

**UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
UNIDADE ACADÊMICA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO
NÍVEL MESTRADO**

MELINA DA SILVEIRA LEITE

**JORNALISMO DE PROXIMIDADE CONFIGURADO PELOS SENTIDOS DAS
INTERAÇÕES NO FACEBOOK: UM ESTUDO DOS PROCESSOS NO DIÁRIO
POPULAR**

SÃO LEOPOLDO

2018

MELINA DA SILVEIRA LEITE

**JORNALISMO DE PROXIMIDADE CONFIGURADO PELOS SENTIDOS DAS
INTERAÇÕES NO FACEBOOK: UM ESTUDO DOS PROCESSOS NO DIÁRIO
POPULAR**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre em
Comunicação, pelo Programa de Pós-
Graduação em Ciências da Comunicação da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos –
UNISINOS

Orientador: Prof. Dr. Ronaldo César Henn

São Leopoldo

2018

L533j

Leite, Melina da Silveira

Jornalismo de proximidade configurado pelos sentidos das interações no Facebook : um estudo dos processos no Diário Popular / por Melina da Silveira Leite. – 2018.

151 f. : il. ; 30 cm.

Dissertação (Mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, São Leopoldo, RS, 2018.

“Orientador: Dr. Ronaldo César Henn”.

1. Acontecimento. 2. Interação. 3. Jornalismo de proximidade.
4. Jornalismo em redes digitais. 5. Redes sociais digitais. I. Título.

CDU: 070:004.738.5

MELINA DA SILVEIRA LEITE

**JORNALISMO DE PROXIMIDADE CONFIGURADO PELOS SENTIDOS DAS
INTERAÇÕES NO FACEBOOK: UM ESTUDO DOS PROCESSOS NO DIÁRIO
POPULAR**

Dissertação apresentada como requisito parcial
para obtenção do título de Mestre em Ciências
da Comunicação, pelo Programa de Pós-
Graduação em Ciências da Comunicação da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos –
UNISINOS

APROVADA EM 02 DE ABRIL DE 2018

BANCA EXAMINADORA

PROF. DR. FELIPE MOURA DE OLIVEIRA – UEPG

PROFA. DRA. MARIA CLARA JOBST DE AQUINO BITTENCOURT - UNISINOS

PROF. DR. RONALDO CÉSAR HENN - UNISINOS

Dedico este trabalho a grande rede de solidariedade acadêmica – colegas e desconhecidos, da qual obtive ajuda tantas vezes ao longo deste percurso.

AGRADECIMENTOS

O mestrado como um todo foi um período solitário em que precisei me afastar e abrir mão de muitas coisas em razão da necessidade de estudos, leituras e escritas. Nem todos os momentos em que deixei de estar na companhia de familiares e amigos foi profícuo, entretanto, destaque, foram importantes para autoconhecimento e compreensão de minhas limitações.

Agradeço, primeiramente, ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul, instituição em que trabalho e da qual tanto me orgulho. Pela liberação de carga-horária, por permitir afastar-me para concluir a dissertação e também por custear 35% desta pós-graduação.

Ao Ronaldo Henn, que além de orientador foi um excelente professor. Aos professores com quem tive aulas durante o curso: Adriana Amaral, Beatriz Marocco, Jiani Bonin, João Ladeira, José Luiz Braga, Marcia “poderosa” Veiga e Maria Clara Aquino Bittencourt.

À turma de mestrado 2016 em que tive o privilégio de conhecer pessoas maravilhosas que levarei para o resto da vida. Destes, mais do que colegas, amigos: Christian Gonzatti, Letícia Rossa, Letícia Giacomelli, Greyce Vargas, Francisco Éboli, Junior Luz, Kéliana Braghini e Fabrícia Bogoni. Soma-se a esse time em 2017, Tássia Becker Alexandre, do doutorado.

Ao Felipe Moura de Oliveira e a Maria Clara Aquino Bittencourt pelas excelentes críticas, contribuições e indagações durante a banca de qualificação.

Ao Diário Popular e principalmente ao Leandro “Lê” Lopes por toda gentileza e presteza sempre que precisei tirar alguma dúvida, uma informação e pela entrevista que me concedeu.

A Karina Brun pelos suportes com arte, design e amizade ao longo de todo este percurso.

A minha família, amigos, colegas, colegas de trabalho e parceiros que, direta ou indiretamente se preocuparam comigo e me deram apoio durante este trajeto. Não foi fácil, mas sem o suporte de vocês seria mais difícil.

Por fim, me aproprio das palavras de Kleiton e Kledir para expressar gratidão à “Pelotas minha cidade, lugar onde eu nasci, ando nos braços do mundo, mas sempre volto pra ti”.

A todos, muito, muito obrigada!

“Se você vier me perguntar por onde andei, no tempo em que você sonhava, de olhos abertos lhe direi: amigo eu me desesperava!”

Belchior

“Valeu a pena? Tudo vale a pena se a alma não é pequena. Quem quer passar além do Bojador tem que passar além da dor. Deus ao mar o perigo e o abismo deu, mas nele é que espelhou o céu”.

Fernando Pessoa

RESUMO

O presente trabalho tem como proposta estudar como ocorrem os vínculos entre leitores e um jornal, o Diário Popular, localizado no interior do Rio Grande do Sul, na cidade de Pelotas e que abrange uma mesma região, a zona Sul do estado, através da página do veículo no Facebook. Investigamos de que forma esses leitores significam os acontecimentos locais, a partir de interação com o jornal. Para isso, levamos em conta os processos de jornalismo em redes digitais e estudamos questões pertinentes à proximidade e territorialidade, além de acontecimento, redes sociais digitais e interação. Utilizamos como principais metodologias a análise de construção de sentidos em redes digitais e entrevista. Pudemos identificar a partir do nosso recorte, que existem diferentes tipos de interação entre leitores e jornal, as quais categorizamos como afetação – argumento, afetação – passionalidade, prestimosidade e sociabilidade e que, o leitor, a partir de características de proximidade territoriais, identifica-se com os acontecimentos locais e regionais.

Palavras-chave: Acontecimento. Interação. Jornalismo de Proximidade. Jornalismo em Redes Digitais. Redes Sociais Digitais.

ABSTRACT

The present study aims to verify the links between readers and a newspaper. The newspaper studied was *Diário Popular*, which is located in the country side of Rio Grande do Sul, in the city of Pelotas. The newspaper cover, the southern part of the state, through the Facebook's page. We investigated how these readers signify local events, from the interaction with the newspaper. For this, we considered the processes of journalism in digital networks and we study issues related to proximity and territoriality, as well as events, digital social networks and interaction. The methodology used was the analysis of sense construction in digital networks and interview. From our clipping, we identified that there are different types of interaction between readers and newspapers, categorized as affectation - argument, affectation - passion, helpfulness and sociability. Which the readers, based on characteristics of territorial proximity, find themselves in local and regional events.

Keywords: Events. Interaction. Proximity journalism. Journalism in digital network. Digital social networks.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1- Cachorro e jogador em campo durante a partida de futebol.....	72
Figura 2 – Interações entre leitores e jornal em um comentário	74
Figura 3 – Interação entre leitor e jornal em um comentário	75
Figura 4 - Interação entre leitor e jornal em um comentário	75
Figura 5 – <i>Post</i> de bom dia na página do Facebook do Diário Popular	77
Figura 6 – <i>Post</i> de Política na página do Facebook do Diário Popular	83
Figura 7 – <i>Post</i> de Economia na página do Facebook do Diário Popular	86
Figura 8 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 1).....	88
Figura 9 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 2).....	88
Figura 10 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 3).....	89
Figura 11 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 4).....	89
Figura 12 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 1).....	90
Figura 13 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 2).....	90
Figura 14 - <i>Post</i> com fotos de uma vaca no Centro da cidade	104
Figura 15 - <i>Post</i> do protesto em que aparecem dois cachorros	114
Figura 16 – Diário Popular interagindo em um <i>post</i>	117

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Publicações e interações na primeira semana.....	71
Tabela 2 - Publicações e interações na segunda semana.....	85
Tabela 3 - Publicações e interações na terceira semana.....	105
Tabela 4 - Publicações e interações na quarta semana.....	112
Tabela 5 - Publicações e interações na quinta semana.....	118
Tabela 6 - Interações em finais de semana e feriados.....	120
Tabela 7 – Classificação das interações.....	121

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 Caminhos da pesquisa	14
2 ACONTECIMENTO E JORNALISMO DE PROXIMIDADE.....	17
2.1 O Acontecimento	17
2.1.1 Acontecimento Jornalístico	18
2.2 A proximidade enquanto conceito.....	22
2.3 Territórios da informação	24
2.3.2 Glocalização: a união dos opostos?	28
2.4 Critérios de seleção, noticiabilidade e valores-notícia.....	30
2.4.1 Vínculos de proximidade no interior	32
2.5 Interferências possíveis nas relações de proximidade	36
3 JORNALISMO EM REDES DIGITAIS.....	38
3.1 Rede, Rede Social e Rede Social Digital	38
3.2 Conceituação de Jornalismo em Redes Digitais	40
3.3 O Jornalismo nas Redes Sociais Digitais	46
3.4 Interatividade, Interação e Participação	50
4 AFETAÇÕES E INTERAÇÕES.....	57
4.1 O jornal Diário Popular	57
4.1.1 Trabalho e equipe	58
4.1.2 Matérias restritas a assinantes	59
4.1.3 O Diário Popular e o contato com o leitor pelas redes sociais digitais	60
4.1.4 O Diário Popular no Facebook	61
4.1.5 Os comentários e a interação entre leitores e jornal	62
4.2 Processo metodológico.....	64
4.3 Categorização de Interações	69
4.3.1 Classificação e análise de Interações	70
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	119
REFERÊNCIAS	133
APÊNDICE A – ENTREVISTA COM O COORDENADOR DE JORNALISMO DIGITAL DO DIÁRIO POPULAR.....	142

1 INTRODUÇÃO

Em 2018 é praticamente impossível pensar o jornalismo sem as redes digitais. Seja pelo computador, *tablet*, *smartphone* ou algum novo dispositivo criado no último instante e que, ontem surgiu no mercado, temos à disposição não somente meios práticos de acesso, mas uma gama quase que infinita de sites e portais de notícias com informações jornalísticas para todos os gostos e que atende aos interesses mais variados possíveis. No jornalismo, as redes sociais digitais são uma extensão desses sites e portais pois, devido à grande emergência destas plataformas, as empresas de comunicação se viram obrigadas a acompanharem às tendências e apropriaram-se desses meios para fazer e divulgar o seu trabalho jornalístico. Como consequência desta inovação, vieram também novas formas de comunicação entre empresa e público – jornalista e leitor. A interação passou a ser facilitada, mais rápida. Diferentemente da época em que o leitor enviava uma carta à redação, agora a conversação entre ambos pode existir e ser instantânea. Além de pública e congregar outros atores.

Quando, em 1994, eu cursava no turno da tarde a sexta série na Escola Estadual Monsenhor Queiroz, em Pelotas¹, jamais imaginaria que isto seria possível um dia. Pela manhã era hábito ler o jornal Diário Popular impresso. A cada nova folha, uma descoberta, um encantamento e/ou uma tristeza. As pesquisas para trabalhos escolares eram feitas em livros e documentos na Bibliotheca Pública Pelotense que, posteriormente, seriam datilografados por mim em uma máquina de escrever. Eu gostava de escrever. Adorava fazer redações e, mesmo com pouco recursos, a escola sempre incentivava os alunos neste ponto. Somado a esse estímulo, muito do que me fez ter essa vontade era o conhecimento e as informações sobre a minha cidade e região que adquiria, diariamente, através das folhas do periódico. Jornal esse no qual eu sabia o nome de todos os jornalistas. Embora não os conhecesse, imaginava como seriam. E, para além disso, despertou em mim a vontade de ser jornalista.

O mundo do jornalismo em redes digitais chamou-me a atenção logo no primeiro semestre do curso, em 2002. Estudando o assunto posteriormente, tive conhecimento de que os maiores jornais impressos do país entraram na Rede a partir de 1995, época em que havia a transposição de conteúdo do impresso para os meios digitais. Em 1999, surgiu no Brasil o Último Segundo, um portal de notícias que possuía redação exclusiva para a produção de matérias para a Internet, sem versão impressa. (HAMILTON, 2002). A diferença do Último

¹ Pelotas é uma cidade que está localizada no litoral sul do Rio Grande do Sul. A população estimada em 2017, conforme dados divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) era de 344.385 habitantes. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/pelotas/panorama>>. Acesso em 23 jan. 2018.

Segundo para o Brasil online, inaugurado em 1996, é o fato de o primeiro possuir uma redação própria, enquanto o segundo apenas reproduzia o material de agências de notícias.

Na faculdade surgiu a vontade de trabalhar com jornalismo em redes digitais, o que realizei quatro anos depois de formada, já com uma certa experiência em outras áreas do jornalismo. Em dezembro de 2010 entrei para equipe de jornalismo digital, mais conhecida como “equipe de web”, do Diário Popular. Momento em que também passei a administrar as redes sociais digitais do jornal, bem como a seguir e curtir páginas de vários periódicos nacionais através destas plataformas.

Alguns anos mais tarde, mais precisamente em 2015, quando decidi participar da seleção de mestrado na Unisinos, meu projeto tratava sobre erros versus credibilidade e o objeto escolhido foi o site do jornal Diário Popular. A partir de tensionamentos em sala de aula e de uma conversa com o orientador em que foi exposta a vontade de mudar o foco do projeto inicial, porém, mantendo a temática de jornalismo em redes digitais, novos pressupostos emergiram em torno do assunto proposto naquele primeiro momento. Logo, consideramos relevante avançar sobre aspectos exploratórios em sites de redes sociais digitais, que acionam considerações sobre interações e conversações. Por sugestão do professor Ronaldo Henn, foi realizada uma pesquisa pré-exploratória em páginas de jornais/portais no Facebook. Segundo Braga (2016, p. 8), “A pré-observação não é um levantamento preliminar de dados – é um processo exploratório para perceber melhor as necessidades de abordagem, solicitações postas à teorização, desafios dirigidos ao trabalho de problematização”.

Esta fase pré-exploratória teve por objetivo investigar como os jornais/portais de notícias se colocam no Facebook, frente aos comentários dos leitores: existe interação entre jornal/portal e leitor? De que forma? Foram então analisadas as páginas do Facebook dos seguintes veículos: BBC Brasil, Folha de S. Paulo, O Globo, G1, Zero Hora e do jornal Diário Popular, objeto de estudo inicial e que, até então era uma incógnita se permaneceria ou não na dissertação. De acordo com Bachelard (2001, p. 128) “um movimento para o objeto não é inicialmente objetivo. É necessário aceitar, pois, uma verdadeira ruptura entre o conhecimento sensível e o conhecimento científico”. Para o filósofo, nós somos escolhidos pelo objeto, e não o contrário. Os demais veículos foram selecionados pela relevância nacional. Todas as páginas possuem expressivos números de curtidas² no Facebook. BBC Brasil: 2.992.139 curtidas; Folha

² Dados coletados em 21/01/2018.

de S. Paulo: 5.953.732 curtidas; O Globo: 5.572.342 curtidas; G1: 10.196.948 curtidas; e Zero Hora³: 2.578.117 curtidas.

Foram analisadas todas as postagens, durante um período de observação que compreendeu cinco dias consecutivos para cada um, em datas variadas nos meses de maio e junho de 2016. A coleta foi feita da seguinte forma: quantidade de interações entre jornal/portal com os leitores, através de comentários e de que forma se deu cada uma das respostas por parte dos veículos. Para fins comprobatórios, a pesquisa apresentou cópias das imagens das interações, o link de cada uma das postagens, o número de curtidas, compartilhamentos e comentários até a data de análise. Posteriormente, parte desse pré-exploratório transformou-se em um artigo que foi apresentado em um congresso internacional⁴.

A observação da página da BBC Brasil no Facebook compreendeu as postagens realizadas dos dias 12 a 16 de junho. O que se pôde notar é que existia interação do portal (administradores) com os leitores apenas em alguns casos. Durante este período ocorreram em três postagens. A Folha de S. Paulo, analisada de 10 a 14 de junho, não interagiu com seus leitores. Monitorado de 16 a 20 de junho, O Globo não interagiu em nenhum momento com seus leitores, que, por duas vezes neste período alertaram nos comentários sobre erros de ortografia. Somente um deles foi corrigido. Não houve nenhum tipo de manifestação por parte do jornal que fez a correção sem divulgar aos leitores. O G1 foi analisado no mesmo período de O Globo, 16 a 20 de junho, e também não interagiu em nenhuma situação. O monitoramento da página do Facebook da Zero Hora foi realizado de 16 a 20 de maio. O que se pôde perceber é que, eventualmente, ocorriam interações com os leitores. Durante o período de observação, o veículo interagiu em cinco *posts* diferentes, nenhum deles relacionados a assuntos polêmicos.

O jornal Diário Popular foi observado de 18 a 22 de junho. Foi constatado que existia interação por parte do jornal com seus leitores em alguns *posts*. Durante este período ocorreram em três publicações de um total desconhecido⁵. Para Bourdieu (1999, p. 48) um objeto de pesquisa, pode ser parcial e parcelar, mas ainda assim, “[...] ele só pode ser definido e construído

³ Consideraremos aqui, sempre que mencionada a Zero Hora, o nome utilizado por ocasião da pesquisa pré-exploratória: Zero Hora. Atualmente o nome utilizado em todas as plataformas digitais é GaúchaZH, referindo-se a união da rádio Gaúcha com o jornal Zero Hora, ambos pertencentes a Rede Brasil Sul de Comunicação – Grupo RBS.

⁴ Sétimo Congresso Internacional de Ciberjornalismo, realizado na Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS), em Campo Grande no Mato Grosso do Sul, de 5 a 7 de outubro de 2016.

⁵ Não temos o número total de publicações durante este período, por erro na coleta do material. No capítulo 4 ressaltamos a importância da pesquisa pré-exploratória. Neste caso principalmente porque proporcionou conhecer sobre o funcionamento do histórico de postagens nas páginas de empresas e instituições no Facebook para não cometer o mesmo engano novamente durante a pesquisa exploratória dessa dissertação. Os dados referentes a número de curtidores da página do Facebook do Diário Popular podem ser conferidos também no capítulo 4 deste trabalho.

em função de uma problemática teórica que permita submeter a uma interrogação sistemática os aspectos da realidade colocados em relação entre si pela questão que lhes é formulada”. As interações em pautas locais demonstraram, naquele instante, que leitores e jornal tinham em comum um reconhecimento com o que faz parte de seu cotidiano, os assuntos de sua cidade e que lhes traz identificação. Isso me fez despertar para o quão interessante seria estudar a questão local. Cabe ressaltar que a duração da coleta foi a mesma que dos outros veículos, cinco dias. Entretanto, por se tratar de uma empresa menor em comparação com as demais, com número reduzido de *posts* diários, o DP foi observado informalmente por mais tempo.

O que se pôde notar, a exemplo do que ocorreu durante o período de coleta, é um aumento de interação por parte do jornal com seus leitores. A partir do resultado desta pesquisa pré-exploratória e, posteriormente, das considerações apresentadas pela banca de qualificação, chegou-se a seguinte questão de pesquisa: Como os leitores do Diário Popular vinculam-se e significam os acontecimentos locais, a partir da página do veículo no Facebook, considerando-se processos de jornalismo em redes digitais do jornal, nesta plataforma?

A partir dessa formulação, definiu-se o seguinte objetivo geral: Descrever e analisar os modos como os leitores do Diário Popular vinculam-se aos acontecimentos locais e que sentidos produzem a partir de processos de jornalismo em redes digitais do jornal, nesta plataforma.

Os Objetivos Específicos são:

- a) Avaliar os acontecimentos que mobilizam o jornal a interagir com seus leitores;
- b) Verificar as formas como os leitores enunciam-se nos comentários postados;
- c) Identificar os perfis de proximidade que ocorrem no jornalismo de interior a partir desta análise.

O período de tempo de análise, o número de *posts*, o foco de conteúdos e todos os detalhes definidos para este *corpus* constam no capítulo quatro desta dissertação.

1.1 Caminhos da pesquisa

O levantamento teórico deste trabalho centrou-se primeiramente em teorias referentes ao jornalismo e questões relacionadas à proximidade, territorialidade e fatores locais e regionais, além de teorias da comunicação. Posteriormente, o foco foi dirigido às teorias do acontecimento, um aprofundamento sobre globalização, estudo das redes, redes sociais e redes sociais digitais, além de jornalismo em redes digitais, em que foram pesquisados também interação, participação, convergência, espalhamento e conversação em rede.

Foi realizada uma entrevista com o coordenador de jornalismo digital do Diário Popular, no dia 3 de novembro de 2017, na sede do jornal em uma sala de reuniões. O questionário teve como base o que foi observado na página do veículo no Facebook, no que despertou a curiosidade no período de coleta, e também a partir das inferências e sugestões dos professores na banca de qualificação. A realização de uma pré-análise dos resultados, ocorrida em outubro de 2017, somou-se a este processo. A entrevista durou cerca de uma hora e foi gravada. A transcrição do material foi feita no final de novembro do mesmo ano.

A escolha pelo jornal Diário Popular está no fato de ter feito parte da minha vida enquanto leitora, ser o principal jornal da cidade onde nasci e residi por 30 anos, além de uma referência na Zona Sul do Estado. Levo em conta, também, o fato de ter sido meu trabalho, como jornalista, durante dois anos e meio, período em que cresci e amadureci profissionalmente. Entretanto é preciso ressaltar que a equipe e os processos mudaram bastante ao longo do tempo em que me desliguei do jornal e isso instigou consideravelmente a minha curiosidade em estudar mais a fundo as questões levantadas pelo problema e pelos objetivos desta pesquisa. Durante o período em que estive no DP pude vivenciar a rotina de um jornal impresso que estava se habituando ao formato digital. Concordo com Bachelard (2001), citado anteriormente, quando defende que o objeto escolhe a pessoa e não o contrário. Somados a isso, o professor Ronaldo chamou a atenção para a importância de trabalharmos as questões territoriais, visto que o periódico é de uma das principais e maiores cidades do interior do Rio Grande do Sul, Pelotas.

É relativamente fácil encontrar pesquisas sobre grandes portais/jornais de capitais, sendo que os de municípios menores, situados no interior dos estados, são, na maioria das vezes, deixados de lado. Encontramos algumas pesquisas no Brasil sobre jornalismo local, mas a maior parte delas tem como origem Portugal. Embora esses jornais possuam menor tamanho, sua relevância não é pequena e significa muito para determinada população: as dessas e de outras cidades vizinhas que se alimentam de suas informações diariamente. Vejo nesta dissertação, e a justifico como uma oportunidade de trabalhar algo que não é muito estudado até onde acompanho, que é pensar os acontecimentos mais próximos de jornais menores com uma problemática universal. O diferencial maior está no fato de a pesquisa ser na página do Facebook do veículo, estudando aspectos de proximidade a partir da interação entre jornal e leitores.

Acredito que seu desenvolvimento possa servir como base para novos estudos, além de contribuir para a pesquisa regional e como fonte de informação para o município de Pelotas e Região Sul do Rio Grande do Sul. Também como reflexão para o trabalho atualmente

desenvolvido no jornal Diário Popular. Creio que pelo motivos aqui colocados, esta pesquisa tenha relevância social, científica e cultural.

