

A circulação da notícia na sociedade em processo de midiáticação: o caso de jornais de abrangência regional¹



Viviane Borelli ¹

Resumo

No contexto de uma sociedade em vias de midiáticação, descreve-se como ocorre o processo de circulação de notícias de jornais gaúchos em seus sites e páginas no *Facebook*. Os jornais têm criado dispositivos para contatar seus leitores, o que resulta em mais fluxos de informação e maior circulação de sentidos. Entretanto, os periódicos ainda fazem experimentações quanto ao uso desse contato para ampliar os vínculos e transformar o que vêm dos leitores em material produtivo para seu fazer jornalístico.

Palavras-chave: midiáticação; circulação; jornal; leitor;

Resumén

En el contexto de mediatización de la sociedad, se describe como ocurre el proceso de circulación de noticias publicadas en siete diarios de referencia regional en Río Grande do Sul en sitios y fanpages de los medios. Los diarios crearon dispositivos para tener contacto con sus lectores, donde hay más flujos de informaciones e circulación de sentidos. No obstante, los periódicos aún hacen experimentaciones para usar ese contacto y ampliar sus vínculos y transformar o que viene de sus lectores en productos para el hacer periodístico.

Palabras-clave: mediatización; circulación; periódico; lector;

Abstract

In the context of a society in the process of mediatization, the process of news circulation of “gaúcho” newspapers on their sites and Facebook pages is described. The newspapers have created means to contact their readers, which results in more information flows and more circulation of meanings. Nevertheless, the journals have been experimenting with the use of such contact to amplify the ties and change what they observe from the readers into productive material for their journalistic deed.

Key-words: mediatization; circulation; newspaper; reader;

¹ Uma primeira versão do artigo foi apresentada na “Comunicação Coordenada 06 - A mediáticação e as reconfigurações do jornalismo” do XII Encontro Nacional De Pesquisadores Em Jornalismo, que aconteceu em novembro de 2014, em Santa Cruz do Sul, RS.

² 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: borelliviviane@gmail.com

1 Introdução: sobre objetos em mutação

As mudanças na oferta discursiva de jornais do interior gaúcho no contexto da sociedade em processo de midiaticização são pesquisadas há três anos. Num primeiro momento, foram analisados os dispositivos criados pelos jornais para que os leitores pudessem interagir com ele, bem como os regramentos impostos pelas instituições midiáticas para que esse contato pudesse ocorrer e se ampliar além da materialidade do impresso.

Notou-se que os jornais aparentemente resolveram a questão do acesso à sua instância, pois os espaços editoriais foram expandidos para além das possibilidades de contato tradicionais, como cartas e e-mails. Entretanto, observou-se que a demanda acionada pelos leitores para acesso ao jornal não está resolvida no que se refere às respostas, retornos e ressignificações. Ou seja, os jornais ofertam cada vez mais dispositivos de interação, enunciam que estão dando espaço aos leitores, mas silenciam quando são acionados e questionados por eles (BORELLI, 2013).

A partir dos resultados da primeira fase de pesquisa, analisa-se neste artigo como ocorre a circulação e os fluxos de informações entre jornais e leitores³, e também entre a instância específica dos leitores, que tomam para si a enunciação no momento que ocorrem silenciamentos por parte dos jornais. O artigo faz parte da problemática desenvolvida no projeto de pesquisa “Produção e circulação da notícia: as interações entre jornais e leitores”⁴. De forma mais ampla, questiona-se sobre como o processo de midiaticização afeta o fazer jornalístico no caso de jornais de circulação regional, que são tomados como referência nas cidades que circulam e constituem-se em dispositivos técnicos e simbólicos geradores de múltiplos sentidos.

Pesquisadores têm estudado as transformações pelas quais passa o jornalismo a partir de distintos aspectos: a participação de leitores na construção de pautas e notícias por meio do jornalismo colaborativo, as possibilidades interacionais, a constituição de do *ethos* jornalístico, a emergência de processos autorreferenciais⁵. A reflexão proposta também gira em torno da reconfiguração das audiências e dos sujeitos e os desafios da pesquisa em jornalismo. Salienta-se que a abordagem proposta insere-se na problemática de uma sociedade em processo de midiaticização em que os processos midiáticos afetam as práticas sociais, como o jornalismo. O olhar sobre os objetos busca fundamentos na semiologia dos discursos sociais, especialmente nos conceitos de contrato de leitura e dispositivo de enunciação propostos por Verón (2004).

