeu às questões não é representativa, mas conveniente pelo acesso que tivemos aos dados. O perfil criado para a pesquisa foi bloqueado após pedido de amizade realizado por vários integrantes do grupo ao mesmo tempo e em diferentes cidades. O bloqueio foi uma consequência desse tipo de abordagem dos entrevistados. Uma possível estratégia metodológica é a criação de formulário para postagem no perfil da equipe de pesquisa, mas não há garantias de que quem venha a responder a pesquisa seja um leitor dos jornais pesquisados.

No entanto, mesmo com as dificuldades encontradas na realização das entrevistas com leitores, o resultado obtido foi suficiente para elencar que algumas das motivações que os levam a comentar nas páginas dos jornais na internet são: promover o debate, pedir ao jornal para corrigir informações erradas, requerer informações mais detalhadas, saber de notícias locais, exigir a cobertura de pautas que julgam importantes para si e sua comunidade (o que denota uma compreensão de parte dos leitores do que considera ser efetivamente um valor-notícia para si e para sua comunidade).

Como dito no início deste texto, a pesquisa é de abordagem qualitativa, o que já é um limitador em termos de alcance e de resultados. A possibilidade de uma abordagem de ordem mais quantitativa poderia resolver algumas brechas. Por exemplo, o levantamento quantitativo de temas mais comentados poderia apontar tendências da participação dos leitores em relação a categorias como de gênero, idade ou ocupação profissional. Além disso, um olhar mais quantitativo poderia revelar a protagonização de leitores que mais buscam interação nesse ambiente, revelando-se alguns comentaristas habituais que poderiam, posteriormente, ser abordados por meio de outras estratégias de contato (não só pelo perfil no Facebook, mas também buscando-se descobrir e-mail e telefone, por exemplo). Outro aspecto a considerar é a profusão de perfis falsos, o que já foge do alcance desse tipo de proposição de caráter mais qualitativo.

Considerações finais: algumas pistas conclusivas

Este texto buscou refletir acerca de um elenco de desafios encontrados durante a realização de pesquisa sobre os processos interacionais entre jornais de abrangência regional e seus leitores. Entende-se que cada pesquisa se desenha de acordo com os objetos que investiga e bases teóricas e decisões metodológicas que aciona. Portanto, não há qualquer ambição deste texto servir como receituário metodológico. Pelo contrário, a ideia deste artigo nasceu a partir de diferentes momentos de compartilhamento dos resultados da pesquisa em congressos e seminários, quando se percebeu que os pontos mais discutidos eram justamente aqueles referentes à metodologia. Notou-se, tanto nesses momentos quanto nos próprios enfrentamentos do dia a dia da pesquisa, que os anseios e possibilidades de percurso conectavam a pesquisa a outras também em curso que se ocupam de investigar circuitos comunicacionais complexos.

O conceito de circulação surge no horizonte da pesquisa como uma chave teórica, mas não de modo apriorístico. Seu acionamento se dá em função de uma problemática que foi se desenhando a partir do enfrentamento com o objeto empírico. Se o objetivo da pesquisa era compreender a lógica dos contratos estabelecida entre jornais e leitores, a exploração do observável mostrou que as lógicas de contato eram outras, apontando para zonas de articulação ainda pouco sondadas.

Neste texto, discutimos essa questão através da apresentação dos principais resultados da pesquisa e, especialmente, da reflexão sobre a metodologia. Depois da avaliação dos resultados e dos processos aqui descritos, torna-se também possível sinalizar pistas que servem como

aprendizado que ajudam a refletir sobre a organização metodológica de pesquisas futuras.

O primeiro aprendizado é a necessidade de aprimorar técnicas de pesquisa que deem conta das investigações que têm como cenário o ambiente digital. Os estudos sobre recepção e consumo midiático avançam nesse sentido e é preciso estabelecer esse diálogo. Cada vez mais, torna-se imperativo compreender os modos de apropriação dos leitores, já que estes ocupam um lugar de protagonistas na produção noticiosa.

Acredita-se também que o acoplamento de diferentes técnicas é elementar para as investigações nas quais os objetos demandam um estudo mais aprofundado em sua processualidade, pois é possível considerar suas múltiplas variáveis. Dessa forma, avalia-se de forma positiva a adoção de perspectivas plurais e complementares para investigar os fenômenos comunicacionais, especialmente quando há a proposta de investigar as relações entre produção e recepção ou o território incerto da circulação.

Ao considerar as disjunções entre a oferta discursiva e a interpretação de sentidos no processo interacional entre jornais e leitores, o acionamento do arcabouço teórico-metodológico da análise semiológica também se mostrou apropriado. Analisou-se como cada jornal instituía, diariamente, um contrato com seus leitores, através da proposição de determinados caminhos de leituras, bem como foi possível descrever alguns rumos que a interação tomava para além da imposição desses regramentos e limitadores midiáticos.