O capítulo inicial deste trabalho aborda acontecimento, acontecimento jornalístico e de proximidade, além de jornalismo de proximidade, sob diversos ângulos como as questões territoriais, a conceituação de proximidade, os critérios de seleção de notícias e a proximidade enquanto valor fundamental para um jornal local. Na sequência falamos sobre redes, redes sociais e redes sociais digitais, jornalismo em redes sociais digitais, interação, interatividade e participação e aspectos que englobam estas temáticas. O quarto capítulo apresenta a entrevista em forma de texto, na qual são abordados diversos aspectos e como se dá o processo de jornalismo digital no Diário Popular. Detalhamos os caminhos da pesquisa adotados para a parte de coleta do empírico, a metodologia, bem como uma proposta de classificação, a categorização, análise dos comentários e discussão dos resultados. Concluimos o trabalho com as considerações finais. Nos apêndices, trazemos a íntegra da entrevista no formato de perguntas e respostas.

2 ACONTECIMENTO E JORNALISMO DE PROXIMIDADE

Em um mundo cada vez mais dinâmico e conectado, temos à disposição uma série de acontecimentos que são noticiados pela mídia a todo instante. Mas o que dota um acontecimento potencial para virar notícia? Por que alguns deles ganham espaço na mídia e outros não? O que interessa a Heitor pode ser diferente do que Bruno espera ver noticiado, pois o primeiro tem encanto pelos assuntos de sua cidade e região, enquanto o segundo prefere ter conhecimento sobre o que se passa nos grandes centros nacionais como Rio de Janeiro e São Paulo. Neste capítulo, problematizamos aspectos referentes às duas perguntas acima, buscando compreender a natureza do acontecimento, acontecimento jornalístico e acontecimento de proximidade. Posteriormente, traremos noções de jornalismo de proximidade, bem como assuntos que se relacionam a esta perspectiva.

2.1 O Acontecimento

Passamos diariamente por experiências variadas em nossas vidas. São uma série de fatos, fenômenos que ocorrem conosco e a nossa volta e que chamamos de acontecimentos. Alguns deles, que transcorrem em diferentes partes do mundo, viram notícia e nos chegam de formas distintas: são os chamados acontecimentos jornalísticos.

Conforme pontuam autores que tematizam o acontecimento e que serão abordados nesse trabalho, existem diferenças entre a natureza dos acontecimentos e dos campos nos quais esta palavra é utilizada. Academicamente, é perceptível notar, a partir de uma rápida busca bibliográfica, que há pesquisas sobre o tema principalmente nas ciências sociais, comunicação, filosofia, história e na área das linguagens. Neste trabalho nos interessa falar sobre acontecimento em si, a partir de estudos de pesquisadores de alguns destes campos, para assim tentar compreender o acontecimento jornalístico.

Os acontecimentos, na visão de Quéré (2005), são compreendidos naturalmente pelas pessoas em diferentes categorias. Tem os que ocorrem indiferentemente à vontade do indivíduo, os provocados e, também, aqueles que são controlados. Alguns mais e/ou menos marcantes, de maior e/ou menor importância, que correspondem a experiências e marcam rupturas e até mesmo começos. Os acontecimentos são hermenêuticos e produzem sentidos a partir da sua própria emergência. Com relação a este ponto, o autor destaca que “O acontecimento que acontece a alguém é muito mais do que um fato que pode ser dotado de sentido ou de um valor

por um sujeito, em função dos possíveis prévios de um contexto: é ele próprio, portador ou criador de sentido”. (QUÉRÉ, 2005, p. 69).

A ruptura é algo chave na busca por uma definição de acontecimento, pois a partir dela são provocados acontecimentos e produzidos os sentidos. A exemplo de Quéré (2005), Nora (1974), Rebelo (2006) e Rodrigues (1993) também apresentam a ideia de que o acontecimento está ligado a algo inesperado, surpreendente e que revolucione alguma coisa/estrutura, provoque uma ruptura. França (2012, p. 12) defende que o acontecimento é definido como “[...] os fatos e as ocorrências que se destacam ou merecem maior destaque”. Para Henn (2013, p. 4) “o acontecimento seria o desencadeamento de algo possuidor de alta taxa informacional”. A exemplo dos autores citados, consideramos como acontecimento tudo aquilo capaz de mudar uma situação, seja inaugurando ou rompendo com alguma coisa, provocando desordem, falha e/ou transformação em algo ou a alguém, e que produza sentidos.

Antunes (2007, p. 30) avalia que “O acontecimento funciona, pois, como uma ocorrência inicial que demanda a construção de uma interpretação, sua transformação em fatos, em acontecimentos jornalísticos”. Ainda segundo o autor, para compreender o acontecimento, é necessário perceber que, mesmo próximas, a relação entre acontecimento e acontecimento jornalístico não os torna fenômenos proporcionais. Berger e Tavares (2010) propõem uma tipologia do acontecimento: o acontecimento experienciado no cotidiano e o acontecimento jornalístico. O acontecimento experienciado no cotidiano corresponde à emergência e às afetações do acontecimento na realidade tangível e em suas reverberações cognitivas. O acontecimento jornalístico diz respeito à construção do acontecimento em forma de notícia ou das linguagens jornalísticas que produzem o acontecimento. (BERGER; TAVARES, 2010, p. 122).

2.1.1 Acontecimento Jornalístico

Entrando no campo do jornalismo, Alsina (2009, p. 12) considera que o acontecimento “é a percepção do fato em si ou da notícia”. Zamin (2012, p. 88) define que “O acontecimento torna-se acontecimento jornalístico por uma construção discursiva que busca estabelecer o contexto da sua emergência, explicar-lhe o sentido”. Já Benetti (2010, p. 145) aponta que “[...] o acontecimento jornalístico geralmente se define a partir de uma concepção positiva ou funcional da história: o excepcional em relação ao comum, o desvio em relação à norma”.

Benetti (2010) possui um estudo em que aborda as características do acontecimento jornalístico como o movimento de transição de um fato para acontecimento, sob a visão de

autores aqui já citados como Alsina e Rodrigues, dentre outros. A investigadora explica que a história “é complexa e irregular, marcada por fenômenos sociais diversos que contêm, cada um, algum índice de notabilidade – para alguém” e que as pessoas responsáveis por escrever a história, “[...] que a percebem e a transformam em narrativa – são, no jornalismo, guiados por critérios que exigem ruptura, repentina ascensão, acidente ou desvio”. (*Ibid.*, p. 145).

O acontecimento jornalístico é, por conseguinte, um acontecimento de natureza especial, distinguindo-se do número indeterminado dos acontecimentos possíveis em função de uma classificação ou de uma ordem ditada pela lei das probabilidades, sendo inversamente proporcional à probabilidade de ocorrência. Neste sentido, faz parte de um conjunto relativamente restrito que pertence a um universo muito vasto. (RODRIGUES, 1993, p. 27).

De acordo com Rodrigues (1993), além da imprevisibilidade existem outros registros de notabilidade dos fatos que os tornam acontecimentos jornalísticos, como a inversão, a falha e o excesso. Com o advento da Internet e das novas tecnologias, a todo instante recebemos uma enxurrada de notícias de cunhos diversos. Para Alsina (2009, p. 14), a notícia é a “[...] representação social da realidade cotidiana, gerada institucionalmente e que se manifesta na construção de um mundo possível”. Essas notícias são selecionadas a partir de critérios de noticiabilidade e/ou valores-notícia, conforme manuais das empresas jornalísticas. Algumas são escolhidas naturalmente pela emergência dos fatos, àquelas que escapam do comum, a exemplo do caso do desastre ambiental em Mariana, Minas Gerais, no ano de 2015⁶.

Berger e Tavares (2010), seguidos por Zamin (2012), classificam como tipologia dos acontecimentos jornalísticos: os previstos e os imprevisos. Os acontecimentos imprevisos são aqueles que fogem ao que estava pré-determinado, e que estão “[...] no maior ou menor potencial de desorganizar a ordem das coisas ou de algumas delas, de modificar parcelas maiores ou menores do social” (ZAMIN, 2012, p. 92), como o desastre citado acima. Os previstos, ao contrário “são aqueles que estão programados”, um exemplo seria a cobertura de um evento como a feira agropecuária Expointer, que ocorre todos os anos no Rio Grande do Sul; matérias de previsão do tempo; desfiles em comemoração à independência do Brasil em sete de setembro, etc.

Sobre as notícias, umas nos atingem mais, outras menos e algumas nem um pouco, pois nem tudo o que é selecionado é, de fato, interessante para todos. Charaudeau (2009) vê as escolhas dos acontecimentos como impostos pela mídia. Precisamos levar em conta que não

⁶ Ocorrido no dia 5 de novembro de 2015, o desastre de Mariana, em Minas Gerais foi provocado devido ao rompimento da barragem da mineradora Samarco, que ocasionou em uma enxurrada de lama tóxica, com danos sociais e ambientais na região.

basta a seleção, mas também o tratamento que é dado ao que é escolhido para virar notícia. Alsina (2009, p. 11) defende que “Toda atividade discursiva pressupõe um fazer interpretativo por parte de quem enuncia”. Fatores como a bagagem de quem produz a matéria, seus filtros e ideais políticos, também estão implícitos nos sentidos do material final ofertado. Não raro se ouve falar em veículos com ideologias de direita e esquerda, o mesmo se aplica a profissionais.

Muitas destas escolhas feitas pela mídia são criticadas por Benetti (2010), no que a autora chama de “estatuto de acontecimento jornalístico”. De acordo com a pesquisadora, o que já é considerado parte do sistema, a exemplo de casos de desigualdades e injustiças sociais, não têm lugar no jornalismo porque já estão estabelecidos no contexto histórico como fatos comuns. Ela cita Hall, no que chama de mapas culturais de significado, em que “[...] um acontecimento só faz sentido se se puder colocar num âmbito de conhecidas identificações sociais e culturais”. (BENETTI, 2010, p. 146).

O jornalismo, ao adotar de forma pragmática a concepção positiva e funcional de uma história compacta, linear e consensual sobre o que seja a norma e o que seja o desvio, utiliza a mesma lógica para supor os interesses de seus públicos e, com base nesses supostos interesses, orientar o próprio olhar sobre o que seja acontecimento jornalístico. É um movimento circular que começa nos interesses da fala institucionalizada do poder e retorna a esses mesmos interesses, sempre mediado pelos procedimentos técnicos que legitimam a prática discursiva do jornalismo. (BENETTI, 2010, p. 147).

O jornalismo (não só) tem o papel de tornar um acontecimento público. Os discursos e as narrativas apresentadas são o resultado do processo de produção da notícia. Alsina (2009, p. 15) frisa que a notícia também é “uma produção do discurso e que como tal requer um processo de elaboração textual”. Segundo o autor, trata-se de um processo que passa por algumas fases como produção, circulação e o consumo ou reconhecimento. Essas narrativas são o resultado de um interpretante, no caso o jornalista, e estes acontecimentos posteriormente passam à interpretação de um leitor que lhe confere novos sentidos. Conforme Henn (2013, p. 4) “todo um processo de construção de sentido desencadeia-se na tradução do acontecimento em linguagem”. Charaudeau (2009, p. 131-132) aponta que “para que o acontecimento exista é necessário nomeá-lo. O acontecimento não significa em si. O acontecimento só significa enquanto acontecimento em um discurso”.

É interessante também atentar para as redes sociais digitais que impulsionam a disseminação dos acontecimentos, devido a características como conversação (RECUERO, 2012) e interação (PRIMO, 2007). Muitos deles, potencializados nestas redes tornam-se

ciberacontecimentos (HENN, 2013), que seriam os acontecimentos desencadeados por estas plataformas e pautados pela mídia.

Consideramos como acontecimento jornalístico os fatos que, devido a algum grau de imprevisibilidade e com notório interesse público, têm potencialidade de virar notícia. Quéré (2005, p. 59) defende que também é possível distinguir os acontecimentos “[...] em função do seu poder de afetar os seres e de impregnar as situações de qualidades difusas que as individualizam”. De forma semelhante, França (2012) coloca que as coisas têm pesos e formas de afetação distintas. Segundo Henn (2010, p. 89) “Na medida em que o acontecimento afeta sujeitos, ele automaticamente transforma-se em signo e produz interpretantes: dispara-se o processo de sentido”. Neste trabalho, podemos perceber, através das análises, o poder de afetação que os acontecimentos causam nas pessoas, assim como a produção de sentidos que deles desencadeiam, a partir de acontecimentos de proximidade.

Os acontecimentos de proximidade que aqui propomos seriam os acontecimentos dotados de todas as definições postas anteriormente – que transformam um fato em acontecimento, como ruptura, inauguração, desordem natural ou provocada das coisas e que significam algo a alguém ou a alguma coisa – a partir do tratamento jornalístico deste acontecimento que é divulgado sob a forma de matéria pela mídia e produz sentido. Neste caso, trata-se especificamente em um jornal de interior, o Diário Popular, em que a proximidade com o público local e regional é maior, tanto por questões geográficas quanto pelas possibilidades que as redes sociais digitais oferecem de quebras de barreiras espaciais com determinado público: o que tem interesse nas notícias daquele veículo. Por esta razão, aqui classificamos como um acontecimento de proximidade.

Para Henn (2010, p. 89) a imediaticidade que a afetação do acontecimento provoca, “já é um fenômeno da ordem do interpretante”. Ou seja, quanto mais próximo os sujeitos encontram-se do acontecimento, mais potencialidades de afetação ele possui, potencialidades essas que já se transformam na produção de algum sentido. Em um jornal que narra acontecimentos locais e propõe, pelas dinâmicas das redes sociais digitais, determinadas formas de interação com seus leitores, tais afetações ganham especificidades que podem ser reveladoras das potencialidades desses vínculos. É exatamente isso que nos propomos a compreender nas análises deste trabalho, em que estabelecemos uma possível categorização destas interações.

2.2 A proximidade enquanto conceito

O entendimento, quando se fala em informação de proximidade, é de que se trata de alguma notícia referente a acontecimentos que se localizam geograficamente perto das comunidades para quem esses materiais são produzidos. Podemos também entender que a informação nos é próxima por algum fator como familiaridade e identificação. Então, o questionamento inicial é: o quão próximo e de quê exatamente? Se utilizarmos como base a cidade de Pelotas, município do objeto deste estudo, por exemplo, a informação de proximidade pode ser considerada: a) aquela ocorrida somente na cidade; b) ocorrida no município e também em cidades vizinhas próximas a uma distância pequena – que podemos estipular em no máximo 70 quilômetros, como Arroio do Padre, Capão do Leão, Canguçu, Morro Redondo, Pedro Osório, Rio Grande e Turuçu; c) ocorrida em Pelotas e também em municípios que compreendam toda a zona Sul do estado, como as já citadas e também Arroio Grande, Herval, Jaguarão, Pinheiro Machado, Pedras Altas, Piratini, Santa Vitória do Palmar e São Lourenço do Sul.

São três perspectivas geográficas e territoriais que se enquadram no que aqui chamamos de informação de proximidade em jornalismo de proximidade. Precisamos considerar ainda outras nomenclaturas geralmente utilizadas como sinônimo de jornalismo de proximidade ou que se aproximem deste conceito. Seriam: jornalismo local, jornalismo regional, jornalismo de interior ou interiorano e jornalismo comunitário.

Utilizando o exemplo das três perspectivas acima, podemos aplicar A, B e C como informação de proximidade em jornalismo local e informação de proximidade em jornalismo regional. O localismo neste exemplo pode ser considerado como local zona Sul do Estado e não apenas uma única cidade, da mesma forma o regionalismo, referindo-se à região Sul do Estado. O mesmo se emprega a jornalismo de interior ou interiorano, por se tratar de informação de proximidade em um jornal situado em um município no interior do estado do Rio Grande do Sul, neste caso em Pelotas, mas não importaria a cidade, uma vez que qualquer jornal que não esteja situado na capital é um jornal de interior.

Sobre o conceito de proximidade, Peruzzo (2005, p. 76) analisa que “[...] quando se trata de mídia local e regional, ele se refere aos laços originados pela familiaridade e pela singularidade de uma determinada região, que têm muito a ver com a questão do *locus territorial*”. Podem ser múltiplos os laços que identificam a questão da proximidade. Não nos referimos apenas a questões espaciais, e sim de ordem simbólica, como o sentimento de

familiaridade, empatia, pertencimento e reconhecimento do indivíduo ou de um grupo de pessoas com o que é divulgado.

Não se deve desconsiderar os aspectos simbólicos, os quais podem dar ao termo proximidade outros sentidos que extrapolam os aspectos essencialmente geográficos. Até mesmo os processos em rede podem estabelecer proximidades de ordem virtual. Nesse trabalho o termo “proximidade” é utilizado para focar processos de cunho mais territorial. Ou seja, estamos considerando acontecimentos que estão territorialmente próximos das comunidades para quem o jornal Diário Popular dirige-se.

Beatriz Dornelles, uma das primeiras pesquisadoras a estudar a temática no Brasil, possui extensa produção sobre o que denomina de jornalismo de interior ou jornalismo interiorano, que entende como “o produto impresso de uma empresa ou microempresa jornalística, constituída juridicamente na Junta Comercial de seu município, [...] tendo por objetivo o lucro, através da comercialização publicitária, venda de assinaturas e venda avulsa”. (DORNELLES, 2004, p. 131). No livro de 2004, originado de sua tese de doutorado defendida em 1999, cujo título é “Jornalismo ‘Comunitário’ em cidades do Interior”, a pesquisadora explica a utilização da expressão jornalismo comunitário. A autora alega que, na época, no Rio Grande do Sul, os profissionais da área tinham como definição de jornalismo comunitário, a prática do jornalismo no interior do Estado, entretanto, ressalta que os proprietários dos jornais não tinham essa ideia bem definida:

Quando perguntamos o que é imprensa comunitária, os proprietários de jornais respondem: “É fazer um jornalismo voltado para comunidade”. Definição muito simplória. Pensando nisso, buscamos, a partir do levantamento de dados, entender a filosofia do jornalismo do interior gaúcho no final dos anos 90. Por isso, neste estudo, o jornalismo interiorano confunde-se com o “Jornalismo Comunitário”, autodenominado pelos profissionais da área. (DORNELLES, 2004, p. 131).

O jornalismo comunitário, para Peruzzo, é aquele sem fins lucrativos, que se difere da mídia privada comercial por ter nos cidadãos o protagonismo. “Os conteúdos são aqueles que encontram pouco ou nenhum espaço na grande mídia. Em geral, abordam assuntos que afetam diretamente a vida das populações em seu local de moradia e na vida cotidiana, a partir da mobilização social”. (PERUZZO, 2005, p. 76). Achamos importante destacar que, nesta dissertação, o termo jornalismo comunitário não será utilizado, pois consideramos como comunitário aquele jornalismo produzido exclusivamente para bairros e pequenas comunidades, sem fins lucrativos, e que geralmente é feito por uma associação de moradores ou estudantes de comunicação que praticam jornalismo laboratório nesses lugares. Neste

trabalho estudamos o jornalismo feito por uma empresa privada com fins comerciais. Entretanto, reconhecemos esta prática cidadã e, geralmente autônoma, como elo entre pessoas de um pequeno território que constroem fortes relações.

Amaral (2006), Posse (2011) e Couto (2010) utilizam em suas pesquisas a denominação jornalismo regional. “Quando se fala em jornalismo regional, fala-se em comunicação local, isto é, uma comunicação dirigida maioritariamente a pequenas localidades”. (COUTO, 2010, p. 15). O jornal regional é caracterizado por Fernandes (2003, apud HARTMANN, 2011, p. 73) “[...] como aquele que tem uma tiragem maior em relação à quantidade de habitantes da cidade. Não consegue sobreviver apenas com os anunciantes, assinantes e leitores locais e por isso busca ampliar sua abrangência na região”. Camponez (2002), Barbosa (2002) e Jerónimo (2015) utilizam, sem distinção, os termos proximidade, local e regional para se referir a este tipo de jornalismo. Camponez (2002, p. 103) cita que “[...] as especificidades da imprensa regional e local resultam, fundamentalmente, do seu compromisso com a região e do seu projeto editorial. É nesse compromisso que frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação”.

Utilizaremos neste estudo os termos jornalismo de interior para designar o jornalismo feito no interior do Rio Grande do Sul. Jornalismo de proximidade para tratar as informações de um mesmo local ou região próximos, neste caso os municípios da zona Sul do Estado⁷ que são alcançados pelo jornal Diário Popular. Por jornalismo regional entendemos o tipo de produção noticiosa que abrange mais de uma cidade do interior do Estado, próxima da cidade sede do objeto empírico, Pelotas, também situadas na zona Sul. No que se refere a jornalismo local, para tratar especificamente sobre o jornalismo feito na cidade de Pelotas.

2.3 Territórios da informação

O desenvolvimento científico e tecnológico das, cerca de três últimas décadas, propiciaram um crescimento considerável à comunicação, principalmente ao jornalismo. A informatização das redações e a utilização da Internet aliada ao processo de globalização, possibilitou a presença de jornais impressos e emissoras de rádios e televisão na Rede.

Não podemos deixar de mencionar que a globalização é, primeiramente, um modelo de administração de empresas (MATTELART, 2000) e que, devido a um ambiente de grande concorrência,

⁷ A zona sul do Estado é representada por uma associação que conta com 23 municípios, fundada em 20 de setembro de 1964, denominada Azonasul (Associação dos Municípios da Zona Sul). Disponível em: <<http://www.azonasul.org.br/Municipios>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

resultou num processo mundial o qual culminou também na globalização da comunicação. Conforme pontua Fernandes (2013, p. 107-108), “Acontecimentos ocorridos nos quatro cantos do mundo passaram a ser transmitidos em tempo real, assim como bens de consumo e culturais passaram a ser produzidos e comercializados em escala global”. Ou seja, a partir da globalização, da melhoria de recursos técnicos e com a Internet se expandindo no final do século XX, foi impulsionada a possibilidade de acesso a notícias, além de trocas entre pessoas e culturas de diferentes países de maneira mais rápida e ágil do que até então.

Dessa forma, foram transpostas barreiras espaciais, resultando no surgimento de um novo ambiente, o ciberespaço. Para Lévy (1999, p. 32) “As tecnologias digitais surgiram como a infraestrutura do ciberespaço, novo espaço de comunicação, de sociabilidade, de organização e de transação, mas também novo mercado da informação e do conhecimento”. O que era destinado a um público específico por questões principalmente de alcance e logística, acabou por ganhar o mundo através do jornalismo em redes digitais, que é o jornalismo presente no ciberespaço e que abordaremos no próximo capítulo.

Assim, as opções de acesso a notícias através da Rede são múltiplas. Exemplificando a globalização, temos de forma descomplicada possibilidades quase que infinitas de escolha de informações de cunho global e nacional. Através de um clique é possível saber, de forma instantânea, as últimas atualizações da guerra na Síria⁸, sobre como era a vida e o que estava fazendo em Londres a turista romena que morreu durante um atentado na cidade inglesa⁹ e o número de mortos durante a explosão de duas igrejas no Egito e o desenrolar desta barbárie¹⁰. Para ler sobre quaisquer um destes assuntos, não é preciso dirigir-se a um site ou portal em especial, pois as informações costumam estar disponíveis em diferentes sites e portais nacionais e internacionais de notícias.

O pesquisador português Carlos Camponez (2002) acredita que o binômio espaço/tempo é fundamental para uma discussão acerca das fronteiras do mundo globalizado. “O território é a transformação do espaço físico num espaço da comunicação: um espaço que se deixou invadir pela comunicação, pela dimensão simbólica, pela representação”. (CAMPONEZ, 2002, p. 43). Para Santos (2005, p. 170) o lugar nesse binômio se constitui e se renova de forma que o lugar

⁸ A guerra iniciou em 2011, a partir de protestos contra o presidente Bashar al-Assad, o tom das manifestações foi ficando mais agressivo e desencadeou rebeliões armadas que já deixaram cerca de 400 mil mortos, segundo estimativa da ONU.