Compreende-se o conceito de dispositivo como uma matriz geradora de sentidos e que dispõe algo, por meio de uma oferta discursiva e uma técnica específica, para ser interpretado. O dispositivo constitui-se, como conceitua MOUILLAUD (1997), a partir do material e do imaterial, ou seja, o jornal impresso possui uma forma e também uma simbólica. A partir dessa perspectiva, a organização jornalística cria dispositivos específicos no ambiente digital – portais, sites, blogs, microblogs, sites de redes sociais – para que o contato com seus leitores seja ampliado para além do impresso. Nesse senti-

³ Aqui compreendidos não a partir da noção clássica, estanque e linear que prevê duas instâncias: a da produção e a da recepção, mas como produtores, consumidores, enunciadores e interagentes que trocam de papéis no contexto de uma sociedade em processo de midiaticização. Receptores e audiência são conceitos que historicamente remetem à passividade, mas aqui são compreendidos como atores e sujeitos que produzem várias formas simbólicas para se enunciar no âmbito das relações entre mídias e campos sociais.

⁴ 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.

⁵ Como: MIELNICZUK, Luciana. *Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual*. Tese. Doutorado em Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea – Universidade Federal da Bahia (UFBA). Salvador, 2003. QUADROS, Cláudia. *Participação do público no webjornalismo*. Anais do III Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo. NOV, 2005. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/viewFile/56/56>. Acesso em 23 de julho de 2014. FELIPPI, Ângela. *Jornal: novos cenários, novas estratégias e SOSTER, Demétrio. Jornalismo midiaticizado: a mídia na frente do espelho*. In: FELIPPI, Ângela; SOSTER, Demétrio; PICCININ, Fabiana. (orgs.) *Metamorfozes Jornalísticas: formas, processos e sistemas*. Santa Cruz do Sul: Edunisc, 2007.

do, vêm-se utilizando a expressão dispositivo tecno-simbólico por conceber que ele pré-dispõe os sentidos gerados a partir das suas processualidades. Assim, deve ser compreendido através de sua materialidade, suas técnicas específicas, seus modos de expressão e de relação com a sociedade⁶.

A análise repousa sobre o que é produzido para os ambientes digitais de sete jornais gaúchos⁷, que circulam especialmente em suas cidades-sede, mas produzem notícias sobre municípios de suas regiões. Como circulam em cidades de médio porte, classifica-se de abrangência regional por abarcarem também algumas cidades vizinhas à sede.

O número de curtidas na *Fanpage* dos jornais no *Facebook* é o seguinte: Pioneiro-87.401; Gazeta do Sul- 11.551; A Plateia-21.685; O Nacional-50.395; Diário de Santa Maria- 207.335; Diário Popular - 72.987; A Razão - 15.747. As curtidas do Diário de Santa Maria são bem superior à quantidade dos demais periódicos e está muito próximo do número total de habitantes da cidade, que é 261.031 mil.

O jornal mais novo é o Diário de Santa Maria que pertence à família Sirotsky do Grupo RBS (Rede Brasil Sul) e foi criado em 2002. Abrange a região centro-oeste do RS e em junho de 2012, para comemorar dez anos de criação, mudou seu projeto gráfico e ampliou sua inserção nas mídias digitais.

Fundado em 1934 pelo jornalista Clarimundo Flores, A Razão pertenceu aos Diários e Emissoras Associados de propriedade de Assis Chateaubriand. Na década de 80 foi adquirido pela empresa jornalística De Grandi Ltda.

A Gazeta do Sul foi criada a partir de um movimento de empresários de Santa Cruz do Sul em 1945 e desde então circula nos Vales do Rio do Pardo e Taquari, região fumicultora e de colonização alemã. A população de Santa Cruz é de 118.374 mil habitantes.

A Plateia de Sant'Ana do Livramento, que possui população de 82.464 mil, foi criado em 1937 e há quatro anos foi adquirido, juntamente com o Jornal da Semana, pela JK Empresa Jornalística. A publicação possui versão em espanhol pela localização fronteiriça com o Uruguai.