A emergência de marcas cada vez mais presentes da circulação reconfigura a oferta discursiva. Estamos diante de coprodutores e coenunciadores, em que a recepção não pode mais ser estudada como um lugar estanque que recebe algo de um emissor e se constitui como um destinatário apenas. A pesquisa mostra que emergem distintos enunciadores que por meio de enunciações singulares colocam em cena seus anseios, expressam suas opiniões e discutem suas ideias entrando em contato com outros sujeitos enunciadores nessa nova zona de interpenetração (FAUSTO NETO, 2012).

Se outrora a instância da produção projetava uma imagem de seus receptores e a eles ofertava determinados discursos imaginando que ali poderia ser instituída uma relação previsível, com o processo de midiaticização da sociedade ainda em curso essa pressuposição é revista. Diante da existência de marcas discursivas cada vez mais explícitas (mas também mais difíceis de serem apreendidas e categorizadas) da instância da circulação, as relações entre as mídias e seus leitores se complexificam.

Através de pesquisas que se proponham a descrever essas marcas discursivas e os traços produzidos pelos distintos

enunciadores, pode-se mapear o que ocorre nesses ambientes, não mais marcados por certezas, mas sim por bifurcações, fluxos descontínuos e imprevisíveis que geram embates, tensionamentos, divergências, convergências e acoplamentos.

Como problematiza Braga (2017), há fluxos comunicacionais que se desenvolvem de forma contínua e adiante. Dessa maneira, a pesquisa propôs-se ir além da observação dos processos interacionais que tomavam como ponto de partida o produto, desenvolvendo-se estratégias metodológicas para coletar pistas de como os participantes-comentadores de notícias de jornais avaliavam esses vínculos e a constituição dos contatos que ali podem ser estabelecidos.

Entretanto, é preciso lembrar que toda pesquisa possui limites, pois mesmo que “a midiaticização social tenha trazido uma acuidade perceptiva e uma intensidade operacional aos circuitos de comunicação, estes não se restringem nem aos produtos que circulam, nem aos momentos diretamente midiáticos” (BRAGA, 2017, p. 48). Ficam assim muitos desafios para a pesquisa na área de Comunicação, visto que a sociedade, de distintas maneiras, apreensões e interesses, constrói seus próprios circuitos de comunicação, pois como lembra o autor, os participantes dos processos comunicacionais fazem continuar a circulação.

Referências

BRAGA, José Luiz. Constituição do campo da comunicação. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 25, n. 58, p. 62-77, jan/abr. 2011.

BRAGA, José Luiz . Circuitos versus campos sociais. In: JANOTTI JUNIOR, J.; MATTOS, M. Â.; JACKS, N. (Org.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012, p. 31-52.

BRAGA, José Luiz. Circuitos de Comunicação. In: _____; CALAZANS, R.(orgs.). **Matrizes Interacionais: A Comunicação Constrói a Sociedade**, vol.2. Campina Grande: EDUEPB, 2017.

BRENNEN, B. S. **Qualitative research: Methods for Media Studies**. New York/London: Routledge, 2013.

FAUSTO NETO, Antônio. Dos sintomas aos programas de estudo. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo. v. 28, n. 1, jan./jun. 2005.

FAUSTONETO, Antônio. Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização. **Matrizes, São Paulo: ECA/USP, ano 1, n. 1**, p. 89-105, 2008.

FAUSTO NETO, Antônio. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. **Galáxia**, v. 9, n. 18, p. 19-30, 2009.

FAUSTO NETO, Antônio. Narratividades jornalísticas no ambiente da circulação. In: PICCININ, F.; SOSTER, D. (Org.). **Narrativas comunicacionais complexificadas**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2012, p. 45-67.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

FRANÇA, Vera. O objeto da comunicação: a comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, A.; MARTINO, L.; FRANÇA, V. **Teorias da comunicação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

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

MATA, M. C. De la cultura masiva a la cultura mediática. **Diálogos de la Comunicación**, Lima, 1999, p. 80-91.

VERÓN, Eliseo. Esquema para el análisis de la mediatización. **Diálogos de la Comunicación**, Lima, n. 48, 1997.

VERÓN, Eliseo. **Semiosis de lo ideológico y del poder: la mediatización**. Buenos Aires: UBA, 1987.

VERÓN, Eliseo. **Fragments de um tecido**. São Leopoldo: Unisinos, 2004.

YIN, R. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. Porto Alegre: Bookman, 2010.