⁹ Atentado ocorrido no dia 22 de março de 2017, próximo ao Parlamento Inglês, por Khalid Masood que atropelou várias pessoas que estavam na ponte próxima ao Big Ben. Além da turista e do criminoso, morreram outras quatro pessoas.

¹⁰ Crime cometido pelo Estado Islâmico durante a celebração do domingo de ramos, no dia 9 de abril de 2017, nas cidades de Alexandria e Tanta.

“[...] é, ao mesmo tempo, objeto de uma razão global e de uma razão local, convivendo dialeticamente”.

Com relação a indissociabilidade de espaço e tempo, Bourdin (2001) coloca que a experiência do indivíduo é estável e localizada. “Quando existe um sem o outro, nossa experiência é abalada e em particular, prevalecem os fenômenos de deslocalização”. O autor explica que isso consiste na “extração das relações sociais dos contextos locais, atingindo a sua recomposição nos diversos campos espaço-temporais, bem definidos, mas sujeitos a transformações permanentes”. (BOURDIN, 2001, p. 87). Podemos dizer que, conforme os meios de comunicação foram conquistando seu espaço na Rede, as fronteiras da informação deixaram de existir e os territórios, além de concretos, passaram também a ser virtuais. Estes espaços foram tomados pela comunicação. Atualmente todo o tipo de informação está disponível no ambiente digital, e não é diferente quando se trata de notícias.

Apesar de termos todo o tipo de informação ao acesso de grande parte da população¹¹, em (quase) todo lugar e a qualquer hora, quando o assunto é de caráter regional, a situação muda um pouco. A paciente está ansiosa pela sua consulta na sala de espera da clínica médica quando é informada pela secretária de que o profissional não conseguirá realizar o atendimento, pois ao se deslocar para o trabalho ficou preso no trânsito devido a um acidente na rodovia que liga a cidade de seu consultório a de sua moradia, distante cerca de 32 quilômetros. Curiosa, a paciente acessa pelo celular os portais de notícias da região para saber a gravidade do sinistro – se teve vítimas e a situação do trânsito na estrada, porém, não encontra nenhuma informação acerca do ocorrido. Nem naquele momento e nem mais tarde houve a publicação de alguma notícia sobre a pauta.

Diante de uma gama imensa de notícias e informações sobre assuntos de editorias variadas, interessa mais ao leitor saber a respeito da guerra na Síria ou sobre o acidente na rodovia próxima a sua cidade? Jerónimo (2015) acredita que a globalização, em razão da alta tecnologia hoje existente, levou a um desenraizamento do que é local. Este foi um exemplo de uma experiência pessoal que levou a uma reflexão sobre o assunto. Com base no pensamento de Bourdin (2001, p. 66) de que “É a mobilidade como modo de organização que age sobre a localidade, mas ela assim faz em função da experiência (e das formas do estilo de vida) cuja constituição ela permite”, tentamos entender os motivos que ocasionaram a não divulgação do ocorrido: os meios de comunicação não ficaram sabendo do acidente, pois nenhum leitor avisou

¹¹ Segundo dados divulgados pela União Internacional de Telecomunicações (UIT), em 22 de julho de 2016, 3,7 bilhões de pessoas no mundo, não tem acesso à Internet. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/uit-37-bilhoes-de-pessoas-ainda-nao-tem-acesso-a-internet-no-mundo/>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

ou enviou foto com detalhes por mensagem; a Polícia Rodoviária Federal, fonte oficial, não atendeu às ligações ou não tinha informações sobre o fato, pois uma viatura estaria no local atendendo a ocorrência; os meios de comunicação não dispunham de recursos para ir até o local do acontecimento; os veículos avaliaram que não valia a pena deslocar-se 32 quilômetros de estrada descendo e depois subindo a Serra em faixa simples para fazer uma pauta recorrente, enquanto poderiam cobrir outras emergentes mais próximas; e assim por diante. Cabe ressaltar que as cidades referidas são Bento Gonçalves e São Vendelino.

Quando atuei como jornalista do Diário Popular, tive a experiência de receber diversos telefonemas de pessoas anônimas e de colegas avisando principalmente sobre acidentes de trânsito próximos à sede do jornal. Muitas vezes larguei tudo o que estava fazendo e me desloquei a pé, à noite, com máquina fotográfica, bloco e caneta para produzir uma notinha para o site sobre o acontecimento. Dificilmente rendiam boas pautas e o trabalho noturno que àquela época era bastante volumoso se acumulava. Com o tempo, passamos a fazer uma avaliação mais rigorosa de quais pautas cobrir. Se renderia uma boa matéria e valeria realmente a pena o esforço, íamos, caso contrário, não. Ao mesmo tempo avalio que, para quem se depara com alguma rua interrompida por algum tipo de sinistro ou algo semelhante, certamente a referência seria buscar a notícia no site ou redes sociais digitais do jornal. Estando de um lado, como leitora, ou de outro, enquanto jornalista, consigo avaliar ambos julgamentos, porém, ao leitor talvez cause desapontamento. Embora muitas vezes seja mais fácil saber sobre o que ocorre em um território distante, pode interessar-nos ter conhecimento, primeiro, sobre o que acontece próximo a nós.

Nesta discussão territorial, Camponez (2002) aponta alguns autores, dentre eles Ringlet, que destaca o papel da geografia na definição da informação local. “Numa primeira análise, e diferentemente dos outros tipos de informação, a imprensa local define-se menos pelo seu conteúdo que pelo seu espaço geográfico”. (RINGLET apud CAMPONEZ 2002, p. 108). Para o investigador, o local em que está inserido determinado meio de comunicação representa mais do que a qualidade do conteúdo que ele dispõe. Camponez (2002) traz ainda a posição semelhante de outro pesquisador, Mercadé, que vê a imprensa regional como privilegiada por ter seus conteúdos difundidos na região e/ou na cidade na qual está localizada a sua sede.

A vocação, a intencionalidade, os conteúdos e a percepção sobre o leitor são determinados pelo contexto local ou regional, sendo também as relações com as instituições e organismos locais e regionais mais diretas, de carácter permanente e num grau maior de intensidade, comparativamente aos órgãos que se encontram, administrativa e politicamente, a um nível hierárquico superior. (MERCADÉ apud CAMPONEZ, 2002, p. 110).

Um exemplo do que cita Mercadé seriam as filiais dos grandes conglomerados jornalísticos das capitais, que instalados em cidades do interior têm como missão conquistar espaço, alavancar audiência e aumentar receitas. Em contrapartida, presume-se, não possuem uma relação de proximidade com a comunidade daquela região, o que já existe com a mídia local, consolidada há anos. Peruzzo conta que, inicialmente chegou-se a pensar no término da comunicação local, em razão da globalização da economia e das comunicações “para em seguida se constatar o contrário: a revalorização da mesma, sua emergência ou consolidação em diferentes contextos e sob múltiplas formas”. (PERUZZO, 2005, p. 70). Aqui, como já citamos anteriormente, acreditamos que interesse aos leitores pautas globais e locais, uma coisa não exclui a outra. Entretanto, concordamos com Garcia (2017) quando o autor coloca que o interesse pela informação é condicionado pela proximidade, de modo que tudo o que nos afeta diretamente acaba por despertar “nossa curiosidade por conhecer, por dispor de mensagens que nos ofereçam não só informação, senão contexto e possíveis consequências que nos dotem de conhecimento para entender as dinâmicas da vida diária e para que possamos atuar com critério próprio”. (GARCIA, 2017, p. 119). Contudo, precisamos considerar a incidência do global no local e o oposto, conforme veremos a seguir.

2.3.2 Glocalização: a união dos opostos?

Roland Robertson (1992) propõe o conceito de glocalização, em que o glocal seria a união do global e do local. Posse (2011, p. 19) pontua que esta concepção “prevê a coexistência de tendências universais e locais”. Para a autora, “no fundo, o local encarrega-se de devolver a realidade multidimensional à globalização”. (*Ibid.*, p. 18). Avançando nesta direção, Garcia (2004, apud COUTO, 2010, p. 15) aborda que “o glocal é resultado de uma série de convergências entre globalização e a proximidade”. Ainda, Barbosa (2002, p. 82) acredita que a utilização das redes digitais fortalece o engajamento em torno da localidade. Conforme analisa, o termo glocalização “pressupõe a simultaneidade e a interpenetração do global e do local, do universal e do particular”.

Jerónimo (2015, p. 21) também utiliza o termo glocalizar e argumenta que esta é uma forma de “reforçar a importância do local no global, a partir da sua identidade e cultura”. O pesquisador destaca que o questionamento sobre a identidade resulta do que ele chama de relação “tensa, diacrónica e permanente entre o local, o global e o glocal”. Para Ferreira, o papel da imprensa local e regional é o de auxiliar no entendimento sobre o que o mundo traz de novo:

[...] mas, sublinhando sempre a importância das identidades culturais como cimento de um modelo que, para seguir a proposta de Roland Robertson, assente na “localização da globalidade”. Isto é: o local não é indiferente ao global, mas consegue fazer uma triagem do que interessa, única maneira de construir uma sociedade “local/global” sem espezinhar as identidades. E nesta construção tem seguramente a imprensa local e regional um papel importantíssimo a prestar. (FERREIRA, 2005, p. 161).

Os portais regionais são, para Barbosa (2002, p. 83), projetos de glocalização, pois embora tenha como direcionamento o público específico de uma cidade ou região, ele pode ser “acessado por qualquer pessoa em qualquer lugar do mundo dado ao aspecto aterritorial das redes telemáticas – esses portais são um modo prático diferente de glocalização e, portanto, constitutivos da globalização contemporânea”. A informação local conquistou seu espaço na Internet e com isso está ao alcance de todos, não apenas daquele morador da cidade, mas também do que reside em outro município, estado ou país. Semelhante a Barbosa, Garcia (2017, p. 121) assegura que “a informação de proximidade entrou com força na sociedade em rede da mão dos cibermeios, com a articulação de produtos pensados para atuar, intervir e informar desde a cercania para uma sociedade glocal, isto é, mundial e local ao mesmo tempo”.

Deve-se levar em conta, também, o poder de agendamento dos jornais (McCOMBS, 2009). Ou seja, as formas como os jornais passam a pautar e reverberar determinados acontecimentos, mesmo geograficamente distantes, indefinidos ou diluídos, podem transformar determinadas ocorrências em locais.

Conforme Couto (2010, p. 16), “muito devido ao seu forte papel na sociedade, o jornalismo regional não deve cingir-se apenas ao suporte tradicional”. Aos moradores de outras cidades, é uma forma de manterem-se informados sobre aquela região. Estamos falando também de quem não mora mais em sua cidade natal, mas tem interesse em saber sobre o que se passa naquela localidade.

Ao morador local, os sites e portais regionais interessam não apenas para saber sobre o que ali se passa, mas também os impactos de algo global que incidam regionalmente. Um exemplo seria a taxa inflacionária, que aumentaria preços de algum produto e promoveria impactos diferentes na economia de cada lugar, devido aos impostos. Podemos citar também os fenômenos da natureza, como a febre amarela e a dengue, transmitidas pelo mosquito *Aedes Aegypti* contaminado, o qual tem ocorrência em algumas localidades e outras não.

Muitas vezes, acontecimentos locais também impactam de diferentes formas toda uma nação, seja por comoção e/ou com alterações no cotidiano, como foi o caso do incêndio da

boate Kiss, em Santa Maria¹². Em razão da fatalidade, houve mudanças nas exigências de segurança de prevenção e combate a incêndios em bares, boates, restaurantes e similares em todo país, originando a lei Kiss¹³. Também colocou a cidade do interior do Rio Grande do Sul em foco principalmente nos veículos de comunicação do Estado durante um longo período, mas igualmente ganhou destaque na mídia nacional e internacional.

Podemos considerar que o global afeta o local e que o local afeta o global, contudo, na maioria das vezes, não da mesma maneira. O global afeta mais o local do que o contrário. Mesmo no exemplo acima, do incêndio da boate Kiss, em que o acontecimento ganhou os noticiários internacionais, a mudança na lei ocorreu somente em território nacional. Camponez (2002, p. 20) defende que “o local e o global não são extremos que se opõem, mas espaços que interagem, ainda que de forma desequilibrada”. Barbosa (2002) lembra que nem sempre há a contextualização regional de assuntos nacionais e internacionais. Muitas vezes é noticiado o ocorrido sem que se traga para a realidade de determinada região algum aspecto relevante.

Dessa forma, reforçamos que a proximidade não é necessariamente local. O jornalismo em redes digitais e as redes sociais digitais vieram contribuir para que não existam mais barreiras espaciais quando o assunto é informação. Entretanto, aqui consideramos que a proximidade geográfica influencia na recepção, bem como na participação do leitor, uma vez que o público pode identificar-se com o que é divulgado (os acontecimentos locais e regionais), fazendo com que esses assuntos tenham a sua preferência.

2.4 Critérios de seleção, noticiabilidade e valores-notícia

Geralmente as cidades de interior são menores do que as capitais, assim como sua população proporcionalmente é menos extensa. Segundo Dornelles (2004, p. 13), “[...] a imprensa interiorana possui potencial para exploração da prática do jornalismo, através de seus jornais locais, no que pese o preconceito existente no Estado”, diz referindo-se ao Rio Grande do Sul. Dessa forma, o público de jornais impressos, emissoras de rádio e televisão, e sites e portais locais é mais regionalizado, enquanto que nas capitais os meios de comunicação buscam abranger pessoas de todo estado e, conseqüentemente, possuem maior dimensionamento. Isso, porém, não quer dizer que haja prejuízo no alcance de conteúdo apresentado pelos veículos locais, uma vez que, acredita-se, o público mantenha-se mais fiel aos meios mais próximos para acompanhar primeiro as informações de sua região, buscando, depois, o que ocorre em outras

¹² O incêndio, ocorrido no dia 27 de janeiro de 2013, teve 242 mortos e mais de 600 feridos.

¹³ Lei nº 13.425, de 30 de março de 2017.

áreas do estado ou país. O caso citado anteriormente sobre o acidente em São Vendelino é um exemplo de interesse pelo regional.

O jornalismo é feito a partir de notícias escolhidas com base em alguns critérios de seleção, conhecidos jornalisticamente como critérios de noticiabilidade e/ou valores-notícia. Silva (2005) compreende como noticiabilidade:

[...] todo e qualquer fator potencialmente capaz de agir no processo da produção da notícia, desde características do fato, julgamentos pessoais do jornalista, cultura profissional da categoria, condições favorecedoras ou limitantes da empresa de mídia, qualidade do material (imagem e texto), relação com as fontes e com o público, fatores éticos e ainda circunstâncias históricas, políticas, econômicas e sociais. (SILVA, 2005, p. 96).

Conforme observa Cézár (2010, p. 12), “a teoria que contempla os critérios de noticiabilidade foi estabelecida sob uma lógica particular, em outra ordem espaço-temporal da sociedade”. Época essa em que o jornal impresso continha o desdobramento de um acontecimento somente até o momento de fechamento de sua edição. Nesta direção, “[...] o fluxo informacional deixa de ser tempo corrente e passageiro e passa a ser imutável, eterno, mesmo sabendo que as informações podem ser modificadas no dia seguinte [...]”. (*Ibid.*, p. 13). O que não se aplica ao jornalismo em redes sociais digitais.

Silva (2005) propõe uma classificação de critérios de noticiabilidade, dividindo-os em três etapas: primeiro, na origem dos fatos, que seria uma seleção primária a considerar atributos próprios ou características típicas, reconhecidos por diferentes profissionais e veículos; segundo, no tratamento dos fatos, com ênfase na seleção hierárquica e levando-se em conta fatores inseridos dentro da organização, como formato do produto, qualidade do material jornalístico apurado, prazo de fechamento, infraestrutura, tecnologia, etc., como também fatores fora da organização direta e intrinsecamente vinculados ao exercício da atividade jornalística, como relações do repórter com fontes e públicos; e, terceiro, na visão dos fatos, a partir de fundamentos éticos, filosóficos e epistemológicos do jornalismo: conceitos de verdade, objetividade, interesse público e imparcialidade, que orientam as ações e intenções das instâncias ou eixos anteriores. Para a autora, esses conjuntos não funcionam isoladamente na prática da produção noticiosa, mas concomitantemente.

Dentre os principais autores que investigam critérios de noticiabilidade destacamos Mauro Wolf (1999) e Nilson Lage (2001). Wolf define os valores-notícia como um componente da noticiabilidade, em que eles “constituem resposta à pergunta: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem

transformados em notícias?”. (WOLF, 1999, p. 195). Pergunta esta que aqui consideramos oportuna a qualquer tempo por tratar de interesse e relevância de um acontecimento para o público.

Lage (2001) classifica alguns itens considerados como critérios de avaliação da noticiabilidade: proximidade, atualidade, identificação, intensidade, ineditismo e oportunidade. Estas seriam algumas premissas para a seleção de notícias que compunham o jornalismo, porém, conforme salienta Cézár (2010), os critérios de noticiabilidade foram concebidos teoricamente em um período específico à lógica do jornal impresso, anterior ao da sociedade em rede (CASTELLS, 2000), no qual vivemos atualmente e em que os desdobramentos de um mesmo acontecimento podem ser acompanhados instantaneamente, como veremos no próximo capítulo.

Dornelles (2013) atribui aos espaços colaborativos, propiciados com o surgimento do ciberespaço, a legitimação da participação do público. Para a autora, essa nova prática alterou as formas de produção da notícia e dos critérios de noticiabilidade “tradicionalmente utilizados e defendidos pelos jornalistas como sendo a representação ‘daquilo que o público deseja saber sobre o mundo’”. (DORNELLES, 2013, p. 7). Conforme analisa, nem sempre o que os leitores querem saber é o que os jornais entendem como notícia que interesse ao público. Dessa forma, Dornelles acredita que os profissionais devem adaptar-se a um modelo atual, da era das redes, em que sejam exploradas mais possibilidades, vários lados de uma história, e que o jornalista por trás da notícia atue de maneira diferente dos veículos tradicionais em que o foco era específico, hoje ele deve buscar diferentes formatos e linguagens.

Como vimos nesta seção, os critérios de seleção, noticiabilidade e valores-notícia estão em constante discussão pelos pesquisadores que propõem novas classificações e atualizações. A proximidade enquanto critério de noticiabilidade encontra-se como valor fundamentalmente presente no objeto de estudo desta dissertação, o que observaremos no capítulo quatro.

2.4.1 Vínculos de proximidade no interior

A partir do interesse pelos vínculos de proximidade no interior, propomos trabalhar neste tópico a proximidade a partir dos seguintes questionamentos: a) Que perfis de proximidade ocorrem no jornalismo de interior?; b) Em quê isso é diferente dos grandes jornais nacionais?; e c) Como essa proximidade é construída pelo jornal enquanto empresa? E pelos leitores?

Acreditamos que os perfis de proximidade encontrados no jornalismo de interior abrangem aquilo que Dornelles (2010, p. 242) define como características do “sujeito integrado e participante numa comunidade geográfica delimitada”, que seriam as “mentalidades, hábitos, modos de viver, níveis de vida, preocupações culturais e sociais dominantes etc”. Ainda, ao que Posse (2011) considera como níveis de proximidade na produção de conteúdos jornalísticos: física/geográfica, temporal, cultural, social, política, psicológica. Também, a “relação de proximidade aos níveis social, a partir das temáticas abordadas: família, o trabalho, a religião ou a política; mas também psicoafetiva, a partir dos valores partilhados: sexo, vida e morte, segurança e bem-estar”, como pontua Jerónimo (2015, p. 29).

O perfil que podemos tentar traçar são de pessoas de uma mesma localidade ou região que se identificam a partir de afinidades e valores nos quais tomamos por base as pautas presentes na mídia local. As afinidades estariam nas atividades de lazer/cultura: a ida ao estádio de futebol para acompanhar os times locais, os passeios nos parques aos domingos, eventos culturais e shows, por exemplo. A partir do momento em que o indivíduo vivencia aquela realidade, faz parte dela, tem sua forma de interpretar o que está sendo passado pela mídia.

Os valores poderiam ser a participação na missa/culto e nos eventos religiosos dos quais pertence. A presença no manifesto contra o aumento do preço da passagem de ônibus, ou ainda para chamar a atenção de políticos locais sobre a insegurança vivida em espaços públicos, pois ele faz parte disso. Já vivenciou ou conhece alguém que tenha passado por alguma situação de insegurança. Arriscamos dizer que os leitores sentem conhecer os assuntos tão bem quanto os jornalistas, muitas vezes antecipadamente a eles. Diferentemente do conhecimento que temos a respeito do que se passa em Brasília ou da guerra em outro continente que só conhecemos de fato através das plataformas digitais, jornais, rádio e televisão, e nem sempre contextualizados a nossa realidade/região. Para Jerónimo (2015, p. 94), este é um tipo de jornalismo “geograficamente orientado e comunitariamente comprometido”. Essas temáticas que envolvem proximidade e identificação estão presentes diariamente nos noticiários, sejam eles locais, regionais ou nacionais, mesmo que de diferentes formas.

A diferença do nacional para o interior é que o leitor se reconhece nas situações locais que são comuns ao seu cotidiano. Ele vê pessoas com as quais tem algum tipo de relação ou conhece alguém que o tenha, pois existe a demonstração de ambientes que ele e/ou amigos frequentam ou habitam. Ainda conforme Dornelles (2010, p. 240), “é a proximidade que permite ao jornalismo perceber os contextos que determinam os valores-notícia e, a partir daí, organizar os restantes elementos valorativos, como a novidade, a atualidade, a relevância, a consonância, o desvio e a negatividade”.

Em março de 2017, foi divulgado na pequena e na grande mídia que um pesquisador pelotense, o epidemiologista César Victora, foi o primeiro brasileiro a ganhar um importante prêmio canadense¹⁴, devido as suas pesquisas científicas. Mesmo que as pessoas não o conheçam, é possível afirmar que grupos delas sabem de quem se trata e, já ouviram falar dele. Sou um desses exemplos. Nunca o vi, mas sei que ele é “de nome”. Eu o descreveria como um importante e famoso cientista médico da cidade.

Meu primeiro contato com o seu nome foi em razão de ele ser um dos criadores da Coorte 1982¹⁵, da qual faço parte. Quando me deparei com a notícia de que ele seria agraciado com este prêmio senti um orgulho imenso de ver um conterrâneo despontando mundialmente. Acredito que este sentimento seja partilhado por muitos pelotenses. Alguém (nem tão) próximo a mim, da minha cidade natal, sendo reconhecido por belos feitos mundo a fora. Despertou, além de orgulho, uma alegria inexplicável de ver o nome de Pelotas aparecendo por uma pauta positiva em outros lugares que não sei dimensionar. Isso vai ao encontro do que defende Bourdin (2001) ao tratar sobre a concepção de pertença. Para o autor, “todo grupo de pertença é por princípio associado a um território”. (BOURDIN, 2001, p. 35).

Por curiosidade, na época, coloquei seu nome no buscador de notícias e um dos primeiros links que apareceu foi “Pesquisador da UFPel é o cientista brasileiro mais citado no Google¹⁶”. Ao clicar sobre a matéria, produzida pelo jornal Zero Hora, outra surpresa: a jornalista que assina a publicação é pelotense e já foi minha colega de trabalho. O sentimento de orgulho só se multiplicou. Esse também é um exemplo do local no global, pois uma pessoa da cidade tem seu nome divulgado mundialmente por uma pesquisa de ponta, assim como global no local, pois temáticas científicas epidemiológicas tratadas mundialmente são estudadas e pesquisadas localmente: uma glocalização. Camponez (2002, p. 110) pontua que “é, de resto, nesta ligação conceptual entre a sua localização territorial e a territorialização dos seus conteúdos que a imprensa regional e local constrói a sua razão de ser, a sua especificidade e a sua força”.