Criado em 1925, na região do Planalto, O Nacional pertence à MC-Rede Passo Fundo de Jornalismo Ltda de propriedade da família Múcio de Castro. A região é polo de produção de grãos e tem representatividade no setor industrial do RS. A população de Passo Fundo é de 184.826 mil habitantes.

O Diário Popular é o mais antigo do RS, sua sede é em Pelotas, que possui 328.275 mil habitantes, circula na região Sul desde 1890, tendo à frente a família Fetter. Recentemente, implantou uma nova página na web com atualizações constantes das notícias de Pelotas e da região.

Pioneiro circula na região da serra gaúcha desde 1948 e também faz parte do Grupo RBS. A região da Serra é conhecida por sua colonização italiana e é uma das mais ricas do estado do RS. Como Pioneiro é o único a figurar na lista dos 50 jornais de maior circulação no país (Caxias do Sul é a maior cidade-sede dos periódicos estudados, com 435.564 mil habitantes) e grande parte não está inscrita no IVC, decidiu-se não referir números de exemplares impressos⁸.

A partir de observação sistemática (GIL, 2006) realizada durante o primeiro semestre deste ano, fez-se um mapeamento de como ocorre a circula-

⁶ BORELLI, Viviane. Mídiação, dispositivo e os novos contratos de leitura geram uma outra religião. **BOCC: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação**, v. 2010, p. 1-15.

⁷ Todas as informações sobre os jornais e sua história foram coletadas em Diário de Santa Maria. Disponível em: <http://www.diariosm.com.br>. Acesso em 21 de junho de 2014. Pioneiro. Disponível em: <http://www.pioneiro.com.br>. Acesso em 21 de junho de 2014. Gazeta do Sul. Disponível em: <http://www.gaz.com.br/gazetadosul/conteudo/99-institucional.html>. Acesso em 21 de junho de 2014. A Plateia. Disponível em: [HTTP://www.jornalplateia.com](http://www.jornalplateia.com). Acesso em 16 de junho de 2014. O Nacional. Disponível em: <http://www.onacional.com.br/empresa/ler/2>. Acesso em 16 de junho de 2014. A Razão. Disponível em: <http://www.arazao.com.br/sobre/>. Acesso em 16 de junho de 2014. Diário Popular. Disponível em: <http://www.diariopopular.com.br/>. Acesso em 12 de junho de 2014. As informações sobre a população de cada cidade, com base no Censo do IBGE de 2010, foi retirada de <http://cidades.ibge.gov.br>. Os dados das páginas dos jornais no Facebook também foram coletados em junho de 2014 e os prints das páginas do Facebook e dos sites e portais oficiais foram feitos em junho de 2014.

⁸ Há também inconsistência e inexistência de dados completos, pois alguns não mencionam número de exemplares impressos e outros baseiam-se apenas em dados resultantes de pesquisas realizadas por instituições que são contratadas pela própria organização jornalística.

ção das notícias no ambiente digital para que fosse possível descrever como ocorrem os processos interacionais entre jornal e leitores nos dispositivos digitais. De 12 de maio a 12 de junho de 2014, fez-se uma coleta de todas as ações realizadas pelos jornais em seus sites, portais e redes sociais⁹. Escolheu-se esse período de forma deliberada e intencional, visto que a produção de temas específicos não interfere no propósito da pesquisa que é analisar as operações de circulação de notícias e os processos interacionais entre jornais e leitores. A observação pareceu ser uma possibilidade para o mapeamento das operações discursivas realizadas tanto por jornais quanto por leitores.

Posteriormente, para compreender como ocorrem as interações entre jornais e leitores, utilizou-se também o conceito de contrato de leitura, pois é ele que “cria o vínculo entre o suporte e seu leitor” (VERÓN, 2004, p. 219). Entende-se que os modos através dos quais os jornais buscam a interação com seus leitores se concretizam por meio de contratos que tomam forma através de dispositivos que fazem funcionar os processos de enunciação.

Para dar conta do proposto, são discutidos os conceitos de midiaticização, circulação e convergência. Depois, descrevem-se os processos interacionais entre jornal e leitor para, finalmente, buscar compreender como se constituem os vínculos entre essas instâncias e em que medida esses fluxos afetam a produção de material noticioso.