Existem também os exemplos negativos, como o do empresário apontado como mandante do crime que vitimou sua ex-esposa, em 2003. O assunto ganhou não só as rodas de

¹⁴ Disponível em: <<http://ccs2.ufpel.edu.br/wp/2017/03/28/cesar-victora-ganha-premio-gairdner-de-saude-global/>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

¹⁵ O estudo denominado Coorte de 1982 trata-se do acompanhamento de todas as pessoas nascidas em hospitais de Pelotas durante esse ano. Ao todo foram registrados 5.914 nascidos vivos, cujas mães residiam em domicílios urbanos. Disponível em: <http://epidemio-ufpel.org.br/site/content/coorte_1982/index.php>. Acesso em: 16 abr. 2017.

¹⁶ Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/planeta-ciencia/noticia/2015/05/pesquisador-da-ufpel-e-o-cientista-brasileiro-mais-citado-no-google-academico-4764800.html>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

conversa na cidade, mas também os principais noticiários nacionais. Outra pauta recorrente na cidade é o desaparecimento da professora universitária Cláudia Hartleben, ocorrido em abril de 2015. Até o início de 2018 o caso não foi solucionado e as pessoas especulam sobre o que poderia ter acontecido, visto que a docente, aparentemente, encontrava-se em um bom momento pessoal e profissional. Tais conteúdos são acontecimentos locais que, na perspectiva de Dornelles (2010, p. 240), “são melhor compreendidos, pois também proporcionam melhores temas de histórias para comentar no cotidiano”. O que observamos é o fato de a proximidade se manifestar de formas diferentes: de acordo com os temas e também conforme a diversidade dos leitores que possuem distintas perspectivas sobre os acontecimentos e sobre o tratamento que o jornal dá a eles.

Acreditamos que a diferenciação do perfil de proximidade visto em um jornal de interior para o de grandes jornais nacionais é a especificidade de entrar a fundo na vida das pessoas daquela região. Como o fato de ser César Victora uma pessoa bastante conhecida na cidade, que mesmo não me sendo próximo, dá a sensação de que é. De existir reconhecimento com o que é apresentado, e não um distanciamento excessivo ou pequenas pinceladas de uma forma mais geral acerca de um assunto. Essa perspectiva se torna clara na observação dos comentários dos leitores na página do Diário Popular no Facebook, em que eles fazem suas inferências com a propriedade de quem vive àquela realidade, como veremos mais à frente no trabalho.

Muitas vezes o leitor conhece o jornalista e está próximo fisicamente do fotógrafo, diretor do jornal e até do entregador, que é do mesmo bairro em que distribui a publicação, por exemplo. É importante ressaltar, como lembra Barbosa (2002), que, embora a proximidade seja uma prioridade no jornal de interior, isso não exclui a divulgação de pautas nacionais e internacionais, tendo em vista que “o tratamento dado aos conteúdos não pode nem deve ser redutor. Ao contrário, proximidade, contiguidade, afinidade, também pressupõem interpretação, contextualização, como critérios de noticiabilidade”. (BARBOSA, 2002, p. 105).

A proximidade é construída pelo jornal, enquanto empresa, e também por meio de pautas locais e regionais, principalmente pela Internet e pelas redes sociais digitais, as quais permitem uma maior aproximação com o público. Para Couto (2011, p. 17), “os ciberjornais regionais usam a informação de acordo com critérios de proximidade, aliando igualmente as características específicas do ciberjornalismo, como a interatividade, hipertextualidade, multimídia, memória, entre várias outras”. Jerónimo (2015) acredita que o jornalismo em redes sociais digitais está contribuindo para a revitalização do jornalismo de proximidade. Essa interação, uma das potencialidades que a Internet oferece e que será discutida neste estudo,

possibilita um laço mais forte entre jornal e leitores. Seja por comentários, reações¹⁷, envio de avisos, fotos e outros elementos por parte do leitor, que constrói, dessa forma, uma relação de aproximação. Na análise do material coletado, a identificação destes perfis, que consta entre os objetivos específicos, será retomada.

2.5 Interferências possíveis nas relações de proximidade

É interessante atentar para um fator que pode influenciar na divulgação das notícias, a proximidade dos jornalistas/veículo com as fontes. Se por um lado isso é positivo, pois teoricamente é mais simples conseguir a informação, por outro existem as pressões de grupos de poder. “Requer-se a astúcia e a perspicácia de impor como valor notícia (como critérios de elaboração das notícias) a região, através das suas fortalezas, fraquezas, ameaças e oportunidades”. (AMARAL, 2006, p. 56). Casos de denúncias contra (grandes) empresários e/ou políticos são um terreno bem delicado de adentrar, principalmente pela influência que podem exercer na empresa jornalística.

De um lado, empresários, muitas vezes anunciantes do jornal e com reconhecimento local. De outro, políticos com bastante apelo popular e que utilizam de suas artimanhas para pressionarem as empresas e os profissionais. Este relacionamento de proximidade pode causar intimidação e uma pauta potencial pode ser deixada de lado para evitar perturbações e até processos judiciais, assim como enfraquecimento da fonte que precisa ser consultada mais vezes devido ao cargo ou posição que ocupa. Correia (apud JERÓNIMO, 2015, p. 29) argumenta que “a mesma pessoa ora pode ser [...] fonte, ora o seu público, ora a visada das suas notícias ou até mesmo as três situações em simultâneo. São precisamente este tipo de situações que podem levar à permeabilidade das redações, aos abusos e ao ‘clientelismo’”.

Assim como existe a preocupação por parte das empresas jornalísticas de que os profissionais não deixem de escrever sobre determinado assunto pelo fato de conhecerem um ou mais atores envolvidos nele, há também o receio, por parte dos jornalistas, de que todo seu esforço para construir um bom material não seja em vão. Visto que pode ocorrer de empresas jornalísticas ordenarem a queda de uma pauta já produzida por sofrerem pressão de algum dos envolvidos, tanto por relações de amizade como financeiras, por exemplo. Peruzzo (2005, p. 81) alerta que “[...] a mídia de proximidade caracteriza-se por vínculos de pertença, enraizados

¹⁷ As reações ou *reactions* são uma forma de interação reativa no Facebook e em outras redes sociais digitais, assunto que abordaremos no próximo capítulo.

na vivência e refletidos num compromisso com o lugar e com a informação de qualidade e não apenas com as forças políticas e econômicas no exercício do poder”.

Em pequenas cidades, ocorre que um sujeito pode ser a única referência para falar sobre determinado assunto, o que demanda que o jornalista tenha uma atenção especial, pois algum deslize pode colocar um relacionamento importante a perder – neste caso, principalmente, e talvez unicamente, para o jornal. Já ouvi de colegas o relato de que determinada fonte afirmou que nunca mais falaria com o jornal no qual trabalhavam por algum mal-entendido. Assim como é comum ouvirmos histórias nas rodas de jornalistas de que um ou outro político solicitou a determinado jornal demitir um profissional por se sentir prejudicado, de alguma forma, por uma pauta.

O público também é exigente. Um exemplo interessante que vivenciei enquanto trabalhava com jornalismo em redes digitais foi quando um dirigente de uma confederação de futebol deu em primeira mão a notícia de que um dos times de futebol da cidade ia cair de série de determinado campeonato. Com esse furo de reportagem, colocamos a manchete como principal destaque do site. Em menos de um minuto passamos a não dar conta de moderar os comentários que se multiplicavam no portal, bem como os e-mails, que lotavam a caixa de entrada. Algo surpreendente pelo volume que não parava de crescer. O conteúdo, de uma forma geral, era o mesmo: torcedores indignados xingando jornal e jornalistas e acusando a empresa de ser contra o seu time. No dia seguinte o já esperado aconteceu: muitas pessoas cancelaram suas assinaturas, o que acreditamos, ocorreu em função da notícia.

Nesta direção, Barbosa (2002, p. 80) salienta que, “como uma variante do modelo de portal, os portais regionais – também chamados portais locais – se distinguem pela atuação segmentada e pela relação direta estabelecida entre comunidade e conteúdo”. O público parece ler os assuntos de seu interesse com olhos extremamente parciais, fazendo julgamentos e, a partir disso, toma atitudes como comentários negativos e cancelamento de assinatura, como mencionado no exemplo acima. A proximidade mexe com sentimentos, principalmente paixões. E, pelo fator da proximidade, torna-se mais fácil ir até o veículo e reclamar, cancelar assinatura, xingar, acusar, criticar, falar pessoalmente com os jornalistas e os diretores ou telefonar. Muitas vezes, nos veículos de interior, o leitor é atendido pelo próprio redator da matéria, e não por um telefonista. Não existe o inatingível, como parece ser em veículos localizados a uma distância considerável, como é o caso dos nacionais.

Após abordarmos sobre acontecimento e jornalismo de proximidade, no próximo capítulo debatemos sobre o jornalismo em redes digitais.

3 JORNALISMO EM REDES DIGITAIS

Falar em/sobre redes pode remeter-nos rapidamente a três coisas – não necessariamente nesta ordem: a sociedade em rede, bem como os conceitos envolvidos definidos por Castells (2000); redes sociais digitais, presentes em nossa vida cotidianamente; e a rede mundial de computadores – Internet, que, igualmente, faz parte do nosso dia a dia, sem que, geralmente, nos demos conta disso. Consideramos que o jornalismo em redes digitais é perpassado por esses três âmbitos, afinal, está presente e existe por causa da Internet, assim como encontra-se inserido nas redes sociais digitais e integra a sociedade em rede. Neste capítulo veremos alguns conceitos de redes, redes sociais e redes sociais digitais, bem como de jornalismo em redes digitais, como se dá o jornalismo nas redes sociais digitais e, por fim, noções de interatividade, interação e participação.

3.1 Rede, Rede Social e Rede Social Digital

Embora, muitas vezes, associemos rede a redes sociais digitais, somos atravessados pelas redes o tempo todo em nossas vidas. Temos redes de contatos, nossas residências (a maior parte delas) possuem uma rede de esgoto, utilizamos serviços bancários e telefônicos em rede, compramos produtos de pequenas e grandes redes, jogamos em rede e daí em diante. A impressão é de que tudo faz parte de uma rede maior pela ligação que todas as coisas demonstram ter entre si. Por isso, buscamos entender, primeiro, este conceito. Castells (2009, p. 45) define que “rede é um conjunto de nós interconectados. Os nós podem ter maior ou menor relevância para o conjunto da rede, de forma que os especialmente importantes se denominam ‘centros’ em algumas versões da teoria de redes”. Graficamente, podemos representar uma rede através de teias (estilo teias de aranhas), em que os nós seriam os atores sociais ligando-se de maneira não-linear. Ou seja, uma pessoa pode estar ligada a poucos ou a muitos outros indivíduos em maior ou menor intensidade, formando diferentes redes sociais.

Zago (2014) aponta, em sua tese de doutorado, que a origem¹⁸ do estudo das redes se dá com a teoria dos grafos de 1736, do matemático Leonhard Euler. Recuero (2004, p. 1) esclarece que “um grafo é uma representação de um conjunto de nós conectados por arestas, formando

¹⁸ O desafio era atravessar sete pontes que ligavam a cidade de Königsberg – hoje Kaliningrado, antiga capital da Prússia Oriental, sem passar duas vezes pela mesma ponte. O matemático descobriu que isso não seria possível através de um teorema já existente, pois este tratava as pontes como arestas, dessa forma os lugares deveriam ser conectados como nós.

uma rede”. Ainda conforme a autora, a teoria dos grafos serve de base para o estudo das redes sociais. De forma semelhante, Salles (2015) explica que o modelo é bastante utilizado como ferramenta na neurociência, o que demonstra a versatilidade das áreas em que pode ser aplicado como a biologia, ciências sociais, física, medicina, dentre outras. “O grafo representa uma rede: é uma figura composta por pontos e linhas. Na teoria dos grafos, os pontos são os ‘vértices’ e as linhas são as ‘arestas’”. (SALLES, 2015, online).

Conforme citado por Recuero, como nós, e por Salles, como vértices, os pontos simbolizados graficamente em um grafo, seriam pessoas, que muitas vezes representam instituições e/ou organizações. Neste trabalho, o Diário Popular seria este nó ou vértice. As arestas, retratadas por linhas, seriam as conexões entre esses indivíduos – jornal e leitores, no que diz respeito às interações entre eles, por vezes mais fortes ou fracas. Recuero (2009, p. 56) explica, em um estudo posterior, que pelo fato de as redes serem metáforas estruturais, elas se constituem “em formas de analisar agrupamentos sociais também a partir de sua estrutura. Neste sentido, as redes sociais na Internet possuem também topologias, estruturas”. As topologias estariam relacionadas às estruturas das redes sociais, constituídas pelos laços sociais estabelecidos pelas pessoas. Citando Franco (2008) e Baran (1964), a autora aponta três tipos de topologias básicas: distribuída – os nós teriam conexões em igual número; centralizada – um nó centraliza a maioria das conexões; e descentralizada – um grupo de nós se conecta a vários outros grupos de nós. Todas estariam presentes nas redes sociais digitais. Entretanto, Zago (2014) chama a atenção para o fato de que existe a pesquisa de 2003 de Barabási sobre topologias, que indica que “[...] a distribuição entre nós e conexões se daria conforme uma lei de potência, com poucos nós conectados a muitos outros nós, e muitos nós conectados a poucos nós”. (BARABÁSI, 2003, apud ZAGO, 2014, p. 32). Os nós mais conectados nas redes sociais digitais ocupariam uma posição de maior destaque, logo, seriam encontrados mais facilmente.

Com relação à conexão, Aquino Bittencourt (2017, p. 47) analisa, a partir do estudo da convergência, que esta é uma das características da Internet que se sobressai pelo “[...] poder de interligação que o meio proporciona não somente aos conteúdos, mas também aos indivíduos conectados, garantindo a ocorrência de relações sociais em torno dos conteúdos informacionais que nele circulam”. A Internet propicia essas conexões, é uma rede que forma diversas redes de contatos que seriam principalmente interpessoais e informacionais, porém, precisamos levar em conta que uma rede social é diferente de uma rede social digital.

Um grupo de pessoas que se relaciona entre si fora da Internet, seja uma família ou uma turma de alunos que frequenta a mesma série/escola, constitui uma rede social, uma vez que vivemos em sociedade e somos organizados em redes. A diferença está, principalmente, no

meio, pois as redes sociais digitais são as que estão presentes no meio digital – Internet. Se organizam de forma semelhante, contudo, com características próprias, como as interações – conversações mediadas ou não, que representam conexões entre as pessoas. (RECUERO, 2012). Conforme Primo (2007, p. 7) “[...] uma rede social online não se forma pela simples conexão de terminais. Trata-se de um processo emergente que mantém sua existência através de interações entre os envolvidos”, como veremos mais adiante.

3.2 Conceituação de Jornalismo em Redes Digitais

O jornalismo, simplificadamente conceituado por Lage (2014, p. 21) como uma “atividade de natureza técnica caracterizada por compromisso ético peculiar”, teve a tecnologia e as redes como aliadas na forma de expandir-se, mas principalmente desenvolver-se, pois está presente em um meio – a Internet, que agrega outras formas de distribuição de informação jornalística que vão além dos modelos tradicionais (via impresso, televisão ou rádio). No ambiente digital é possível incluir a escrita, o oral, o audiovisual, além de outras formatações de linguagens e recursos. Possibilidade essa sempre em expansão e que, com o auxílio da tecnologia, pode inovar constantemente a forma de fazer jornalismo para que não se configure apenas como a transmissão ou narração de um acontecimento em tempo real. Mas que também veio para transpor barreiras espaciais, como vimos no capítulo anterior, tendo assim maior potencial de alcance de públicos variados que têm à disposição uma gama de conteúdos apresentados de formas distintas.

Castells (2000, p. 354) já previa que “a integração potencial de texto, imagens e sons no mesmo sistema – interagindo a partir de pontos múltiplos, no tempo escolhido (real ou atrasado) em uma Rede global, em condições de acesso aberto e de preço acessível”, mudaria o caráter da comunicação. Da mesma forma, Palácios (2002) e Mielniczuk (2003) apontavam, no começo dos anos 2000, algumas características básicas do jornalismo em redes digitais: hipertextualidade, multimidialidade, memória, interatividade, personalização, instantaneidade e atualização contínua. Jerónimo (2015) acrescenta às singularidades a usabilidade, criatividade e mobilidade e, Pavlik (2014), a ubiquidade.

Para César (2014, p. 98), “o princípio do jornalismo em rede (digital) está na profundidade, alcance e interação. É visível o quão determinante a forma é para o conteúdo. Ainda, as potencialidades do meio influenciariam sobre a forma de concepção, abordagem e narrativa dos acontecimentos”. Heinrich (2011) aprofunda a noção de jornalismo em redes digitais, destacando que:

O jornalismo em rede é o conceito estrutural subjacente no que se refere à organização estrutural e às conexões não apenas dentro de uma forma de jornalismo (por exemplo, impressa ou online), mas aos modos de conexão emergentes dentro de toda a esfera do trabalho jornalístico como tal. A tecnologia digital melhora as opções de coleta de notícias, muda os modos de produção e os impactos. Difusão de notícias não só para mídia online, mas para todas as plataformas jornalísticas que operam dentro da rede social. Dentro desta sociedade em rede, novos modos de conexão e fluxos de informação influenciam a organização estrutural dos mercados jornalísticos, bem como o trabalho cotidiano de reunir, produzir e divulgar notícias dentro de uma esfera de rede global. (HEINRICH, 2011, p. 61, tradução nossa)¹⁹.

No jornalismo em redes digitais, antigos modelos empresariais, de produção, organização e divulgação, ganharam uma nova forma na qual os profissionais passaram a ter mais facilidade de acesso a dados. Um exemplo são os portais de órgãos públicos, que disponibilizam a transparência institucional²⁰, mas vai além disso. Com a Internet, as informações estão em rede, o que facilita a busca por tema – se o profissional desejar fazer uma reportagem sobre pássaros silvestres, poderá iniciar o entendimento do assunto lendo diversos materiais a este respeito; fonte – quem poderá falar sobre os pássaros silvestres na sua região, consultando sites de universidades e currículos *lattes* de especialistas; memória – pesquisar o que já foi divulgado sobre pássaros silvestres em outros meios e no veículo para o qual trabalha; e muito mais sobre qualquer assunto, de maneira simples e rápida.

Aqui citamos um exemplo de algo não-factual, contudo, se fosse uma matéria de cunho policial, como um assalto a banco, em que os ladrões foram presos, a mesma lógica poderia ser aplicada, dadas as devidas proporções. O jornalista teria pressa em divulgar o ocorrido pela sua factualidade, logo, poderia pesquisar os nomes dos assaltantes e descobrir se eram reincidentes; consultar se teriam implicações na justiça e incluir em seu texto. Outra opção é procurar acontecimentos semelhantes, outras pautas sobre violência, para dispor como leitura adicional à matéria, oferecendo, assim, o recurso de hipertextualidade. Essa característica vai ao encontro de como pode se dar a leitura nesses meios: não-linear. Os leitores têm a possibilidade de fazer o caminho que quiserem. Ir ou não além. Buscar mais sobre determinado assunto ou mudar

¹⁹ Citação original: “Network journalism is the underlying structural concept that refers to the structural organization and the connections not just within one form of journalism (e.g., print or online), but to the emerging connection modes within the whole sphere of journalistic work as such. Digital technology enhances the options of news gathering, changes production modes and impacts news dissemination not only for online media, but for every single journalistic platform that operates within the network society. Within this network society, new connection modes and information flows then influence the structural organization of journalistic outlets just as well as the day-to-day work of gathering, producing and disseminating news within a global network sphere”. (HEINRICH, 2011, p. 61).

²⁰ A lei complementar 131, conhecida como lei da transparência, foi sancionada em 27 de maio de 2009 no Brasil e prevê a divulgação dos gastos públicos da União, estados e municípios na Internet. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp131.htm>. Acesso em: 23 dez. 2017.

completamente o foco. A divulgação desse material será instantânea e, se houver a colaboração de alguém, seja leitor, fonte ou até da própria imprensa, pode incluir outros recursos que não somente os textuais, como áudios, infográficos e afins, pois a Internet é um meio multimídia. Aquino Bittencourt (2017) chama a atenção para os diferentes entendimentos sobre multimedialidade, e a vê como uma categoria da convergência midiática. Salaverria (2014, p. 30) a define como “a combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem”. Neste trabalho, consideramos como multimídia a possibilidade de inclusão de vários formatos tecnológicos em um único meio.

Essa dinamicidade dos processos jornalísticos também se deve aos tempos de convergência jornalística. De acordo com Jenkins (2009, p. 29), “no mundo da convergência das mídias, toda história importante é contada, toda marca é vendida e todo consumidor é cortejado por múltiplos suportes de mídia”. Aqui nos deteremos a falar sobre convergência no jornalismo em redes digitais, que acabou por transformar também o ambiente, pois nos primórdios desta prática, nos anos 1990, as empresas de comunicação preocuparam-se em montar equipes próprias para trabalhar com o ambiente digital. No início dessa década, passou a ocorrer a convergência das redações, tornando-as um único espaço em que os profissionais trabalham tanto para o impresso quanto para o digital (quando se trata de uma empresa de jornal impresso e portal de notícias, pois em casos como o da Sportv, a redação é considerada multimídia por atender todos os suportes: rádio, televisão, jornal impresso e todas as plataformas digitais), atuando em várias frentes de trabalho jornalístico.

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta o alcance tecnológico, empresarial, profissional e editorial da mídia, favorecendo a integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagem anteriormente desconsiderados, para que os jornalistas produzam conteúdo distribuído em várias plataformas, através das linguagens próprias de cada uma. (SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010, p. 59, tradução nossa)²¹.

Essa mudança está alterando também a lógica de mercado, é preciso fazer mais com menos. Antes, os profissionais podiam direcionar-se a trabalhar em uma área na qual tinham mais aptidão. Hoje, a maioria das empresas busca um jornalista versátil, adaptado à

²¹ Citação original: “La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una”. (SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010, p. 59).

convergência jornalística: que faça e edite vídeos, fotos, gravações de áudio, animações, tenha proximidade e facilidade com o ambiente digital, escreva, edite e publique suas matérias. Seibt (2014, p. 30) discorre sobre a polêmica da polivalência desses profissionais. A pesquisadora considera duas vertentes, uma funcional e outra midiática. “A funcional se refere ao acúmulo de trabalhos instrumentais, como redigir e fotografar ou gravar vídeo. A midiática está ligada à capacidade de transmitir informações através de diferentes canais – textuais, radiofônicos ou televisivos”. Dificilmente o profissional vai exercer uma única função, até pela questão da velocidade, em que há a preocupação em noticiar o fato o mais rápido possível (MORETZSOHN, 2002). Atualmente, o repórter pode ir até o local de um acontecimento e fazer a transmissão ao vivo via Facebook, por exemplo.