2 Midiaticização, circulação e convergência

O conceito de midiaticização é compreendido através de processualidades e concorda-se com Fausto Neto (2008) e Braga (2012a) que pensam estarmos numa sociedade em vias de midiaticização. Acredita-se que o processo de midiaticização está em curso e cabe-nos compreender como ele afeta as práticas sociais, os sujeitos e suas relações com o mundo. Nesse caso específico, entende-se que o processo de midiaticização afeta de forma distinta as práticas sociais. Como conceitua Verón (1997), a centralidade da mídia faz com que as demais instituições e seus sujeitos sofram injunções da mídia e de sua cultura específica havendo, portanto, um processo de midiaticização da sociedade ainda incompleto.

Nessa perspectiva, pode-se dizer que o processo de midiaticização é entendido como uma nova ambiência atravessada por tecnologias e símbolos, em que as interações são reconfiguradas por estratégias que colocam – “produtores e consumidores – em uma mesma realidade, aquela de fluxos e que permitiria conhecer e reconhecer ao mesmo tempo” (FAUSTO, 2008, p. 93). Para o autor, o processo de midiaticização afeta a cultura jornalística, as rotinas, o sistema produtivo e os atores. Nessa nova ambiência, os leitores ganham também *status* de produtores de notícias (FAUSTO NETO, 2009b).

Nesse contexto, com as transformações sócio-técnicas-simbólicas avançadas pelo processo de midiaticização, uma instância, antes tida como uma brecha entre produção e recepção, passa a chamar a atenção: a circulação. Para Fausto Neto (2009a), atualmente a circulação deixa de ser uma pro-

⁹ Para a coleta de dados, contou-se com a colaboração dos alunos de Iniciação Científica do curso de Comunicação Social – Jornalismo da UFSM: Laura Moura de Quadros, Luan Moraes Romero, Cibele Cristine Zardo e Gabriele Wagner de Souza.

blemática de intervalos, um elemento invisível, para se constituir em um mecanismo central para se entender as relações entre produção e recepção. Braga (2012a, p. 38) compartilha de visão semelhante ao considerar que a circulação agora é vista como o “espaço do reconhecimento e dos desvios produzidos pela apropriação”.

Para Braga (2012a), o processo de circulação ocorre por meio de fluxos contínuos e adiante, formando circuitos complexos, uma vez que atravessam distintos ambientes, constituindo várias articulações. O autor concebe ainda que no processo de circulação há contra-fluxos, pois, a partir do que é ofertado pelo jornal, os leitores produzem outros discursos, que podem se constituir em respostas diretas ou interações entre eles. Esse circuito inverso sempre existiu, mas se torna mais evidente na sociedade em vias de midiatização, como salienta Braga (2012b, p. 50): “no contra-fluxo passamos a produzir a partir das respostas que pretendemos, esperamos ou supomos”.

O conceito de convergência de Jenkins (2009, p. 30) também ajuda a elucidar os processos interacionais entre jornais e leitores. O autor diz que produtores e consumidores de mídia não ocupam mais espaços separados e distantes, pois interagem “de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo”.

Nesse contexto, como já foi dito, as relações estão em constituição e ocorrem por meio de processualidades que podem ser mostradas e discutidas através da descrição de operações de sentidos realizadas por jornais e leitores nessa nova ambiência da midiatização.

Concebe-se que a cultura da convergência e o processo de midiatização da sociedade afetam as práticas jornalísticas. Entretanto, no caso dos jornais considerados de referência e que possuem circulação nacional, há ressonâncias distintas daquelas observadas em jornais de pequeno e médio porte, que possuem uma área de circulação mais restrita.

Nota-se que cada jornal possui uma relação singular com seus leitores. Alguns são centenários e fazem questão de enunciar que constituem a história das cidades e das pessoas que ali habitam. O Diário Popular enuncia “Testemunha fiel da história e porta-voz dos interesses do sul do Estado há 120 anos”, já A Razão faz questão de deixar claro que faz parte da história da cidade há muito tempo: “em Santa Maria desde 1934” (numa referência ao concorrente, o Diário de Santa Maria, que instalou-se na cidade em 2002)

Figura 1: AR faz referência ao seu pertencimento à Santa Maria



In: <http://www.arazao.com.br>

Outros buscam estrategicamente vincular o local ao global, demonstrando que mesmo constituindo-se como fator identitário de uma região é também um dispositivo que consegue acompanhar o que ocorre no mundo: “Portal Gaz: Da sua região para o mundo”. Além disso, enuncia que os seus leitores possuem uma competência cultural e intelectual singular por desfrutarem do seu conteúdo: “Quem tem, sabe mais”.