O processo de apuração da matéria, exemplificados em pautas hipotéticas sobre pássaros silvestres e assalto a banco, demonstra mais um exemplo de quão convergente é o jornalismo, tendo em vista que se pode aliar a técnica aos recursos tecnológicos, contando com a participação dos leitores. Segundo Barbosa (2013, p. 36), “nessa lógica de atuação conjunta, integrada, tem-se a horizontalidade perpassando os fluxos de produção, edição, distribuição, circulação, e recirculação dos conteúdos. O que se traduz, então, na noção de um *continuum* multimídia de cariz dinâmico”. Para a autora, este conceito estaria relacionado aos novos processos e rotinas de produção e também ao que chama de quinto estágio²² de evolução do jornalismo em redes digitais, o qual denomina como “Paradigma Jornalismo em Base de Dados”, constituído pela medialidade, a horizontalidade e a integração de processos e produtos no *continuum* multimídia dinâmico (BARBOSA, 2013).

Aquino Bittencourt (2017), entretanto, chama a atenção para o fato de a convergência não ser só de ordem tecnológica, mas também social e cultural, ideia que, acreditamos, perpassa este trabalho ao longo do seu desenvolvimento. “A convergência é mais do que um novo sistema de comunicação; trata-se de um agente de mudança capaz de redefinir contornos sociais, culturais, econômicos e políticos, de forma sutil e ostensiva”. (AQUINO BITTENCOURT, 2017, p. 71).

Da mesma forma que se diferenciaram os modos de produção para os profissionais da área, também há modificação para os leitores que acessam as notícias com mais facilidade e rapidez. Desde que existe o jornalismo em redes digitais, o fluxo de informações é contínuo e instantâneo. Não é preciso esperar para ver o acontecimento de hoje cedo no jornal impresso do dia seguinte, pois se tem à disposição, a todo momento, notícias sobre tudo, seja por portais

²² Os outros quatro estágios propostos podem ser conferidos em trabalhos anteriores da autora (Barbosa, 2007, 2008 e 2009) e de Mielniczuck (2003).

ou pelas redes sociais digitais. Não é necessário que a pessoa esteja à frente de um computador, pois, com conexões móveis de acesso à Internet em *smartphones* ou *tablets*, tem-se ao alcance a informação do lugar em que se estiver. Como explica Pavlik (2014, p. 160), “no contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real”. Isso vale tanto para quem acessa quanto para quem produz, uma vez que os dispositivos móveis possibilitam que algo seja produzido e divulgado de diferentes lugares.

Com recursos de personalização, há a possibilidade de que o leitor receba o que é de seu interesse nas suas atualizações, sejam notícias ou produtos, escolhendo o que quer acessar e quando quer fazê-lo. Eles não ocupam mais um lugar passivo no processo comunicacional como sugeriam as primeiras pesquisas sobre comunicação (WOLF, 2008), tendo em vista que hoje podem participar ativamente das produções de conteúdo, contribuindo com fotos, vídeos e relatos de algo que testemunharam, a exemplo de um acidente de trânsito, da queda de um poste de energia elétrica e de uma enchente. Recursos de interatividade também garantem que ele faça comentários nas matérias e espalhe o conteúdo divulgado pelo veículo, em que uma das formas é através de compartilhamento das publicações, opção que as redes sociais digitais oferecem. Ainda, o próprio público pode tornar-se produtor de conteúdo.

Dalmaso (2017) acrescenta que mudanças, como as expostas acima, trouxeram novas perspectivas para o jornalismo. Elas teriam se tornado visíveis na década de 1990. A autora cita como exemplo um estudo de Recuero (2003) que trata sobre blogs de guerra, os *warblogs* não-oficiais, criados por pessoas comuns (não profissionais), no qual utilizavam o espaço para fazerem relatos e transmitirem informações da Guerra do Iraque²³. Conforme explica Dalmaso (2017, p. 62), “esses blogs foram indicadores importantes dos usos jornalísticos das plataformas sociais de código aberto”. Foi uma apropriação de um espaço em rede por sujeitos que, até então, eram apenas leitores e passaram a ser produtores de conteúdo informacional sob o seu ponto de vista.

A pesquisadora cita também o Mídia Ninja²⁴ como uma fonte alternativa de informações na atualidade. “Nesse sentido, perde força a relação de propriedade entre o jornalismo tradicional, vinculado às grandes empresas de comunicação, e a notícia, pois novos e ativos

²³ A Guerra do Iraque teve início em 20 de março de 2003, por tropas militares dos Estados Unidos. O conflito foi encerrado em 18 de dezembro de 2011.

²⁴ O Mídia Ninja se define como uma rede de comunicação livre que busca novas formas de produção e distribuição de informação a partir das novas tecnologias e de uma lógica colaborativa de trabalho. Fundada em 2013, ganhou notoriedade durante as manifestações de junho que reuniram milhões nas ruas do Brasil. Disponível em: <<http://midianinja.org/quem-somos/>>. Acesso em: 05 jan. 2018.

agentes de produção se interpõem no espaço difuso do jornalismo em rede”. (DALMASO, 2017, p. 62). Ou seja, com a perspectiva do jornalismo em redes digitais, há inúmeras possibilidades. Tanto para quem produz, quanto para os leitores, hoje mais independentes, que não necessariamente seguem o que é agendado pelos veículos tradicionais e podem escolher o que é de sua preferência. Eles têm uma imensa gama de informações à disposição, seja pelos veículos tradicionais, alternativos e até mesmo nas páginas pessoais no estilo site, blogs e nas redes sociais digitais.

Zago (2014, p. 45) alerta, porém, para a falsa ideia de que as redes são democráticas, pois “[...] o fato de se estar em uma rede não significa que todos os nós terão, necessariamente, o mesmo peso”. Se existe uma pauta polêmica que é maquiada ou não divulgada pelas grandes empresas jornalísticas, o leitor poderá encontrá-la em meios pessoais ou alternativos como o Mídia Ninja, com uma linguagem mais aberta e, talvez, menos comprometida com grupos de poder. Entretanto, é preciso chamar a atenção para a dominação de grandes conglomerados jornalísticos que, indiscutivelmente, detêm a audiência e a credibilidade perante ao público. Ainda, precisamos levar em conta que as pessoas podem não acessar mídias alternativas não porque não querem, mas pelo fato de não as conhecerem, visto que, por se tratarem de espaços menores e com menos recursos financeiros, geralmente a divulgação é igualmente pequena. Contudo, vale ressaltar que a Internet permite que novos espaços para a informação sejam criados e não fiquem restritos aos gigantes da comunicação, mesmo com as dificuldades existentes.

As grandes empresas possuem mais visibilidade, investem em propaganda, têm um número considerável de profissionais trabalhando, possuem referência já de outros meios, como a televisão. Um exemplo é o Grupo RBS e a Rede Globo, que estão presentes também nos meios radiofônicos, impressos e grandes portais. Com o aporte financeiro, buscam constantemente a atualização técnica e estar em todos os meios possíveis, como as redes sociais digitais para, assim, ampliar os espaços de comunicação com o público.

Diante do que foi aqui exposto sobre jornalismo em redes digitais, percebemos o quão limitante pode ser atribuir-lhe uma conceituação fechada. Acreditamos, a exemplo do que argumenta Heinrich (2011), que ele é influenciado pela tecnologia digital de ponta a ponta, tanto na produção quanto na divulgação e recepção de conteúdo pelo leitor, que não é um mero receptor, ele é participante do processo de coleta, produção, divulgação e *feedback*. O jornalismo em redes digitais caracteriza-se por conectar diferentes atores de maneiras distintas, seja passivamente, ativamente ou variante, mas nunca de forma linear. Temos aí fluxos de

informação contínuos e descentralizados em diversas plataformas: sites e portais de notícias, e redes sociais digitais, que potencializam o crescimento da prática diária jornalística.

3.3 O Jornalismo nas Redes Sociais Digitais

Os jornais impressos de cidades do interior, a exemplo do que ocorre nos grandes jornais das capitais, têm nas redes sociais digitais uma forma de tentar atrair leitores, bem como divulgar suas pautas e promover seu negócio. Afinal, o jornalismo em redes digitais, segundo Vieira e Christofolletti (2015), tem sido impactado por valores em que o foco está nos dados brutos de audiência e visibilidade. Como consequência da utilização destes sites e portais locais estão as redes sociais digitais, que seriam uma espécie de extensão destas plataformas, com um número cada vez maior de usuários.

Conforme Henn (2014), a consolidação dos sites de redes sociais e dos *smartphones*, associada às tecnologias 3G e 4G, intensificam as dinâmicas de conectividade e aprofundam as transformações em curso. Os ambientes de convergência, que impulsionaram alterações profundas no plano da cultura (JENKINS, 2009), desdobram-se em processos de espalhamento midiático. Migra-se, de vez, de processos distributivos, concentrados no topo das organizações de mídia, para processos de circulação, de características híbridas e não lineares (JENKINS; FORD; GREEN, 2014). O conteúdo literalmente espalha-se numa série de transações entre agentes de diferentes quilates. Configura-se, nessa cena tecnológica e cultural, aquilo que se designou, na sessão anterior, como jornalismo em redes digitais (HEINRICH, 2011; RUSSELL, 2011), em que as narrativas se convertem em nós conectivos agenciados por plataformas e atores distintos.

As redes sociais digitais mais populares costumam ser: Facebook, Twitter e Instagram. De acordo com dados da “Pesquisa brasileira de mídia – Hábitos de consumo de mídia pela população brasileira²⁵”, a rede social digital mais utilizada por usuários no Brasil é o Facebook, com uma porcentagem de 85%. Na sequência, aparece o Whatsapp, com 58% – nessa direção, é importante ressaltar que alguns autores²⁶ não consideram esse aplicativo de mensagens instantâneas como uma rede social digital, mas, sim uma ferramenta para a troca de mensagens,

²⁵ Utilizamos a pesquisa de 2015, pois a edição de 2016 – a mais recente, é mais restrita e não possui estes dados. A coleta dos dados e o processamento das informações foram feitos pelo Instituto Ibope Inteligência. Para o desenho amostral foram utilizados dados do Censo Demográfico Brasileiro de 2010 e da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio 2011, do IBGE. O tamanho total da amostra foi fixado em 18.312 entrevistas, distribuídas em todo o Brasil. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2016.

²⁶ C.f.: AQUINO BITTENCOURT, 2017; SOARES; SANTOS, 2017; ZAGO, 2014.

áudios, fotos e vídeos. Aqui não nos deteremos a essa discussão, pois não é de nosso interesse estudá-lo. Nossa referência ao Whatsapp é apenas pelo resultado apresentado na pesquisa. Depois do Whatsapp aparece o Youtube, com 17%; seguido pelo Instagram, com 12%; o Google Plus, com 8%; e o Twitter, com 5%.

O acesso facilitado às mídias sociais²⁷, através de sites de redes sociais digitais ou por aplicativos, propicia que os usuários se conectem a uma vasta rede de contatos e de conteúdo. Conforme a pesquisa citada acima, elaborada pelo Ibope Inteligência, o Facebook segue na liderança como a rede social digital mais utilizada no Brasil²⁸. Além de lazer e entretenimento, muitas pessoas utilizam as redes sociais digitais, para manterem-se informadas sobre as notícias do dia a dia e/ou reportagens especiais, ambas de cunho jornalístico. É comum deixarem a rede logada no celular²⁹ ou no computador enquanto esperam ou executam alguma atividade³⁰, e irem acompanhando as atualizações das páginas e perfis que seguem ao longo do dia. Como o espaço que estamos estudando neste trabalho é o Facebook, as abordagens a seguir serão referentes a esta rede social digital.

Acreditamos que se o leitor curtir a página de determinado jornal no Facebook, será maior a chance de ele acompanhar as notícias ali publicadas e clicar em seus links para ler a matéria no portal do referido jornal. Costa (2014, p. 69) afirma que “o Facebook distribui a notícia em função do que as pessoas gostam mais de ler e não em função da decisão editorial por trás de uma página própria de jornal dentro do Facebook”. Claro que é preciso levar em conta o fato desta rede social digital se utilizar de algoritmos³¹, que podem limitar a visibilidade de uma página mesmo que os usuários a tenham curtido. Não é do conhecimento da maioria das pessoas, mas existe a opção “ver primeiro”, que pode ser selecionada dentro do botão

²⁷ Neste trabalho consideramos o termo mídias sociais como sinônimo de redes sociais digitais.

²⁸ De acordo com o portal de estatísticas Statista, divulgado pelo site Techtudo, o Facebook seguia em 2017 como a Rede Social Digital mais utilizada não só no Brasil, mas também no mundo. As informações compreendem o período entre dezembro de 2016 e julho de 2017 e dão conta de que esta rede social digital possuía 2 bilhões de usuários ativos por mês. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/07/facebook-domina-ranking-de-redes-sociais-mais-usadas-no-mundo.ghml>>. Acesso em: 30 dez. 2017.

²⁹ De acordo com a pesquisa Nielsen Ibope, realizada em 2015, as redes sociais e os aplicativos para comunicação predominam entre os mais utilizados pelos 72,4 milhões de brasileiros conectados por smartphones. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Brasileiros-com-internet-no-smartphone-ja-sao-mais-de-70-milhoes.html>>. Acesso em: 07 maio 2017.

³⁰ Conforme a pesquisa Nielsen Ibope, 48% das pessoas utilizam smartphone com internet antes de dormir; 46% enquanto esperam; 34% enquanto assistem televisão; 24% assim que acordam; 20% enquanto estão no banheiro. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Brasileiros-com-internet-no-smartphone-ja-sao-mais-de-70-milhoes.html>>. Acesso em: 07 maio 2017.

³¹ Algoritmo é uma sequência lógica, finita e definida de instruções que devem ser seguidas para resolver um problema ou executar uma tarefa. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/programacao/2082-o-que-e-algoritmo-.htm>>. Acesso em: 07 maio 2017.

“seguindo”, a qual permite que as publicações sejam vistas pelos sujeitos assim que acessarem o site. Essas configurações influenciam na distribuição de conteúdo.

Nem sempre o leitor, por mais que queira, vai receber em sua linha do tempo as publicações das páginas que curte. A tendência é que ele receba conteúdos semelhantes ao que costuma buscar. A este respeito, Pariser (2012, p. 10) explica que, “embora o Gmail e o Facebook sejam ferramentas úteis e gratuitas, também são mecanismos extremamente eficazes e vorazes de extração de dados, nos quais despejamos os detalhes mais íntimos das nossas vidas”. Ou seja, o que iremos receber está em conformidade ao que costumamos visualizar. Se nos interessarmos por alimentação saudável, é provável que apareçam conteúdos afins a este tema e anúncios de livros, lojas e uma série de outros produtos relacionados ao assunto no *feed* de notícias do Facebook.

O autor cita um exemplo próprio em que gostava de ler a posição de amigos com visões contrárias as suas na política. Porém, devido ao fato de a maioria das vezes ler matérias em conformidade com o seu ponto de vista, isso resultou no não recebimento das atualizações destas pessoas com opiniões opostas, uma vez que, pela lógica dos filtros do Facebook, estes assuntos não lhe interessavam. Pariser (2012) explica que esta fórmula auxilia na venda de anúncios e também atrai novos negócios, pois chama a atenção das pessoas que de alguma forma se interessam pelo que lhe está sendo ofertado e acabam comprando o produto. Entretanto, o pesquisador ressalta:

Mas a personalização não define apenas aquilo que compramos. Para uma porcentagem cada vez maior de pessoas, *feeds* de notícias como o do Facebook estão se transformando em sua fonte principal de informações – 36% dos americanos com menos de trinta anos de idade leem suas notícias em redes sociais. E a popularidade do Facebook está disparando em todo o mundo: quase meio milhão de pessoas adere ao site a cada dia. Seu fundador, Mark Zuckerberg, costuma se vangloriar dizendo que o Facebook talvez seja a maior fonte de notícias do mundo (pelo menos segundo algumas definições de “notícia”). (PARISER, 2012, p. 11).

Para Vieira e Christofolletti (2015, p. 74), “a crescente atenção às métricas e às medições de consumo e visitação tem origem no pensamento moderno positivista, onde o que pode ser medido em quantidade alcança mais relevância no conjunto dos objetos observáveis”. O que está em voga na atualidade é o clique, quanto mais uma notícia repercutir, mais valor ela terá para a empresa. Não podemos deixar de levar em conta de que se trata de um negócio, dessa forma, páginas precisam ser atrativas e levarem ao leitor informações que lhe interessem.

No caso da página do Facebook do Diário Popular, acreditamos que as notícias cheguem aos leitores pela questão do interesse local e regional que lhes são despertados. Os usuários

recebem as postagens da página do jornal pelos assuntos relacionados que costumam acessar e estão em conformidade com àquela localidade/região. Precisamos observar, porém, que com a postagem de notícias nas redes sociais digitais, no caso o Facebook, o leitor possa perder o hábito de lê-las através do site do jornal. Por outro lado, pode ser que as páginas na rede social digital sirvam para alavancar a audiência do portal, direcionando o usuário para o site do veículo, como abordaremos no próximo capítulo desta dissertação.

As redes sociais digitais são uma parte importante para disseminar o conteúdo jornalístico, uma vez que o jornalismo em redes digitais não é algo fixado. Ele pode gerar espalhamento e recirculação de conteúdo, afinal, é dinâmico, constante. De acordo com Jenkins (2009, p. 29), “a circulação de conteúdo – por meio de diferentes sistemas de mídias, sistemas administrativos de mídias concorrentes e fronteiras nacionais depende fortemente da participação ativa de consumidores”, o que reforça a ideia de que as redes sociais digitais, como o Facebook, potencializam a interação por meio do espalhamento de conteúdos entre leitores.

O Facebook oferece alguns recursos interativos. Em uma publicação, o usuário pode optar entre seis tipos de *reactions*, os quais são ícones que representam as seguintes emoções: Curtir, Amei, Haha, Uau, Triste e Grr (através do botão “curtir”). Ainda, os sujeitos têm a opção de publicar comentários, que podem gerar outras manifestações de emoção, além de réplicas, trélicas e assim por diante (em forma de comentários). Outro recurso é o compartilhamento de uma postagem, com a possibilidade de inserir texto acima do que for compartilhado. E, também, é possível pedir recomendações de alguma informação, seja serviço ou dicas, que outros usuários podem responder através de comentários.

Antes de tratar sobre compartilhamento, é interessante observar que Jenkins (2009), conforme exposto acima, utiliza a expressão circulação ou, ainda, em trabalho posterior (JENKINS; FORD; GREEN, 2014), espalhamento/propagabilidade, todos com o mesmo sentido. Zago (2014) utiliza circulação/distribuição e espalhamento/recirculação com significados diferentes. Para Zago (2014, p. 57), “o termo circulação é usado para se referir ao processo de distribuição e circulação de notícias, considerando uma relação de complementaridade entre as duas formas de divulgação de notícias”, logo, a circulação seria a postagem de uma notícia (pelo jornalista) na página do Facebook do Diário Popular. Já a recirculação seria “um desdobramento da etapa de circulação jornalística, ainda que ocorra normalmente após o consumo” (*Ibid.*, p. 78), ação realizada pelos usuários. Neste trabalho, utilizaremos as definições dos termos propostas por Zago (2014).

O “botão” de compartilhamento é um grande aliado para a recirculação da informação jornalística. Ele potencializa o espalhamento de conteúdo no Facebook, de forma simples e

rápida, atingindo assim um número maior de pessoas. O usuário pode compartilhar uma publicação da página do Facebook do Diário Popular em seu perfil como também na página do perfil de um amigo (se as configurações selecionadas por ele permitirem). Se assim o fizer, a informação compartilhada atinge a sua rede de contatos e a do amigo, pessoas que têm suas próprias redes de contatos e que, caso não curtam a página do Facebook do jornal, se o conteúdo compartilhado lhes interessar, podem vir a curti-la.

Outra forma de recirculação é quando as pessoas marcam seus contatos no sistema de comentários de alguma postagem na qual o assunto lhe é interessante e/ou julgam pertinente. Ou ainda quando se utilizam de hashtags que são seguidas por outros leitores, a exemplo de #xavante, porém, no caso do Facebook este recurso não é tão utilizado quanto no Twitter e Instagram. Vale ressaltar que, como foi dito acima, quando o leitor faz um compartilhamento da postagem na sua página de perfil, ele pode adicionar o texto que quiser, resignificando (ou não) a informação da notícia. Pode concordar, discordar, criticar, mudar de assunto ou até mesmo incluir novas informações, o que pode gerar debates nos comentários ampliando ainda mais o espalhamento da notícia. Consideramos também que a possibilidade de compartilhamento no Facebook é uma forma de participação do leitor nos processos interativos, assunto que veremos na subseção a seguir.

3.4 Interatividade, Interação e Participação

O que nos interessa neste estudo para tentar responder ao problema de pesquisa, bem como atender aos objetivos geral e específicos, é observar como se dá a relação entre os leitores da página do Facebook do jornal Diário Popular com o veículo, através do sistema de comentários desta rede social digital. Sistema esse aberto que oferece a possibilidade de conversação infinita, a depender da vontade dos interagentes (PRIMO, 2007) ou atores (RECUERO, 2009) nesse processo. Dessa forma, não nos interessa aqui trazer um histórico aprofundado e nem repetir estudos tão recorrentes que abordam interatividade e interação sobre os mais diversos aspectos, utilizando frequentemente os mesmos autores, sem que isso de fato tenha contribuição para esta pesquisa. Não desmerecemos estes trabalhos, reconhecemos sua importância, entretanto, acreditamos ser importante salientar que a proposta aqui é outra, citada no início deste parágrafo.

Existe a preocupação, por parte de alguns autores, de separar participação de interação/interatividade, pelos significados diferentes que possuem. A participação seria uma

potencialização (ZAGO, 2014), uma subcategoria (AQUINO BITTENCOURT, 2017) ou, ainda, um correlato (BUENO, 2015) da Interatividade. Para Jenkins (2009, p. 190), a participação é “moldada pelos protocolos culturais e sociais. [...] é mais ilimitada, menos controlada pelos produtores de mídia e mais controlada pelos consumidores de mídia”. O autor pontua que “a interatividade refere-se ao modo como as novas tecnologias foram planejadas para responder ao *feedback* do consumidor”. Conforme explica, “as restrições da interatividade são tecnológicas”. (*Ibid.*, p. 189).

Concordamos com Zago (2014), Aquino Bittencourt (2017) e Bueno (2015), e também com a visão de Jenkins (2009). Entendemos que sem interatividade não há participação, uma vez que a participação é uma das formas de interatividade, assim como o compartilhamento, visto anteriormente. Entretanto, pelo fato de a pesquisa de Bueno conversar mais com este trabalho, achamos pertinente citá-la no que diz respeito a uma comparação: “Trazendo essa discussão para o âmbito dos comentários na rede, a participação/interação estaria intrinsecamente próxima ao modo de uso de leitores e veículos; já a interatividade seria o próprio dispositivo e seus recursos que intercambiam essa relação”. (BUENO, 2015, p. 77). Ou seja, a participação está mais voltada à interação, já o meio está relacionado à interatividade. Mencionando o objeto que aqui estudamos, podemos dizer que os leitores participam do jornalismo em redes digitais não apenas tecendo comentários, mas também de outras formas. Um exemplo é o processo de produção de notícias, em que o leitor pode enviar um aviso ou sugestão da pauta. Auxiliar na construção da matéria de formas distintas: sendo ou sugerindo fontes, enviando áudios, fotos, vídeos, etc. Até contribuir para a finalização do material, o que ocorre quando a notícia é publicada e o usuário faz comentários (interage), sugere adição ou correção de dados.

Mergulhando mais a fundo na parte de interatividade/interação, a palavra interação – *interaction*, teria aparecido pela primeira vez no *Oxford English Dictionary* no ano de 1832, sob a definição de um neologismo. Na mesma publicação, em 1839, o verbo *to Interact* é descrito como agir reciprocamente (PRIMO, 2008). Em uma, de suas muitas pesquisas sobre essa temática, Primo (2013, p. 9), refere-se à interatividade como um “termo que nada diz ao tentar explicar tudo”. Lemos (1997, online) apresenta, na década de 1990, uma opinião semelhante e que consideramos atual, de que a interação corresponde a um “conceito tão difundido e tão pouco compreendido”. Realmente, ao tentar desenvolver uma revisão teórica sobre o assunto, muito se encontra, porém, a clareza de uma definição parece estar longe de ser alcançada. Vários autores, como os citados acima, procuram trazer discussões e diferentes visões, uma busca exaustiva que geralmente apresenta os mesmos referenciais.

Uma das mais antigas teorias, o Interacionismo Simbólico, termo criado por Herbert Blumer em 1937, aborda que uma pessoa não pode ter significado para alguma coisa independentemente da interação com outros seres humanos. Não existe ação humana separada da interação. Tudo o que é feito pelo indivíduo se forma através da interação com outros sujeitos (BLUMER, 1980). De acordo com Primo (2008), o interacionismo, seria uma oposição à análise que fragmenta o processo de comunicação em partes. O autor cita como exemplo as visões transmissionistas e funcionalistas de Shannon e Weaver com a teoria matemática e Lasswell com a propaganda massiva, pois surge para investigar como ocorrem as interações entre os indivíduos, em contraposição ao modelo linear: emissor, canal, mensagem, receptor.

Trinta anos depois do Interacionismo Simbólico, em 1967, Watzlawick, Beavin e Jackson (1967, p. 46) definem interação como “uma série de mensagens trocadas entre pessoas”. Para os autores que tratam da pragmática da comunicação humana, a interação pode ser considerada um sistema que está relacionado com a teoria geral dos sistemas. Eles colocam que o mais importante é o aspecto relacional da comunicação humana, e não o conteúdo em si. Dessa forma, “os sistemas interacionais serão dois ou mais comunicantes no processo de (ou no nível de) definição da natureza de suas relações”. (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 1967, p. 47). Os indivíduos comunicantes possuem relações que podem ser horizontais ou verticais, sejam entre pessoas ou sistemas. É importante salientar que as pessoas se encaixam nos sistemas abertos, que são os vivos (orgânicos): biológicos, psicológicos e interacionais. Os sistemas fechados compreendem as ciências em que não há troca de energia, a exemplo de componentes químicos isolados, o que aqui não nos interessa.

Watzlawick, Beavin e Jackson (1967) definem propriedades dos sistemas abertos aplicadas à interação: globalidade, retroalimentação (*feedback*) e equifinalidade. A globalidade dá conta de que toda e qualquer parte de um sistema está relacionada de igual maneira. Se houver uma mudança em qualquer uma delas, todo o sistema será afetado, pois não existe independência. Na retroalimentação (*feedback*) os componentes de um sistema, que tem características circulares, afetariam-se um a um, de modo que o último alimentaria o primeiro. Na equifinalidade, os mesmos resultados surgem de diferentes origens, uma vez que as condições iniciais são independentes.

O estudo dos autores discorre também sobre os sistemas interacionais em desenvolvimento, em que abordam nominalmente as relações em desenvolvimento, limitação, regras de relação e a família como um sistema. Esta parte é um tanto reflexiva e flerta com a psicologia. As relações em desenvolvimento, as de cadeia natural, seriam: 1) importantes para ambas as partes e; 2) duradouras. Os exemplos citados pelos pesquisadores são: amigos e

algumas relações profissionais, conjugais e familiares. “Supomos que as propriedades e patologias da comunicação humana serão manifestadas com um impacto pragmático mais nítido”. (WATZLAWICK; BEAVIN; JACKSON, 1967, p. 118). Um trabalho de mais de 50 anos que pela sua complexidade e profundidade oferece algumas pistas sobre a relação entre os agentes no processo comunicacional, bem antes do *boom* da informática e dos relacionamentos através das redes sociais digitais.

Caminhando para mais 30 anos, em 1997, Lemos já chamava a atenção para algo recorrente ainda hoje, que é o fato de a interatividade ser uma palavra de ordem, principalmente nos meios eletrônicos. A impressão que se tem, muitas vezes, é que as pessoas acham bonito e moderno dizer que algo seja interativo. Não que não o seja, porém, nem tudo que é vendido como interativo de fato é. Vou me utilizar de um exemplo pessoal. Na instituição onde trabalho, lançamos há poucos meses um novo site, e quando estávamos redigindo a descrição, alguém sugeriu colocar a frase “um site moderno e mais interativo”. De pronto questionei o que fazia dele mais interativo e a resposta que obtive é que é usual escrever isso, uma vez que “tudo hoje é interativo”. Propus e retiramos a frase do texto de apresentação, pois, conforme argumentei, não havia muito sentido, já que o site não oferecia recursos além dos básicos já utilizados anteriormente, como formulário de contato e recursos hipertextuais, o que a meu ver não está errado, mas é pouco e não teve o “mais” supracitado. Interatividade, na visão de Lemos (1997, online), é “uma ação dialógica entre o homem (sic) e a técnica”. Conforme o autor, “podemos compreender a interatividade digital como um diálogo entre homens (sic) e máquinas (baseadas no princípio da micro-eletrônica), através de uma ‘zona de contato’ chamada de ‘interfaces gráficas’, em tempo real”. (*Ibid.*).

Primo (2007), no livro originado de sua tese, busca, inicialmente, trazer a interatividade – que, neste contexto digital, prefere chamar de interação mediada por computador –, sob diversos aspectos. O pesquisador conceitua interação mediada por computador como uma ação entre os participantes (que chama de interagentes) do encontro. O autor propõe também uma classificação desses processos interativos mediados pelo computador: interação mútua e interação reativa.

A interação mútua “é aquela caracterizada por relações interdependentes e processos de negociação, em que cada interagente participa da construção inventiva e cooperada da relação, afetando-se mutuamente”. (PRIMO, 2007, p. 62). Isto é, no caso do Diário Popular, é um tipo de interação que pode tanto ocorrer entre leitores, quanto entre leitores e jornalistas (ou estagiários). É mais livre, em que as pessoas podem agir como quiserem através da escrita.

A interação reativa apresenta-se como “relações potenciais de estímulo-resposta impostas por pelo menos um dos envolvidos na interação”. (PRIMO, 2007, p. 280). Neste caso, o leitor acessaria o conteúdo do *post* através do recurso hipertextual – seria uma espécie de interação homem versus máquina, pré-determinada e sem possibilidade de escolha além do que já foi definido. Outro exemplo de interação reativa são os *reactions* do Facebook. O investigador considera também haver interações simultâneas, tanto mútuas quanto reativas, no que chama de multi-interação.

Semelhante a Primo (2007), Mielniczuk e Silveira (2008, p. 178) chamam o processo de interação no “jornalismo das redes digitais” de multi-interativo, pois acreditam que a interatividade “é um processo complexo, pois envolve relações de pessoas com a máquina, de pessoas com outras pessoas – jornalistas ou leitores, através da interface gráfica da publicação, e também dessas pessoas ao participar na elaboração do conteúdo da publicação”. As autoras propõem uma classificação de quatro elementos que consideram estruturais para a interação mediada por computador no jornalismo digital: máquina, interagentes, interface gráfica e base de dados.

A máquina é o dispositivo de acesso às redes digitais, podendo ser computador, *smartphone*, *tablet* ou qualquer outro que tenha essa função. A noção de interagentes é apropriada de Primo (2007), referenciada acima, e acrescentada do fato de que, com as redes, foi potencializada a comunicação plurilateral, em que não existe mais a figura isolada do emissor versus receptor, hoje todos podem participar de igual forma. A interface gráfica corresponde ao que é apresentado graficamente ao usuário na máquina em que ele está utilizando (MIELNICZUK; SILVEIRA, 2008). As autoras destacam que elementos simples ajudaram a tornar mais amigáveis as lógicas de programação, como a representação de uma lixeira. As pesquisadoras acrescentam ainda as visões de Lemos (1997) e Santaella (2004), apontando a interface gráfica como um meio de interação, pontuando que a interatividade na rede “é regida por processos que demandam reciprocidade, colaboração e partilha”. (MIELNICZUK; SILVEIRA, 2008, p. 181). As bases de dados são informações estruturadas e inter-relacionadas, em que no caso do jornalismo compreendem dados de diversas espécies e com formas distintas de ligações. (*Ibid.*).

Recuero (2009, p. 31) define interação como “aquela ação que tem um reflexo comunicativo entre o indivíduo e seus pares, como reflexo social”. Com relação à interação na Internet, a autora aponta que existem particularidades e fatores diferenciais, como o fato de os atores não necessariamente se conhecerem e sua relação se estabelecer por meio da mediação

do computador, bem como existirem várias ferramentas que auxiliam este processo interacional.

A interação no meio digital pode ser síncrona e assíncrona. Síncrona é quando os participantes interagem em tempo real. Assíncrona seria o contrário disso, como pode ser percebido neste exemplo: se eu deixo um comentário no perfil de alguém e a pessoa só vê algumas horas depois, em razão de que não estava logada, ela responde e eu só visualizo no dia seguinte, e assim sucessivamente – isto é, não há interação simultânea. Entretanto, uma interação assíncrona pode tornar-se síncrona, que seria o caso de eu visualizar o comentário algumas horas depois, responder e a pessoa estar logada naquele instante e passar a interagir comigo numa conversação em tempo real. Com relação à conversação em rede:

Essas conversações em rede constituem-se em conversações coletivas, públicas, permanentes (e que, portanto, permitem a recuperação de parte dos contextos), cujas características emergentes são aliadas às características da conversação mediada que desvelam e tornam mais complexas as redes sociais expressas no ciberespaço. São conversações diferenciadas dentro daquelas que existem no espaço online, pois emergem do espaço coletivo e publicamente dividido por dezenas, centenas ou milhares de indivíduos, seja este espaço constituído por uma hashtag, uma comunidade no Orkut ou um debate em torno de uma notícia publicada no Facebook. São conversações que utilizam-se das conexões estabelecidas entre atores nos sites de rede social para se espalhar para outros grupos. (RECUERO, 2012, p. 121-122).

Recuero (2012) reforça também que essas conversações se diferem de outros tipos no espaço digital, em razão de estarem estabelecidas nas redes sociais digitais. As pessoas podem navegar por conexões dessas redes sociais digitais, atingindo outros espaços e grupos, “recebendo interferências e participações de indivíduos que, muitas vezes, não estão sequer conectados aos participantes iniciais do diálogo”. Dessa forma, explica que “uma conversação em rede nasce de conversações entre pequenos grupos que vão sendo amplificadas pelas conexões dos atores, adquirindo novos contornos e, por vezes, novos contextos”. (RECUERO, 2012, p. 123).

As redes sociais digitais sustentam laços relacionais e laços associativos. Os relacionais seriam “derivados da interação entre os atores”, através da conversação entre pessoas separadas geograficamente. Os associativos são aqueles “provenientes da associação entre os atores”, seja por interesses em comum ou ideias semelhantes, como nos grupos do Facebook, sem que interajam entre si. (RECUERO, 2012, p. 132-133). A pesquisadora classifica esses laços como fortes e fracos. O primeiro seria constituído de interações frequentes e recíprocas, as quais ocorrem nos laços associativos. Já o segundo refere-se a interações menos frequentes, mas que

trazem informações externas que acabam por influenciar as redes sociais, ocorrendo nos laços relacionais.

Recuero (2012, p. 136) aponta ainda para o capital social como um elemento característico das redes sociais digitais, sendo “constituído de recursos coletivamente construídos relacionados ao pertencimento da rede, valores esses que podem ser individualmente apropriados”. Para um indivíduo pode ser relevante fazer parte de uma rede social digital por diferentes motivos, um deles é a popularidade que pode ser estabelecida frente a um grupo.

A atenção se tornou um valor nessas plataformas, de modo que como a conversação em rede pode gerar reputação e popularidade, quanto mais alguém é citado e esta pessoa de fato participa, mais popularidade terá. “As conversações em rede, assim, também são formas de grupos e indivíduos construir e negociar capital social”. (RECUERO, 2012, p. 139). Temos um exemplo no próximo capítulo, na parte em que fazemos classificações de interações, no qual, em determinada postagem, os leitores se apropriam do espaço de comentários, ao que parece, sob o comando de determinado leitor. Eles marcam várias pessoas numa espécie de protesto contra o jornal por questões relacionadas ao futebol. Ali é possível perceber a popularidade e influência que esses atores têm perante a um grupo formado por torcedores do time Brasil de Pelotas, e que vai ao encontro do que foi exemplificado por Recuero (2012) como uma forma de construção de capital social.

4 AFETAÇÕES E INTERAÇÕES

Antes que se explicita o processo metodológico, a construção de categorias e as análises propostas nessa pesquisa, é necessário que se conheça o ambiente de produção, aspectos do jornal e dos processos em rede que formam o campo empírico dessa pesquisa.

4.1 O jornal Diário Popular

O jornal Diário Popular (DP) foi criado em 7 de julho de 1890, na cidade de Pelotas. É o mais antigo jornal de circulação diária ininterrupta no Rio Grande do Sul e o terceiro no Brasil. A empresa pertence a uma sociedade por quotas formada em 1938, por sucessores de Adolfo Fetter, que presidiu o Diário Popular durante 15 anos. Atualmente é dirigido por Luiz Carlos Fetter e Virgínia Fetter, que comandam cerca de 200 profissionais de diversas áreas.

A versão impressa do periódico circula em 23 municípios da zona Sul do Rio Grande do Sul: Aceguá, Amaral Ferrador, Arroio do Padre, Arroio Grande, Candiota, Canguçu, Capão do Leão, Cerrito, Chuí, Herval, Jaguarão, Morro Redondo, Pedras Altas, Pedro Osório, Pelotas, Pinheiro Machado, Piratini, Rio Grande (e Cassino), Santa Vitória do Palmar, Santana da Boa Vista, São José do Norte, São Lourenço do Sul e Turuçu, de segunda a sexta-feira e, aos finais de semana, em edição conjunta que compreende sábado e domingo. De 2008 a 2014 manteve uma sucursal na cidade de Rio Grande, em que trabalhavam dois jornalistas, um fotógrafo, um gerente comercial, uma secretária e eventualmente um jornalista *freelancer*.

Seu primeiro site³² entrou no ar em 1997, porém, possuía apenas conteúdos transpostos da versão impressa. No ano de 2008, este site foi retirado do ar e retornou em 2009 com uma nova proposta: oferecer informação local, regional, nacional e internacional atualizada constantemente ao longo do dia, todos os dias da semana, incluindo domingos e feriados. O portal passou por mais três atualizações de *layout*, em 2012, 2016 e 2017. Desde o ano de 2012 passou a cobrar por parte do conteúdo do site através de assinatura digital.

Para compreender melhor as práticas jornalísticas e o uso das redes sociais digitais pelo periódico, conversamos com o coordenador de Jornalismo Digital do Diário Popular, o jornalista Leandro Siqueira Pereira Lopes³³. A entrevista foi realizada na sede do jornal, na tarde de sexta-feira, dia 3 de novembro de 2017, em uma sala de reuniões, e durou cerca de uma

³² Disponível em: <<http://www.diariopopular.com.br/>>.

³³ Leandro trabalha no Diário Popular desde janeiro de 2015. Sempre atuou na equipe de jornalismo digital, coordenando-a desde maio de 2016.

hora. Aqui trazemos o que foi extraído desta conversa e algumas análises baseadas no que percebemos também durante o processo de classificação das categorias de interação, uma vez que elas foram propostas a partir do que foi observado nos comentários de leitores e do jornal na página do Diário Popular no Facebook. Este texto não está escrito conforme a ordem das perguntas, mas de acordo com a sequência que julgamos apropriada para a exposição dos assuntos. A íntegra da entrevista está disponível no apêndice A desta dissertação.

4.1.1 Trabalho e equipe

A equipe de jornalismo digital do Diário Popular é composta hoje³⁴ por dois jornalistas que trabalham sete horas diárias, além de dois estagiários que atuam por cinco horas diárias. Sempre que necessário, é chamado um jornalista *freelancer*, o que em geral ocorre aos finais de semana e quando alguém da equipe viaja. Os jornalistas trabalham de segunda a sexta-feira e em plantões aos finais de semana (para um final de semana de trabalho, folgam dois). Os estagiários trabalham de segunda a sexta-feira. A equipe já contou com quatro jornalistas, dois de sete horas e dois de cinco horas, posteriormente passou a ter três jornalistas de sete horas e atualmente têm dois no regime citado acima, porém, embora tenha equipe própria, hoje a redação funciona de forma integrada, logo, a redução de integrantes acabou por não prejudicar o trabalho.

As matérias, tanto no site quanto no Facebook, são veiculadas todos os dias da semana, das 7h às 0h, de uma forma geral, porque ambas plataformas oferecem a possibilidade de programar matérias para irem ao ar automaticamente. O trabalho da equipe se inicia às 7h e vai até 22h, no mínimo, mas pode se estender até 23, 0h ou mais. Isso varia conforme a necessidade.

Sobre a integração da redação, trata-se de uma prática recente que ainda está se estabelecendo. Isso acontece mais durante os chamados plantões que são o trabalho aos sábados e domingos. Os jornalistas de qualquer editoria fazem a sua pauta e a publicam. Conforme Leandro Lopes, duas pessoas ainda precisam aprender a atualizar o site. Embora a redação esteja atuando de forma integrada, seguem existindo as equipes de editorias específicas, como de Cultura e Esportes. No site, a denominação consta como “Jornalismo Digital”, mas na redação ainda é conhecida por “Equipe de web”, como era chamada antigamente (a partir da implantação do grupo para trabalhar com o site, em 2009). Lopes esclarece que a mudança foi

³⁴ O dado se refere ao dia da entrevista, 03/11/2017. Sempre que utilizar expressões afins, como atualmente, se refere a esta data.

para adequar-se à nomenclatura mais usual, pois acredita que alguns leitores podem não compreender o que é web.

Na redação do Diário Popular, a realização de matérias mais factuais é feita pela equipe de Jornalismo Digital. Até mesmo porque, em casos como feriados e finais de semana, o jornal impresso só irá circular na segunda-feira ou dois dias após o feriado, então, inevitavelmente a notícia já é veiculada atrasada no papel. Dessa forma, o material é elaborado para o site e depois sai na edição impressa com algum diferencial. Os estagiários da equipe de Jornalismo Digital têm como meta produzir, pelo menos, uma pauta por semana para o impresso (que igualmente sai no digital). Os jornalistas da equipe também atuam na criação de pautas para o impresso sempre que necessário, mas de maneira geral atuam na produção para o site e abastecendo as redes sociais digitais. O coordenador destaca que o carro-chefe da empresa ainda é o jornal impresso. *“As pessoas gostam do impresso, de ter a sua folha. Embora a web seja presente, seja também o futuro, a gente ainda sobrevive muito do jornal impresso aqui, por isso também essa necessidade dessa integração, de se ajudar e por sobrevivência também”*. (Leandro Siqueira Pereira Lopes – LSPL).

4.1.2 Matérias restritas a assinantes

Apesar de algumas matérias do site serem restritas a assinantes, não existe um limite e nem número certo de quantas e quais notícias serão fechadas. Leandro Lopes explica que quando se trata de ação solidária, *“como doação de sangue, um brechó ou algo que pode gerar muito acesso, eu não deixo bloqueada por saber que pode trazer as pessoas um pouco mais pra cá”*. Isso demonstra a preocupação do profissional em aproximar o leitor do jornal, talvez até em razão das críticas que surgem muitas vezes nos comentários e que falaremos mais adiante.

Os profissionais de jornalismo digital não se preocupam com a parte financeira do site, em fazer planejamentos visando angariar mais assinantes para o portal ou aumentar as cifras da empresa. Isso fica a cargo do departamento de marketing do Diário Popular, que não atua junto à redação. Embora não exista um planejamento formal por parte da equipe, deixar uma matéria que possa render bastante acesso aberta, de certa forma, pode ser uma maneira de atrair mais leitores para o site, pois acreditamos que se o usuário clica no link para ler uma notícia, existe maior chance de ele seguir navegando no site e se cativar por outras manchetes do portal, e, quem sabe, interessar-se em fazer uma assinatura para poder ler as matérias completas.

Durante o mês de novembro de 2017, existia a opção de assinatura gratuita por 30 dias. No mês de dezembro de 2017, eram ofertadas três opções de assinaturas³⁵:

1) Assinatura multi: jornal impresso entregue em casa, acesso ilimitado ao site do Diário Popular e pelo aplicativo, clube Premium (cartão que dá descontos e vantagens em estabelecimentos comerciais), pelo valor de R\$ 47,90 mensais para Pelotas e R\$ 72,80 para outras localidades;

2) Assinatura Digital Premium: acesso ilimitado ao site do Diário Popular e pelo aplicativo, clube Premium (cartão), mais uma caneca térmica personalizada, pelo valor de R\$ 16,90 mensais;

3) Assinatura Digital: acesso ilimitado ao site do Diário Popular e pelo aplicativo, pelo valor de R\$ 9,90 mensais.

O coordenador de jornalismo digital não soube informar o número de assinantes pagos na data em que conversamos. Destacou que os números estão em constante mudança, mas esclareceu que no mês de setembro de 2017 eram 450 assinantes com acesso ao site.

4.1.3 O Diário Popular e o contato com o leitor pelas redes sociais digitais

O Diário Popular se utiliza das seguintes redes sociais digitais: Facebook, Twitter e Instagram. O Youtube funciona como repositório de vídeos. O jornal procura responder aos leitores em todas as plataformas. Leandro Lopes relata que são muitas pessoas interagindo tanto para xingar e elogiar, quanto para fazer um comentário sem relação com o conteúdo. *“Eu tenho a impressão que as pessoas acham que o jornal é uma entidade: pode xingar ou dar parabéns ou qualquer coisa que ele vai ignorar a tua existência e quando tu tens essa resposta é legal. Acho que a gente precisa estar ali para responder as pessoas por isso, né?”* (LSPL).

No jornal impresso consta o número do Whatsapp da equipe de Jornalismo Digital. Por meio do aplicativo de mensagens instantâneas, os profissionais recebem principalmente denúncias e sugestões de pauta nos bairros de Pelotas. De acordo com Lopes, a interação por meio da ferramenta é diária e frequente. Outras formas de contato entre leitor e jornal são por e-mail, telefone e pessoalmente. Como apontamos no segundo capítulo, a proximidade está dentre as características dos jornais de interior. Por se sentirem próximos, muitos leitores vão até o jornal para falar diretamente com os profissionais da redação. A equipe busca atender todos que procuram presencialmente o veículo.

³⁵ Informações retiradas do site do jornal Diário Popular em dezembro de 2017. Disponível em: <<http://diariopopular.com.br/assinatura/>>. Acesso em: 06 dez. 2017.

De acordo com o coordenador, o que mais impulsiona as visualizações das matérias no site do jornal atualmente são as redes sociais digitais. São elas as responsáveis por levar os leitores a (supostamente) ler o que está no portal, a acessar o site. Dessa forma, a equipe tenta disponibilizar nestas redes (Facebook e Twitter, principalmente), todas as pautas locais produzidas pelo jornal e que avaliam como de interesse público.

4.1.4 O Diário Popular no Facebook

A página do Facebook³⁶ do jornal Diário Popular foi criada em 2010 e atualmente conta com 188.211 curtidores³⁷. O coordenador e a equipe acompanham as matérias mais lidas no site e no Facebook e criam expectativas a este respeito, mas de uma maneira geral sabem o que vai dar mais audiência: as notícias de futebol e as da editoria de Polícia³⁸, especialmente tragédias. Segundo Lopes, as publicações com maior número de curtidas no Facebook são as mais lidas do dia. As pautas locais e da região Sul, principalmente de Pelotas, são as mais acessadas no site, o que reforça o sentimento de reconhecimento e pertencimento dos leitores com o que lhes é de próximo, tal como abordamos no segundo capítulo dessa dissertação.