Figura 2: Portal da Gazeta denota sua ligação com o local e o global



In: <http://www.gaz.com.br>

Os jornais buscam demarcar seu território e construir sua identidade junto aos leitores de forma permanente, como é o caso do slogan do Nacional: “Na sua cidade. Na sua casa. Na sua vida”. O periódico enuncia que está perto dos seus leitores e é essencial para a vida das pessoas. Nesse sentido, como refere Landowski (1992), a marca do jornal precisa ser lembrada de tal modo que o leitor sinta necessidade de estar em contato com ele.

Figura 3: O Nacional enuncia-se como pertencente à vida dos leitores



In: <http://www.onacional.com.br>

Com a oferta de outros dispositivos midiáticos, a marca do jornal precisa ser valorizada e enunciada frequentemente. Landowski (1992) compreende o jornal como um sujeito semiótico que necessita de vínculos com seus leitores de forma que todos os dias careçam do seu contato. Esse vínculo se realiza a partir de uma relação de mão dupla em que o jornal toma a atenção do leitor e este se apropria do jornal para lê-lo.

Esse contato que outrora se efetivava apenas por meio da materialidade do impresso, nas últimas décadas se prolonga e se estende para o ambiente digital. Agora, a marca do jornal circula em distintos dispositivos e enuncia-se de tal modo que o contato com seu leitor deve ser mantido e ampliado. Na edição impressa são mencionados os dispositivos digitais, como site, portal, blogs e as redes sociais.

Da mesma maneira, como foi dito, vários dispositivos integram o ambiente digital. No caso dos sites e portais dos jornais analisados, nota-se que há referências aos demais meios de comunicação que integram a organização jornalística:

emissoras de rádio e de televisão, jornais e revistas. Exemplo é a utilização da *fanpage* do jornal para “chamar” os que estão conectados para os acompanharem em outros lugares, com intuito de prolongar o contato e buscar a ampliação do vínculo. A Plateia fez isso em 13 de junho de 2014 e deu “bom dia”, demarcando o início da interação e da oferta de discursos para o dia noticioso.

Figura 4: O bom dia no Facebook demarca o início da interação com os leitores



In: <https://www.facebook.com/japlateia>

Nesse ambiente digital circulam discursos que visam também chamar a atenção para a versão impressa por meio de processos autorreferenciais (LUHMANN, 2005), como forma de chamar a atenção para sua existência e para a necessidade de manutenção do vínculo com o jornal em sua materialidade tradicional. Como lembra Luhmann (2005), a função é da ordem da autorreferencialidade, enquanto os temas garantem a heterorreferencialidade. Ou seja, chamar a atenção para si, enunciando-se como vários sujeitos (jornal impresso, jornal digital, jornal no *Facebook*) é uma estratégia que visa mostrar que o contato se prolonga por meio do dispositivo de enunciação. Os discursos sobre o “eu” ganham forma por meio de distintas materialidades que remetem a estratégias simbólicas de criação, manutenção ou ampliação de vínculos entre jornais e leitores.

Figura 5: Processos autorreferenciais buscam chamar atenção sobre sua existência



In: <http://www.diariopopular.com.br>

Na cultura da convergência e na sociedade em processo de midiatização, discursos circulam entre distintos dispositivos, formando circuitos e possibilitando fluxos adiante, “fazendo continuar a circulação” (BRAGA, 2012b, p. 50). Na sociedade em processo de midiatização, a circulação não é mais vista como ponto de passagem, como conceitua Fausto Neto (2009a), mas sim como uma instância a qual se constitui uma peça-chave para a compreensão de como a sociedade institui dinâmicas de interação e de conversação em torno de temas que são propostos pelas mídias e que se alargam amplamente.

3 Interações entre jornal e leitor em constante construção

Para compreender como ocorrem as interações entre jornais e leitores, é preciso entender a noção de leitor. Parte-se do pressuposto que todo texto necessita de alguém que o faça funcionar e, por isso, a noção de leitor é fundamental no processo de produção. Eco (1986, p.39) fala na existência de um leitor-modelo¹⁰, em que ao organizar uma estratégia textual, o autor refere-se a “uma série de competências que confirmam conteúdo às expressões que usa. Ele deve aceitar que o conjunto de competências a que se refere é o mesmo a que se refere o próprio leitor”. Nesse sentido, a concepção e a projeção da imagem de um possível e potencial leitor fazem com o texto seja direcionado e construído segundo certos parâmetros.

A partir dessa perspectiva, o conceito de dispositivo de enunciação é central para entender os vínculos entre jornal e leitor. Para Verón, o dispositivo de enunciação possui um enunciador, em que a imagem de quem fala representa a relação do que fala com o que ele diz, um destinatário, que denota a “imagem daquele a quem o discurso é endereçado” e a relação entre o enunciador e o destinatário que é proposta “no e pelo discurso” (VERÓN, 2004, p. 218).

No momento em que o jornal explica suas regras e lógicas de regulação, o faz a partir da projeção de quem seriam os “seus leitores” e deixa claras as regras do jogo: a enunciação pode ser compartilhada, mas é regulada e determinada por lógicas intrínsecas ao jornalismo, como atribuir o dito a uma fonte e utilizar as informações que teriam algum valor de noticiabilidade. Em outro momento, refletiu-se sobre como são construídas as lógicas de interação que regem as relações entre jornais e leitores, a partir da constatação de que há lógicas específicas que perpassam esse contato dos leitores com os periódicos: beneficiário, excluído, colaborador, crítico e disseminador (BORELLI, 2015)

¹⁰ O conceito de leitor pode ser compreendido de distintas formas: modelo, imersivo, imaginado, imaginário, projetado. SANTAELLA, Lucia. “Navegar no Ciberespaço – O perfil cognitivo do leitor imersivo”, da Editora Paulus, 2004. ORLANDI, Eni Pulcinelli. **Discurso e leitura**. São Paulo, Cortez: Campinas, 2001. STORCH, Laura. **O leitor imaginado no jornalismo de revista: uma proposta metodológica**. Tese de Doutorado. PPG em Comunicação e Informação. Porto Alegre: UFRGS, 2012.

Figura 6: Jornal deixa claro seus processos regulatórios



In: <http://www.gaz.com.br>

As relações entre enunciadores e destinatários, nos termos de Verón (2004), podem ser observadas por meio de contratos de leitura que são construídos por operações discursivas através das quais as mídias contatam seus leitores, buscam vínculos que se constroem por meio de fluxos e circuitos que seguem caminhos próprios. Os jornais convidam os leitores a segui-los em seus distintos dispositivos por meio de enunciações, como “Siga o Pioneiro no twitter”, que visam ampliar o contrato já firmado e garantir a manutenção do vínculo.

Figura 7: Jornal oferta caminhos possíveis para que leitores o ‘acompanhem’



In: <http://pioneiro.clicrbs.com.br/rs>

Os jornais produzem informações para seus sites ou portais e as disponibilizam também em outros dispositivos, como *Facebook*, *Instagram* ou *Twitter*. Dessa forma, por meio de acoplamentos de temas (LUHMANN, 2005), os jornais acabam promovendo uma conversação a ser empreendida pelos leitores em torno daquilo que enunciam. Isso ocorre porque o contrato proposto pelos jornais acaba se concretizando apenas com o trabalho do leitor, pois se cumpre, nos termos de Verón (2004, p. 234), apenas na instância de “reconhecimento”, pois “ler é fazer”. Os leitores chamam o jornal para dentro da “conversação”, mas neste momento ele silencia, deixando que os leitores se encarreguem de promover a circulação.

Figura 8: Leitores conversam e mencionam o jornal, que não responde neste espaço



In: <https://www.facebook.com/diariopopularRS>

Do ponto de vista da semiologia, é preciso lembrar ainda que um mesmo discurso não produz automaticamente um efeito, pois desenha “um campo de efeitos de sentido e não um e único efeito” (VERÓN, 2004, p. 216). A partir desses pressupostos, as notícias são, diariamente, e, quase, instantaneamente, reinterpretadas e reconfiguradas pelos leitores a partir de visões singulares e distintas interpretações. Exemplo ocorreu após veiculação da notícia da extinção do vestibular da UFSM, em que o Diário de Santa Maria posta a informação que passa a ser ‘lida’ através de múltiplas interpretações.