Comento com o coordenador sobre duas pautas que foram analisadas no trabalho e, conforme foi verificado, tiveram uma considerável repercussão: a do cachorro que adentrou o campo na partida de futebol entre Goiás e Brasil de Pelotas e o *post* com as fotos de uma vaca no Centro da cidade. Questiono se o fato de terem repercutido os faz apostar neste tipo de publicação, ao que o jornalista responde que não de forma programada, mas naturalmente. Leandro Lopes assegura que são coisas que acontecem, vão dando certo e chamam atenção, inclusive entre os colegas de redação. Dessa forma, sempre que veem algo inusitado, como estes dois exemplos, se utilizam, até porque é uma forma de fugir de pautas mais “pesadas”, como as da editoria de Polícia.

Em se tratando de Facebook, não existe número mínimo nem máximo de *posts* diários, nem um planejamento mais elaborado de publicações. O que a equipe busca fazer é uma nova publicação a cada uma hora, de acordo com a factualidade do acontecimento. Do mesmo modo, procuram publicar as matérias que são classificadas como mais importantes ou especiais em horários nobres de acesso à página do Diário Popular no Facebook, identificados por Lopes como os períodos entre meio-dia e 13h e, depois, à noite.

³⁶ <http://facebook.com/diariopopular>.

³⁷ Dado coletado no dia 18/01/2018.

³⁸ Em 2017 a antiga editoria de Polícia passou a chamar-se Segurança no site do Diário Popular, porém na época da coleta, em setembro de 2016, a editoria ainda se chamava Polícia, por isso vamos manter este nome.

Outro aspecto é que não existe restrição de assunto e/ou pauta para a página. O critério utilizado é evitar pautas muito “pesadas”, como aquelas com imagens contendo cenas de execuções, por exemplo. Lopes esclarece que isso não é política da empresa, mas sim uma posição da equipe em respeito às famílias. Até em razão disso os profissionais gostam de postar temas que consideram leves, como as pautas ou fotos inusitadas em que animais sejam o assunto principal. O coordenador demonstra preocupação com a aceitação dos leitores ao afirmar que tenta investir em pautas descontraídas, mesmo quando é criticado pelos usuários nos comentários. *“Tento responder de uma forma a puxá-los para o jornal”*. (Leandro Siqueira Pereira Lopes).

4.1.5 Os comentários e a interação entre leitores e jornal

A possibilidade de comentar matérias no site do jornal existe, porém, por meio de uma observação no site e pela entrevista com Leandro Lopes identificamos que essa forma de interação raramente acontece. O público costuma fazê-lo pelo Facebook. É importante ressaltar que, como vimos nos capítulos anteriores, atualmente, com a popularização das redes sociais digitais, o acesso maior à Internet e a facilidade de conexão proporcionada pelos *smartphones*, torna-se comum ter um perfil no Facebook, em que mais de 102 milhões de brasileiros possuem conta no site³⁹. Assim, é comum também que acessem assuntos de seu interesse pelas redes sociais digitais, e não mais pelos sites dos veículos de comunicação.

Seguir a página do Diário Popular no Facebook é uma forma de ter notícias em sua linha do tempo e ficar informado sobre assuntos de proximidade que lhe interessem. Leandro Lopes aponta que existem diferenças entre os comentários no site da rede social digital e no portal do veículo, em que *“quem comenta no site não é tão desrespeitoso (quanto no Facebook), pois por mais que não concorde com alguma coisa ou outra, não são aqueles desabaços malucos com palavrões, é outro perfil”*. Aqui temos mais uma pista de que existe uma preocupação por parte do jornal com a forma como os leitores vão agir e reagir nos comentários.

O coordenador conta que observa que a maioria das pessoas não abre a matéria para ler o conteúdo e entender a contextualização da pauta, *“elas leem o título, julgam o que está acontecendo, acham a sua verdade e xingam por nada”*. (LSPL). O profissional diz que frequentemente utiliza duas respostas padronizadas para responder a esses usuários, como *“Não é assim, amigo”* ou *“Leia a matéria de novo, amigo”*, e que algumas vezes indica o link

³⁹ Dados divulgados pelo próprio Facebook. Disponível em: <<https://www.facebook.com/business/news/102-milhes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses>>. Acesso em: 05 dez. 2017.

desbloqueado para que o leitor acompanhe a matéria e entenda o seu contexto, o que o DP quis informar.

Não existe no Diário Popular um manual ou regra estabelecida sobre como responder os comentários e nem quem da equipe deve respondê-los. Contudo, essa tarefa geralmente é realizada por Leandro, que, enquanto coordenador, diz não impedir ninguém de responder, mas orienta sobre possíveis transtornos que possam vir a ocorrer. Então, a instrução é para terem cuidado com o que escrevem. O profissional analisa que as redes sociais digitais hoje em dia são tomadas por ódio, que as pessoas gostam de xingar por qualquer coisa e sem aparente motivo.

A forma utilizada por Lopes para responder aos leitores é tentar mostrar para quem faz críticas que determinada reportagem foi feita por algum motivo. Ele ressalta que busca responder a todos, e que o que não vai ser respondido é a ignorância, pois acredita que esta não merece ser combatida: *“a gente não vai mudar o pensamento de ninguém”*. O coordenador assegura que os comentários, de forma geral, não são apagados. *“Quando alguém vai lá e xinga o jornal de uma forma mais abrupta, assim, esse comentário a gente não apaga, não exclui, não deleta, não faz nada. Deixa ele ali. A gente não tem por que estar banindo pessoas. Eu sou contra isso”*. Segundo explica, as situações em que os comentários foram apagados correspondem àquelas em que os usuários proferiram palavras de ódio e homofobia contra os próprios leitores. *“A gente falou que não ia tolerar esse tipo de coisa, foi lá e apagou de ambos que estavam se xingando”* (Leandro Siqueira Pereira Lopes).

Algumas pessoas já são conhecidas da equipe por cotidianamente fazerem comentários nos *posts*. O coordenador cita o exemplo de um leitor que todos os dias colocava defeito em alguma coisa, e reconhece que em algumas ocasiões ele teve razão. *“Ele já teve, claro, pois todo mundo erra”*. Conta que, de forma pejorativa, o leitor se referia aos redatores, independente de quem fosse, como estagiários. A tática utilizada para tentar uma aproximação era respondê-lo e perguntar por ele, através de marcação nos comentários, quando o leitor não aparecia. *“Onde você está? Estamos com saudade”*. E deu certo. Pelo que afirma, hoje este mesmo leitor brinca e elogia. *“Pra nós, bah! É um probleminha a menos”*, destaca Leandro Lopes em tom de comemoração. Para o profissional, vale a pena responder a essas pessoas para tentar trazê-las para perto do jornal, para se sentirem de fato próximas, interagindo com humanos, e não com uma máquina. Esta, aliás, é uma preocupação do coordenador: mostrar que por trás das respostas do Diário Popular existem pessoas.

Outro aspecto destacado pelo jornalista é que a equipe busca responder a todas as dúvidas que as pessoas têm, seja qual assunto for. Isso se mostrou bastante evidente quando

estávamos pensando as categorizações de interação. Observamos o préstimo do jornal ao esclarecer dúvidas do leitor, o que fez com que criássemos a categoria de prestimosidade, a qual será descrita adiante. *“Mesmo que esteja na matéria e a gente observe que ela não leu, a gente responde”* (LSPL). Encontramos várias respostas do jornal que prestaram um serviço ao leitor.

Há também àqueles usuários conhecidos por só criticarem. Isso se aplica bastante a pautas de Esportes. *“Tem leitores que têm raiva gratuita do jornal por causa de futebol”*. Em uma redação em que a maioria é torcedora do Brasil de Pelotas, não é curioso o fato de os Xavantes (torcedores do time) acharem que quem escreveu a matéria torce para o Pelotas, equipe rival – um fato curioso é que são apenas duas pessoas na redação (torcedoras do Pelotas). Acreditamos que isso ocorre porque futebol envolve paixão, e os torcedores são muito afetados por isso. Assim, nestas situações existe o que explicamos na categorização de interação, a chamada afetação – passionalidade e/ou argumento, que é quando existe emoção, razão, ódio, ironia nos comentários. *“Para os leitores todo mundo é do time adversário, sempre!”* (LSPL).

Tornar o jornal simpático na forma como interage com os leitores parece ser uma preocupação recorrente do coordenador. *“É uma coisa que eu brinco, mas eu levo muito a sério, tento tornar o jornal simpático. Eu gosto disso”*. Uma das estratégias é utilizar *emojis* nas interações. Quando observamos comentários amenos e trocas de gentilezas entre leitores e o jornal, ficou evidente a categoria de sociabilidade, uma forma de quebrar um pouco a tensão notada nas interações de afetação. Essas trocas de afagos são percebidas em pautas mais leves. *“Esses dias tinha um erro de digitação na matéria do show do Gilberto Gil e eu fui lá e coloquei ‘é a emoção de ver o ídolo de perto’ e a carinha com vergonha, e todo mundo gostou, tinha um monte de curtidas”* (LSPL). Essa também parece ser uma forma de tentar se antecipar a críticas mais duras.

O fato de o Diário Popular responder comentários no Facebook nunca gerou nenhum tipo de problema à equipe (pelo menos não sob a coordenação de Leandro Lopes), e quando não respondem também não. *“O que acontece às vezes é de ter, por exemplo, uma obra da prefeitura que não está pronta e as pessoas ficarem cobrando de nós, nos comentários, os prazos. E eu respondia ‘Meu amigo, isso não é conosco’”* (LSPL).

4.2 Processo metodológico

A construção de uma pesquisa científica pressupõe trabalhar com a utilização de métodos para o desenvolvimento de um estudo, o qual deve apresentar algum significado para a sociedade. Para Maldonado (2006, p. 271), “não é pertinente, nem justificado formular

projetos que não contribuam para melhorar as sociedades pelas quais são sustentados”. É preciso ter um objeto, trabalhar a construção de um problema, e fazer investigações e tensionamentos no decorrer do processo.

Para fazer ciência é essencial cruzar dados, teorias. Não se pode aplicar, simplesmente, o que já está pronto. Neste percurso existem as descobertas e, porque não dizer, as decepções diante do que se está a investigar. Ao fazer pesquisa, estamos imersos em um universo que deve ser pensado, testado, discutido e, acima de tudo, revisitado tantas vezes quantas forem necessárias, afinal, tudo é passível de mudança. A teoria deve confrontar-se durante todo o tempo do estudo. Equívocos são parte do processo. Assim como o erro, eles podem ser extremamente produtivos para se descobrir coisas novas e abandonar velhas práticas e ideias.

O caminho a percorrer nem sempre é tranquilo, muito pelo contrário, na maioria das vezes é tortuoso e exige disciplina e dedicação. Bachelard (2001, p. 198) acredita que “o trabalho científico exige precisamente que o investigador crie dificuldades. O essencial é criar dificuldades reais, eliminar as falsas dificuldades, as dificuldades imaginárias”. O autor discorre sobre o que chama de falsos problemas que são colocados em face de uma objetividade definida. Para ele, os problemas epistemológicos da atualidade, são um anacronismo em comparação aos entraves do passado. (*Ibid.*).

Para produzirmos conhecimento científico, precisamos adotar processos metodológicos. De acordo com Braga (2016), ao pensarmos em metodologia é fundamental concebê-la, inicialmente, em dois níveis: tático e teórico-metodológico. O primeiro trata da tomada de decisões de ordem prática, “do exercício de técnicas de observação e obtenção de dados, ou da investigação experimental”. (*Ibid.*, p. 3). Já o segundo é o das posições assumidas sobre teorias e pesquisa, “as estratégias de conhecimento para a área; os tipos de conhecimento que se pretende produzir com o concurso de pesquisas empíricas, reflexão teórica, produção de conjecturas e de teorias de um campo”. (*Ibid.*). Conforme o autor, estes níveis estão relacionados a um terceiro, que seria o epistemológico, o das “visadas programáticas e dos sistemas de pensamento”. (*Ibid.*). Este seria o nível para refletir sobre o que foi produzido e o que levou ao seu desenvolvimento, o que inclui “a necessidade de perceber e rever criticamente as lógicas e os critérios que o sustentam e direcionam”. (*Ibid.*).

Por outro lado, Mills (1975) coloca que a metodologia deve ser encarada como um ofício artesanal, e não algo seriado, isto é, deve ser assumida por cada pesquisador. Para o autor, ser pesquisador é uma *práxis* cotidiana. É preciso ser realista e programar caminhos que se possa trilhar, sem querer abraçar o mundo. Contudo, é importante conceber uma metodologia consistente, que não seja pobre frente ao que se pretende investigar. Acreditamos que a

metodologia não se constitui apenas como uma parte do trabalho, mas perpassa todo o seu processo de construção e estabelecimento. Compreende desde a perspectiva epistemológica, passando pela revisão bibliográfica, até a articulação do texto e a adoção de alguns métodos.

Para realizar a análise dos sentidos produzidos a partir de processos de jornalismo em redes digitais do jornal Diário Popular, tendo como base exploratória a página do periódico no Facebook – sob o recorte de *posts* em que houve interação entre leitores e jornal, ou, ainda, uma conversação entre ambos –, pensamos, inicialmente, em utilizar as técnicas experimentadas pelo Laboratório de Investigação do Cibercontecimento (LIC), do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação (PPGCC), da Unisinos, através da metodologia designada como Análise da Construção de Sentidos em Redes Digitais. (HENN; GONZATTI; ESMITIZ, 2017). Entretanto, após sugestão da banca de qualificação, sentimos a necessidade de conhecer um pouco mais sobre o método de Análise de Redes Sociais (ARS) (RECUERO, 2012), verificando a possibilidade de sua aplicação no presente trabalho. Porém, ao estudá-la, consideramos que a metodologia de Análise da Construção de Sentidos em Redes Digitais é mais adequada à proposta desta dissertação, uma vez que não nos interessa a utilização de grafos, *softwares* para a obtenção de dados, bem como um estudo de estrutura mais macro, geralmente utilizado pelo método de ARS. Acreditamos que a forma mais artesanal empregada pela proposta do LIC converse prioritariamente com o que aqui apresentamos.

A Análise da Construção de Sentidos em Redes Digitais permite diferentes abordagens. Neste trabalho, consiste em entender os sentidos que são produzidos num contexto de uma rede social digital. Ou seja, a notícia postada na página do Facebook do Diário Popular aciona um processo de produção de sentido, através dos comentários feitos entre leitores e jornal. Como explica Henn (2014) a partir de Peirce (2002), em um contexto de rede, um signo gera outro signo (o seu interpretante), inaugurando um processo de semiose. É com inspiração nessas colocações que vamos buscar entender quais os sentidos são produzidos a partir das interações entre os leitores e o jornal.

A Análise de Construção de Sentidos em Redes Digitais tem como pressuposto três movimentos: o de mapeamento e identificação, o de agrupamento de constelações de sentidos (que no trabalho chamamos de categorias) e o desenvolvimento de inferências. Em mapeamento e identificação, tomamos como foco o olhar exploratório e a captura de dados; no agrupamento, a construção das categorias; e, em inferências, o desdobramento e a problematização dos sentidos percebidos na análise. Explicamos, a partir daqui alguns movimentos metodológicos que foram articulados visando a construção do *corpus* da pesquisa.

Nesta dissertação, foi escolhido o mês de setembro de 2016 para a pesquisa exploratória: a coleta do material. A escolha do mês foi aleatória e o principal objetivo era ter tempo hábil para coleta, processamento e análise dos dados, a cumprir o período regimental do curso de mestrado, visto que seu desenvolvimento foi feito manualmente, sem o auxílio de quaisquer programas de computadores. Dessa maneira, foram capturadas todas as postagens feitas na página do Facebook do jornal Diário Popular de 1º a 30 de setembro de 2016. No total foram 466 publicações, sendo o recorte aqui apresentado de 38 postagens, que correspondem a todas aquelas em que houve interação entre leitor e jornal – o que, por sua vez, consiste como interações mútuas, conforme a classificação de Primo (2007) relatada no terceiro capítulo.

O Facebook exibe todas as publicações de até sete dias de uma página. Diferentemente dos perfis pessoais, em que é possível buscar uma postagem por ano e mês, nas páginas de empresas e instituições não existe este recurso. Deste modo é necessário que uma coleta seja feita em até sete dias, caso contrário o Facebook mostra apenas algumas publicações que ele mesmo seleciona. Exemplificando: se hoje é dia 12 de setembro de 2017, eu conseguirei ver todas as publicações da página do Facebook do Diário Popular regressivamente até o dia 5 de setembro de 2017. Do dia 4 de setembro para trás ficam disponíveis apenas as que o algoritmo selecionar, e não todas que o jornal de fato publicou em cada dia. Felizmente nos demos conta deste importante detalhe durante a pesquisa pré-exploratória, daí o reforço de que é interessante fazer um teste sobre o método a ser utilizado para não se ter surpresas desagradáveis durante a sua concepção.

A coleta de material foi dividida em três fases. A primeira consistiu na marcação dos links de cada postagem, realizada da seguinte maneira: curtir todas as publicações de cada um dos 30 dias de setembro. As curtidas foram feitas por agrupamento de dias, sendo eles de, até no máximo, seis anteriores. Ia-se até a primeira postagem do dia mais remoto e todas as publicações eram curtidas daí em diante para que os links destas postagens ficassem guardados em “registros de atividades” do meu perfil pessoal no Facebook, de forma sequencial. Para estas marcações foi preciso ter muita disciplina e cuidado para que nenhuma postagem ficasse de fora. Procurei não deixar acumular e sempre que tinha tempo, abria o registro de atividades e, colava cada um dos links em um arquivo de texto, separando-os por dia e horário de postagem.

A segunda parte foi separar em cinco arquivos de texto, correspondentes a cada uma das cinco semanas, as seguintes informações de cada um dos links (referente a cada *post*): o título, a descrição, o número de curtidas, compartilhamentos, comentários e se o jornal se manifestou. No caso de vídeos, o número de visualizações. Nas postagens em que não ocorreu interação por

parte do jornal, foi sinalizado com a palavra “não” acima dos dados. Assinalei com a palavra “sim” sempre que existiram interações textuais, além da captura de todas elas.

A terceira parte foi separar em um único arquivo somente os *posts* das cinco semanas em que houve interação entre leitor e jornal, além da publicação com maior número de interações via comentários entre os leitores a cada semana. Entretanto, decidimos não considerar esse critério porque o jornal não participa das interações e este é o foco do trabalho. Cabe ressaltar que o Diário Popular interagiu diretamente em 37 *posts* e em um deles postou nos comentários algumas explicações, o que aqui consideramos também uma interação pelo fato de ir ao encontro de questionamentos e reclamações de alguns leitores; portanto, 38 *posts* de um total de 466. Esse valor de 38 *posts* representa 8,15% de interação entre leitor e jornal nas publicações do mês de setembro de 2016. Outra informação relevante é que dentro de um *post* pode existir mais de uma interação entre leitor e jornal, os quais foram organizados separadamente por comentários. No total, foram 60 vezes em que isso ocorreu. Este dado fica exposto durante a classificação.

De posse do empírico, partimos para leituras específicas deste trabalho. A revisão bibliográfica consistiu no fichamento de temas afins a esta dissertação e ocorreu durante todo o ano de 2017 e parte do mês de janeiro de 2018, sendo somadas às leituras mais gerais, realizadas em 2016 por decorrência das disciplinas cursadas. A escrita da pesquisa não ocorreu de forma linear. Todos os processos foram realizados praticamente de forma simultânea: leituras, coleta, processamento dos dados, categorização, classificações, experimentações, novas revisões bibliográficas, novas extrações de dados, entrevista e adaptações (tantas vezes quantas foram necessárias). Um exemplo é que para o projeto de qualificação foram escolhidos nove *posts* que receberam determinada classificação. A partir de inferências da banca de qualificação, duas das três categorias foram revistas e renomeadas, e a terceira adaptada: dividida em subcategorias. Outro exemplo é que, na classificação dos comentários dos 29 *posts* restantes, alguns precisaram ser revisados na publicação original, pois dúvidas emergiram no momento em que foi preciso justificar o porquê de ser atribuída determinada classificação, conforme veremos a partir do próximo subcapítulo.

Utilizamos também como parte da metodologia uma entrevista que foi realizada presencialmente com o coordenador de jornalismo digital do Diário Popular, conforme o texto disposto no item 4.1 e disponível na íntegra no apêndice A desta dissertação. Ribeiro (2008, p. 141) vê pertinência nesta técnica, pois ela possibilita ao entrevistador obter “[...] informações a respeito do seu objeto, que permitam conhecer sobre atitudes, sentimentos e valores subjacentes ao comportamento, o que significa que se pode ir além das descrições das ações, incorporando

novas fontes para a interpretação dos resultados”. Aqui consideramos que este método foi essencial para conhecer as práticas jornalísticas adotadas pelo Diário Popular, no que se refere a jornalismo em redes digitais e ao uso das redes sociais digitais pelo periódico.

4.3 Categorização de Interações

A categorização que propomos foi elaborada a partir do que percebemos como vínculo estabelecido entre jornal e leitores em suas interações no sistema de comentários da página do Facebook do jornal Diário Popular. A formulação teve como base o tipo de interação que observamos nesta análise e classificamos como: Afetação, Prestimosidade e Sociabilidade.

É importante ressaltar que, como vimos no segundo capítulo deste trabalho, em que falamos sobre acontecimento, a afetação faz parte da natureza do acontecimento e está por trás de todas as categorias. Desta forma, o indivíduo sempre é afetado por algo. Neste estudo, pode-se perceber que o leitor comenta em uma publicação por sentir-se afetado, entretanto, acreditamos ser também esta palavra a que melhor define o primeiro tipo de interação, a qual explicamos os sentidos compreendidos a seguir.

Afetação: de acordo com o dicionário Caldas Aulete, a definição de afetação seria: Ação ou resultado de afetar (-se). Ausência de espontaneidade ou naturalidade na atitude, nos gestos e/ou nas palavras. Comportamento pedante e presunçoso. Exagero ou fingimento em demonstração de sentimento; falsidade. (AULETE, online). O sentido que observamos nas interações que classificamos como afetação é que ela se dá em dois níveis: passional e argumento, provocada, principalmente, por sentimentos como emoção, razão, ódio e ironia. A passionalidade é um vínculo mais orgânico com o acontecimento, tem relação com o ódio, pois as pessoas se posicionam de forma passional e criam polêmica, inclusive. É um tipo de encantamento. Já o argumento é mais racional, tem a ver com a ironia. O sujeito se sente tocado, por isso reage. Porém, destacamos que uma linha muito tênue separa uma coisa da outra.

Prestimosidade: observado quando as pessoas têm dúvidas sobre informações relativas à cidade e/ou aleatórias. Questionam nos comentários e são respondidas pelo jornal. A definição do dicionário Caldas Aulete destaca que prestimosidade é a “qualidade de prestimoso; Obsequiosidade; Prestabilidade. Ato de favor, ajuda, colaboração”. (AULETE, online).

Sociabilidade: seriam os comentários amenos, em clima de camaradagem, mais triviais, banais e elogiosos, como identificamos em pautas sobre previsão do tempo, por exemplo. Conforme o dicionário Caldas Aulete, sociabilidade é a “qualidade do que é sociável. Aptidão

ou disposição natural para viver em sociedade ou em comunidade; Socialidade. Urbanidade, civilidade”. (AULETE, online).