Figura 9: Leitores interpretam a “sua forma” notícia sobre extinção do Vestibular



In: <https://www.facebook.com/diariodesantamaria>

A partir da concepção de que todo produto midiático possui um contrato, mesmo que não seja formalizado e apenas implícito, nota-se que é construído um “espaço imaginário” em que são propostos vários caminhos e abordagens, cabendo ao leitor compor seu percurso de leitura (VERÓN, 2004, p. 236). Compete a ele produzir novos circuitos, através de fluxos adiante e contra-fluxos (BRAGA, 2012a e 2012b), fazendo com que ocorra a circulação de sentidos.

A partir dessa fase da pesquisa, observou-se que algumas ações futuras são necessárias para melhor compreender os modos através dos quais jornais e leitores interagem e também como a notícia circula. Acredita-se ser necessária uma análise mais aprofundada no que se refere à problematização, por parte dos jornais, dessas outras enunciações que atravessam o fazer jornalístico. Também é intuito fazer uma escuta de leitores que frequentemente entram em contato com o jornal e os que comentam as notícias, fazendo funcionar a circulação.

Considerações: sobre objetos em circulação

A partir do proposto, enquanto objetivo deste artigo, faz-se agora alguns comentários para serem refletidos sobre a circulação e os processos interacionais entre jornais e leitores. O primeiro aspecto diz respeito à projeção de quem seriam os seus leitores e os processos de interação que o jornal propõe. Os jornais até constroem a imagem de quem seria o seu leitor – aquele que busca o contato e que demanda respostas a partir do que questiona –, propondo caminhos possíveis de interação. Entretanto, os jornais não detêm controle sobre o que circula no ambiente digital e, quando é chamado para participar do processo interacional, geralmente silencia ou o faz por meio de outras estratégias que não ocorrem no espaço ‘público’ das redes sociais.

Outro aspecto observado é que o jornal propõe determinados temas para que sejam discutidos, mas não consegue controlar o que é ressignificado, já que eles são disseminados para outros espaços que não mais o *locus* institucional regulado pelo jornal. Mesmo que seja a primeira instância a ofertar um enunciado, não há como ter controle sobre os fluxos e nem sobre os circuitos que esses processos de enunciação tomam.

A partir da ideia de que os produtos midiáticos, como as notícias, utilizam distintas estratégias discursivas para conseguir abarcar diferentes leitores e, conseqüentemente, construir distintos contratos de leitura, observou-se que, se outrora os jornais orquestravam o que era dito pelos leitores por meio de seções restritas para participação, agora isso não é mais possível. Notou-se que os leitores desenvolvem estratégias para disseminação de notícias e não necessitam mais da enunciação jornalística para fazer determinado conteúdo circular. Entretanto, é preciso ressaltar que o jornal regula o acesso aos seus dispositivos, seja o Facebook, *Twitter* ou *sites* e portais.

Através da discussão dos conceitos e da análise dos materiais produzidos pelos sete jornais, reflete-se também sobre as transformações pelas quais passa o campo jornalístico. Após três anos de observação das práticas dis-

cursivas desses jornais no que se refere à busca de contato com seus leitores, pode-se dizer que eles fazem experimentações diferentes. Durante o período observado, apenas O Nacional, A Plateia e Gazeta do Sul complementaram dados de notícias a partir de questionamentos de seus leitores.

Nesse contexto, pode-se afirmar ainda que os jornais são afetados de forma distinta pelo processo de midiatização. Eles desenvolvem estratégias singulares para dar conta dessa nova economia discursiva, transformando, por exemplo, a demanda dos leitores em insumo produtivo. O jornal A Razão e a A Plateia começaram a utilizar o Facebook mais recentemente e as matérias postadas são raramente comentadas: a média é de dois a três comentários por notícia. Outro fator observado em relação a esses dois jornais é que replicam em sua *fanpage* o que já está no site, não havendo, por exemplo, complementos para as informações.

Por outro lado, notou-se que O Nacional e o Diário Popular estão num estágio de construção crescente da interação com seus leitores, mas ainda há muitas experimentações. Já Gazeta do Sul, Diário de Santa Maria e Pioneiro constroem processos interacionais de forma mais frequente e suas ações denotam que o leitor codetermina, em alguns momentos, a escolha de temas que são produzidos pelos jornais. Os três são os que mais “arriscam” e fazem experimentações no que se refere à busca do contato com seus leitores. Talvez isso se deva ao fato de o primeiro ser um jornal de matriz empresarial, enquanto o Diário e Pioneiro pertencem à maior rede de comunicação do sul do país. Por outro lado, os demais jornais pertencem a famílias tradicionais de suas cidades e possuem circulação mais restrita.

Constatou-se que os jornais ainda não incorporaram, ao seu fazer jornalístico a transformação de um tema comentado e sugerido por leitores em notícia ou reportagem. A formulação de uma enquete com respostas fechadas ainda é o principal recurso utilizado por todos os jornais para colocar em sua agenda temas que estão sendo comentados e compartilhados. Esse parece ser o desafio da próxima etapa de investigação, em que serão feitas entrevistas com editores e jornalistas e também com leitores para compreender em que medida a reconfiguração do papel do leitor interfere e codetermina a prática jornalística.

Enquanto dispositivo tecno-simbólico, os jornais possuem um vínculo histórico forte com a população de suas cidades e conseguem disseminar sua marca no ambiente digital, mas os laços com seus leitores não são ampliados de forma significativa. O processo de midiatização afeta as práticas jornalísticas e os sujeitos envolvidos nessas ações de modo distinto. No caso dos jornais de circulação regional, o desafio é permanecer como um referente no processo de enunciação de temas de interesse desses lugares e conseguir atender as demandas de leitores em relação aos processos interacionais.

É preciso salientar que há limitações técnicas e que na maioria dos jornais as condições de trabalho não são as mais favoráveis para quem atua no jornalismo. Entretanto, o desafio está posto e as organizações jornalísticas devem rever seus propósitos diante da emergência de um outro tipo de leitor que não quer apenas ser ouvido, mas também acolhido em suas demandas.

Referências

- BORELLI, Viviane. **Midiatização, circulação da notícia e lógicas de interação entre jornais e leitores**. In: FAUSTO NETO, Antônio [et.al.]. Relatos de investigaciones sobre mediatizaciones. - 1a ed. - Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015.
- _____. Regramentos e silêncios no processo de interação entre jornal e leitor. **Anais do II Colóquio Semiótica das Mídias**. Volume 2, Número 1. Japaratina, AL: UFAL, 2013. In: http://ciseco.org.br/anaisdocoloquio/images/csm2/CSM2_VivianeBorelli.pdf
- BRAGA, José Luiz. Circuitos versus campos sociais. In: Janotti Junior, Jelder; Mattos, Maria Ângela; Jacks, Nilda (Org.). **Mediação & Midiatização**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012a.
- _____. La política de los internautas es producir circuitos. In: FAUSTO NETO, A. e CARLÓN, Mario (Orgs.). **Las políticas de los internautas**. Buenos Aires: La Grujía Ediciones, 2012b.
- ECO, Umberto. **Leitura do texto literário: lector in fabula**. Lisboa: Presença, 1986.
- GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 2006.
- LANDOWSKI, Eric. **A sociedade refletida**. São Paulo: Educ, 1992.
- FAUSTO NETO, Antonio. **Olhares sobre a recepção através das bordas da circulação**. Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho “GT Recepção, Usos o Consumo Midiáticos”, do XVIII Encontro da Compós. **Anais...** PUC-MG, Belo Horizonte, MG, 2009a.
- _____. Jornalismo: sensibilidade e complexidade. **Galáxia: Revista do Programa de Pós- Graduação em Comunicação e Semiótica**. Vol. 9, n. 18, 2009b, p. 19-30.
- _____. Fragmentos de uma “analítica” da midiatização. **Revista Matrizes**. São Paulo: ECA/USP, ano 1, nº 1, 2008, pp. 89-105. Disponível em: http://www.usp.br/matrizes/img/02/Dossie5_fau.pdf. Acesso em: 11/06/2013.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2. ed., 2009.
- LUHMANN, Niklas. **A realidade dos meios de comunicação**. São Paulo: Paulus, 2005.
- MOUILLAUD, Maurice, PORTO, Sérgio Dayrell (org.). **O Jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1997.
- VERÓN, E. **Esquema para el análisis de la mediatización**. In Revista Diálogos de la Comunicación, n.48, Lima: Felafacs, 1997.
- _____. **Fragmentos de um tecido**. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.