A seguir, apresentamos o título; a chamada; o número de curtidas; e compartilhamentos – estes dois últimos dados para se ter noção da repercussão de cada *post*. Também o número de comentários e a descrição daqueles em que houve interações mútuas entre leitor e jornal, relativo ao nosso recorte na pesquisa. A partir disso, verificamos, conforme detalhamos em um de nossos objetivos específicos, as formas como os leitores enunciam-se nos comentários postados. Cabe ressaltar que, junto com a classificação atribuída, em alguns *posts* também desenvolvemos uma análise. O motivo de essa argumentação ser realizada em uns e não em outros é pelo fato de que em interações, como sociabilidade e prestimosidade, o desenvolvimento do argumento pode não render grandes contributos e soar redundante. Em alguns casos notamos que não é necessário realizar esse desdobramento. Todas as interações de afetação, independentemente de serem argumento ou passionalidade, receberão análise devido ao forte apelo emocional que contêm.

4.3.1 Classificação e análise de Interações

Como descrito acima, o período de coleta das interações entre leitores e Diário Popular na página do veículo no Facebook ocorreu entre 1º e 30 de setembro de 2016. Para facilitar a exposição dos dados, os *posts* foram organizados em cinco semanas. Na primeira, de 1º a 7 de setembro de 2016, o DP realizou 101 publicações no site da rede social digital, dentre as quais interagiu com os leitores todos os dias, em um total de 12 *posts* ao longo da semana. Isso representa 11,88% das 101 publicações.

Tabela 1 – Publicações e interações na primeira semana

Dia	Publicações	Interações por <i>post</i>
1º/9 – quinta-feira	15	1 <i>post</i>
2/9 – sexta-feira	17	1 <i>post</i>
3/9 – sábado	10	1 <i>post</i>
4/9 – domingo	6	2 <i>posts</i>
5/9 – segunda-feira	17	1 <i>post</i>
6/9 – terça-feira	19	2 <i>posts</i>
7/9 – quarta-feira	17	4 <i>posts</i>
	101	12

Fonte: Elaborada pela autora

Post 1:

A primeira interação do mês ocorreu no dia 1º setembro, às 10h59min. A publicação não tem descrição e o título é “Quinta deve ser de sol com nuvens, mas chuva volta no fim de semana⁴⁰”. Foram 191 curtidas⁴¹, 32 compartilhamentos e cinco comentários de leitores⁴². O jornal interagiu em um deles, no qual o leitor⁴³ pergunta: “Oi, qual o horário de funcionamento do Diário?”, a que o jornal responde: “Atendimento ao público das 8h às 12h, Já a tarde das 13h30min às 18h”. O mesmo leitor faz mais uma pergunta: “Ainda tem jornal a quilo para vender hoje?”, e o jornal responde: “tem sim!”.

Trata-se de uma pauta da editoria Geral, sobre previsão do tempo, entretanto, a interação foi sobre outro assunto. Em nossa categorização, a interação classifica-se como prestimosidade, pois o leitor tinha uma dúvida sobre a venda de jornais, a qual lhe foi respondida pelo Diário Popular.

Post 2:

No dia 2 da primeira semana, o jornal interagiu em três comentários, de um total de 73 de uma mesma publicação. Dos *posts* analisados, este foi o que mais obteve curtidas no mês de setembro: duas mil, além de 424 compartilhamentos. Sob o título “‘Indignado’, cachorro rubro-

⁴⁰ As transcrições são feitas exatamente como foram postadas, sem correção de ortografia, palavras de baixo calão, nem de outros eventuais erros.

⁴¹ As *reactions* serão aqui identificadas como curtidas, independente da emoção, pois foi a primeira forma de interação por sentimento disponível nesta rede social digital.

⁴² Os dados referentes à primeira semana foram coletados nos dias 22 e 23 de outubro de 2016.

⁴³ Independente do sexo da pessoa que interagiu, neste trabalho não serão feitas distinções de gênero, sendo, portanto, utilizados sempre o termo leitor, no masculino.

negro não aceita gol de empate do Goiás e persegue o lateral Juninho na Baixada”, e descrição “Cuidado com o cusco que o cusco te pega”, a publicação das 20h43min apresenta uma foto de um cachorro que teria invadido o campo do estádio Bento Freitas, durante jogo entre Brasil de Pelotas e Goiás. O título, que parece ser em tom de brincadeira, refere-se ao fato de o cachorro ter corrido atrás do lateral do time do Goiás, logo após o gol de empate do adversário do time da casa. A imagem retrata a cena.

Figura 1- Cachorro e jogador em campo durante a partida de futebol



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

[Comentário 1]⁴⁴

Leitor 1: “Indignado”, redator de esportes do Diário Popular não sabe o que fazer com as vitórias do Xavante e só escreve merda...

Diário Popular: Aproveita a sexta-feira e vamos fazer um brinde ao bom humor. O animalzinho só queria fazer festa. Mereceu destaque. O “indignado” foi porque a cena aconteceu logo após o gol do Goiás. Pega leve, **Leitor 1!** Bom fim de semana!

Leitor 1: vamos brindar também a essas vitórias e a vice liderança. Só pega leve também nas matérias que estão saindo... as vitórias são pouco enaltecidas mas as derrotas ganham uma capa inteira, ou do jornal ou do caderno de esportes..

Diário Popular: Obrigado pelo comentário, **Leitor 1.** :)

Leitor 2: Mais amor, mais humor e menos ranço! Imagina se fosse segunda-feira de manhã! :)

⁴⁴ Cada número corresponde a um comentário. Dentro deste mesmo comentário, os leitores são identificados por números. Se um mesmo leitor comenta mais de uma vez dentro de um mesmo comentário, o número se repete. Cabe ressaltar que a cada novo comentário, a contagem reinicia.

Leitor 1: Estamos muito bem humorados, cada um em sua divisão.... o cãozinho é rubro negro, enquanto que lá na Avenida... só tem fantasma.

Leitor 3: Esse Diário Popular...

Leitor 4: Diário popular sendo diário popular... Falar das vitórias do xavante doi para eles... Chora diário popular ACEITAAA

Leitor 5: Vai te foder diário popular jornal fraco

Leitor 6: O cachorro foi comemorar o empate com o lateral juninho kkkkk e deixou o Recado joga direito se não eu vo entra no xiqueirão Freitas de novo 🤔🤔🤔🤔🤔

Leitor 7: é o teu rabo

Leitor 6: Flw xava gay 🤔🤔🤔

Leitor 7: A inveja é uma merda não?

Figura 2 – Interações entre leitores e jornal em um comentário



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

[Comentário 2]

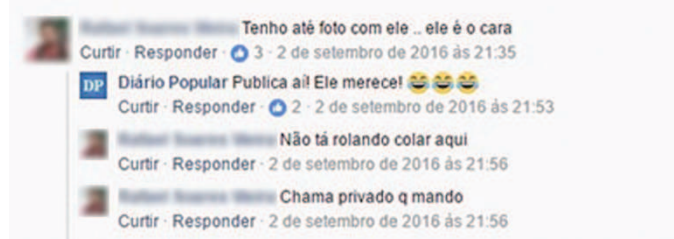
Leitor 1: Tenho até foto com ele .. ele é o cara

Diário Popular: Publica aí! Ele merece! 😂😂😂

Leitor 1: Não tá rolando colar aqui

Leitor 1: Chama privado q mando

Figura 3 – Interação entre leitor e jornal em um comentário



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

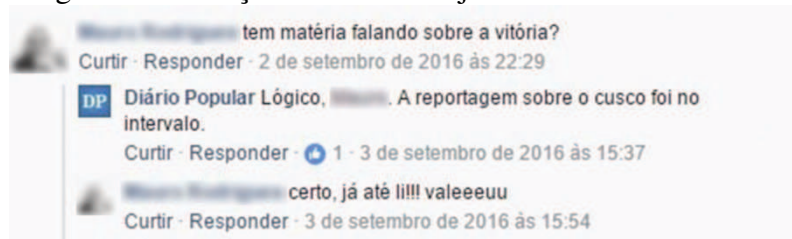
[Comentário 3]

Leitor 1: tem matéria falando sobre a vitória?

Diário Popular: Lógico, **Leitor 1**. A reportagem sobre o cusco foi no intervalo.

Leitor 1: certo, já até li!!! Valeeeuu

Figura 4 - Interação entre leitor e jornal em um comentário



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

A matéria, publicada no intervalo do jogo no Caderno Tudo (espaço de variedades), parecia ter como objetivo ser uma pauta leve e descontraída, falando de um cachorro que adentrou o campo durante a partida de futebol. Nos comentários em que o jornal interagiu, o que se viu foi desgosto por parte de alguns leitores, que acusaram o veículo de estar sendo tendencioso, “enaltecer derrotas” e dar pouco espaço às vitórias do clube. Observamos aqui uma afetação por parte dos leitores do primeiro comentário, em que a passionalidade prevalece, pois o ódio fica explícito e a iniciação de uma polêmica também. No segundo, o tom é de amenidade, logo, está na categoria sociabilidade. No terceiro, pode ser prestimosidade, mas também afetação, no sentido de confronto, logo, argumento, tendo em vista que não sabemos se o questionamento foi em tom de dúvida ou de ironia; entretanto, acreditamos que prevalece a prestimosidade, em razão da resposta do leitor.

Post 3:

O tema do *post* do dia 3 é o mesmo que rendeu interações entre jornal e leitor no dia anterior: o cachorro que adentrou o gramado durante a partida do Xavante contra o Goiás. Trata-se de uma matéria da editoria de Esportes, postada às 16h58min com a descrição “Belo, animado e sem lar”, sob o título “Cachorrinho que invadiu o gramado do Bento Freitas para brincar com Juninho, lateral do Goiás, é mais um animal de rua à espera de adoção e carinho em Pelotas. Conheça um pouco sobre Pretinho (ou Anelka, ou Zulu). <3”. A publicação teve 1,2 mil curtidas, 455 compartilhamentos e 46 comentários, sendo que houve interação por parte do jornal em dois deles.

[Comentário 1]

Leitor 1: Com toda essa fama vai ter muita gente querendo cuidar. Que pena para o Goiás não posso trazer kkkk

Diário Popular: Se o lateral não tivesse fugido, poderia ter levado! (Risos)

Leitor 1: Já deve ter chegado aqui de tanto que correu.

[Comentário 2]

Leitor 1: Ajudem a achar um lar pro Zulu galera, compartilhem!!

Diário Popular: Ou Anelka. Ou Pretinho! 😊❤️

Leitor 1: Pra mim sempre vai ser zulu kkkk ❤️

Leitor 2: Se eu tivesse um carro pra trazer ele pra pinheiro machado, tinha trazido no dia do jogo!

Aqui temos interações que entram na categoria sociabilidade, pelo tom leve e descontraído em que se dão.

O domingo, 4 de setembro, foi o dia com menor número de postagens da página do Diário Popular no Facebook durante a semana (seis), entretanto, o jornal interagiu em dois deles, o que representa 33% de interação em publicações no dia.

Post 4:

O primeiro, às 08h16min, trata-se de uma foto, sem direcionamento para matéria no site do jornal, daquela que é considerada a principal avenida da cidade de Pelotas, a Bento Gonçalves, em um dia de chuva. A descrição acima da foto diz: “Muito bom dia, amigos e amigas! Que rico domingo pra comer pipoca e colocar as séries em dia, hein? Começou assim,

chuvoso, e a previsão indic que ficará da mesma forma. Ainda temos esperança de que o sol retome ao seu posto. Mas não se enganem por nós: esse é apenas o honesto e constante desejo de “dias melhores”. A garoa fina não deve mesmo nos abandonar. Com ou sem chuva, um excelente domingo a todos!”. Foram 775 curtidas, 49 compartilhamentos e 35 comentários, nos quais o jornal interagiu em cinco.

Figura 5 – *Post* de bom dia na página do Facebook do Diário Popular



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

[Comentário 1]

Leitor 1: De uns tempos pra cá ficou muito melhor ler os *posts* do jornal, ótimos textos, parabéns 🥰

Diário Popular: Muito obrigado, **Leitor 1!** :)

[Comentário 2]

Leitor 1: Bom dia aqui em Santa Vitória Santa Vitoria Do Palmar Sul não chove desde ontem só nublado e muito vento mas tá um frio horrível.

Diário Popular: Além da pipoca e da série, tem cobertor! ❤️

[Comentário 3]

Leitor 1: Bom dia...ótimo dia para estar em família, uma pipoca, ver um filme e acompanhar o [#DP](#)

Diário Popular: Coisa boa! Ficamos felizes com a companhia ❤️

[Comentário 4]

Leitor 1: Domingos de Almeida?! Bom dia

Diário Popular: Avenida Bento Gonçalves com Andrade Neves.

Leitor 1: Obrigada!

[Comentário 5]

Leitor 1: Bom dia adorei o texto

Diário Popular ❤️

A publicação, feita no início do dia, parece, a exemplo da preocupação destacada pelo coordenador de jornalismo digital do Diário Popular, tentar buscar a simpatia do leitor também nas interações por comentários. Trata-se, sem dúvida, de um caso da categoria sociabilidade, pois o tom em todas as interações é de camaradagem entre leitor e jornal. No quarto comentário podemos adicionar a categoria prestimosidade, pois o jornal esclarece a dúvida do leitor e essa se sobressai pelo serviço prestado. O jornal utilizou-se de *emojis* de corações em três interações e sorriso em uma.

Post 5:

A postagem das 20h42min é de uma matéria da editoria de Esportes e tem como descrição “Adversários empatam e Brasil comemora” e título “Empates de CRB, Atlético-GO e Ceará deixaram o Xavante na vice-liderança ao final da 23ª rodada”. Foram 672 curtidas, 114 compartilhamentos e 14 comentários, nos quais o jornal interagiu em um:

Leitor 1: Quando é o próximo jogo d xavante ?

Diário Popular: Na próxima sexta-feira (9) às 21h30min.

Leitor 1: Obrigado

Leitor 2: contra o paysandu lá

Temos uma interação da categoria prestimosidade, pois o jornal presta um serviço ao esclarecer a dúvida de um leitor.

Post 6:

Na segunda-feira, dia 5, a interação foi no *post* das 17h40min, uma matéria da editoria de Polícia. Descrito como “Justiça determina prisão dos irmãos Oliveira”, sob o título “Ison e Leonardo Oliveira - condenados em 2014 - aguardaram em liberdade a apreciação do recurso apresentado pela defesa. Eles assassinaram Gleci Treichel em 2003 a mando do marido, Walnyr, e foram presos conduzidos hoje, 13 anos depois, ao Presídio Regional de Pelotas”, o *post* teve 262 curtidas, 45 compartilhamentos e 14 comentários. Houve interação em dois deles.

[Comentário 1]

Leitor 1: Aleluia, até que um dia o Diário popular mostrou as fuças do assassinos, só que 13 anos depois parece piada né?

Diário Popular: Não, **Leitor 1**, não parece. Essas fotos já foram publicadas várias vezes. Olha só a reportagem de 2014, quando os irmãos foram condenados à prisão: <http://www.diariopopular.com.br/tudo/index.php...> 😊

Leitor 1: Obrigada por esclarecer, espero que continuem a mostrar fotos de pessoas desse calibre para nós simples mortais ficar alerta abçs.

[Comentário 2]

Leitor 1: E o marido tá preso ?

Diário Popular: Foi condenado em julho deste ano. Aguarda a apreciação do recurso em liberdade.

Leitor 1: Essa nossa justiça que palhaçada

Leitor 2: O marido tem dinheiro, preciso dizer mais?! ☐☐

Leitor 1: Vai ganhar uma tornozelera eletrônica no máximo

Leitor 3: Recurso em liberdade???? Que piada essa nossa justiça!

Aqui temos um caso em que entram as categorias afetação – argumento, e prestimosidade. No primeiro comentário, o leitor sente-se afetado por acreditar que o jornal nunca tinha exposto a figura dos acusados. De forma, aparentemente irônica, publica a frase “[...] Parece piada, né?”, cobrando o jornal por supostamente não o ter feito antes. Ao que o

Diário Popular explica, também de maneira irônica, “Não, Leitor 1, não parece”, e divulga o link de uma matéria anterior sobre o tema, e o mesmo leitor agradece de maneira não provocativa.

No segundo, um leitor questiona se o marido da vítima está preso, ao que o jornal explica a situação, um serviço, logo, entra na categoria prestimosidade. O mesmo leitor responde com afetação – argumento, o que é seguido por outros dois leitores, porém, sem novas interações por parte do jornal. Como neste trabalho consideramos as interações entre leitores e jornal, e o Diário Popular interagiu com o leitor 1, vamos considerar que a prestimosidade predomina.

Post 7:

No dia 6, o Diário Popular interagiu em dois *posts*. A primeira interação é referente à publicação das 18h19min, cuja descrição é “Ana Amélia Lemos se compromete a pleitear manutenção de duplicação da BR-116” e título “[#matériacompleta](#) Encontro articulado pelo Centro das Indústrias de Pelotas (Cipel) na Associação Rural de Pelotas promoveu diálogo entre lideranças políticas e empresariais”. Foram 57 curtidas, 11 compartilhamentos e oito comentários. O jornal interagiu com um leitor que perguntou: “Alo Diário Popular gostaria de saber sobre os desfiles de 7 de setembro,vai ter??onde vai ser??vlw”. O jornal respondeu: “Vai ter, sim! Na avenida Bento Gonçalves, normal, mesmo que chova. Estaremos lá! :)”. Trata-se de uma pauta da editoria de Política, mas que teve interação sobre outro assunto, uma dúvida respondida pelo jornal. Enquadra-se na categoria de prestimosidade.

Post 8:

No *post* das 23h28min, a descrição é “Atlético-Go derrota o Luverdense e ultrapassa o Vasco na liderança da Série B” e título “O Xavante continua no G4 após os dois jogos que abriram a 24ª rodada da Série B do Brasileiro, na noite desta terça-feira. Não segue, porém, na vice-liderança. A vitória sobre o Luverdense, 2 a 0, no Serra Dourada, coloca o Atlético-GO como líder provisório da competição, com 42 pontos, um à frente do Vasco”. Foram 56 curtidas, três compartilhamentos e quatro comentários. O jornal interagiu em um deles:

Leitor 1: Quê ??? Tão secando ??? Ei jornal quais as matérias da dupla grenal ??? Ninguém quer saber a não ser cês mesmos , tá ruim , mas tá bom !! , XUPA , que feio , mas vamo embora , Dale XAVANTE !!!!!!!;

Diário Popular: De maneira alguma, **Leitor 1**. Mas, infelizmente, foi o que aconteceu. Apenas relatamos, como se deve. Boa noite

Leitor 1: Bah , desculpa , foi mal , sei que cês são bem informados em todos assuntos , gostaria então de esclarecer uma dúvida com o jornal : O DUDU abriu mão da reeleição pra ver PAULA dentro ??????

Leitor 2: Diário Popular Que qui tem mostra ? Da dupla Grenal bom trabalho pra vcs xavante ta bem parabens a todos xavantes nao sou torcedor mais é mais que merecido

Aqui temos afetação – passionalidade, pois, como foi perceptível também em outras pautas da editoria de Esportes, quando o assunto é futebol, a paixão dos leitores fica aflorada, o que é notável pelas interações que envolvem dúvidas quanto a imparcialidade dos redatores, xingamentos e palavras de baixo calão.

A primeira semana se encerra com interação em quatro, dos 17 *posts*, da quarta-feira, dia 7 (*post* 9 ao 12, abordados a seguir).

Post 9:

A primeira publicação do dia 7 de setembro, às 8h35min, inclui a imagem da capa do jornal com a seguinte descrição: “Bom dia, amigos e amigas! Sete de setembro de 2016, um belo feriado no meio da semana para descansar e aproveitar com a família. Confira os destaques da nossa edição impressa de hoje e tenham um excelente dia!”. Não há direcionamento para matéria no site do Diário Popular. Foram 42 curtidas, 13 compartilhamentos e três comentários, sendo que o jornal interagiu em um deles. O leitor escreve “Bom dia!” e o jornal responde “Muito bom dia, **Leitor 1!**”. A resposta ao cumprimento do leitor configura-se como sociabilidade.

Post 10:

Às 9h08min, com o título “Dois homens armados abordaram uma mulher na noite desta terça-feira na Gotuzzo, a levaram para casa e subtraíram uma quantia de R\$ 50 mil reais, além do carro da vítima e ainda outros pertences” e descrição “Bandidos roubam 50 mil após sequestro relâmpago em Pelotas”, a publicação contou com 733 curtidas, 245 compartilhamentos e 58 comentários. A matéria é da editoria de Polícia. O jornal interagiu em um dos comentários:

Leitor 1: Sexta-feira?

Diário Popular: Ops, terça. Fomos tomados pelo espírito pré-feriado. 😊

Leitor 2: Faz parte..

Leitor 3: Diário Popular kkkkkkk

Leitor 4: Por isso eu curto a pagina do diario no face, nao tem ruim, errou, brincou e deu! Todo mundo entendeu!!! Terça com cara de sexta srsrs

Diário Popular: Leitor 4 ❤️

Aqui o primeiro leitor questiona o dia da semana, parecendo estranhar o que o jornal escreveu. O DP reconhece o erro e faz uma brincadeira com o fato de ter se confundido. Outros três leitores entram na diversão em tom de camaradagem e, inclusive, inserem o *emoji* de coração, o que classifica esta interação como sociabilidade.

Post 11:

Às 14h56min do mesmo dia foi postado um vídeo com a seguinte descrição: “Confira como foi o desfile de 7 de Setembro em Pelotas. :D”. Ao todo, foram 935 curtidas, 734 compartilhamentos, 75 comentários e 38 mil visualizações:

Leitor 1: ainda está tendo ?

Diário Popular: Acabou por volta do meio-dia!

Leitor 2: Diário Popular acabou meio dia sou escoteiro e estava la

Aqui temos uma interação que entra na categoria prestimosidade, pois o jornal presta um serviço, esclarecendo a dúvida do leitor.

Post 12:

No *post* das 16h, último em que houve interação no dia 7, a descrição foi “Justiça Eleitoral suspende propaganda de Paula Mascarenhas (PSDB)” e o título “Decisão considerou o uso de imagens da TV Globo como propaganda irregular”. A publicação recebeu 438 curtidas, 90 compartilhamentos e 44 comentários. O jornal interagiu em um deles.

Figura 6 – *Post* de Política na página do Facebook do Diário Popular



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Leitor 1: Porque apagaram o primeiro compartilhamento da notícia? **Diário Popular**

Diário Popular: **Leitor 1** a matéria foi apagada. Desconhecemos o motivo e, por isto, está de volta ao Facebook. Note que nada foi alterado no texto. Desculpe o transtorno.

Leitor 1: Cade isonomia **Diário Popular**? Sério “desconhecemos os motivos” pelo menos bolem uma justificativa melhor! Cade os comentários e o debate gerado a partir do primeiro compartilhamento?

Leitor 1: Diário Popular Porque alterar a hora da publicação atual? Para “maquiar” o erro? Ou para tirar o destaque da notícia na linha do tempo da página?

Diário Popular: Não havia o que maquiar, **Leitor 1**. Muito menos havia motivos para tirar destaque na linha do tempo se a reportagem foi nossa manchete no site durante o feriado.

Leitor 1: Diário Popular Porque houve alteração na hora da publicação??? Porque a publicação “desceu” na linha do tempo? E a pergunta principal que não quer calar porque o primeiro *post* foi apagado? Existem forças ocultas administrando a página???

Diário Popular: O material foi apagado porque havia um erro. E foi republicado inteiramente por questão de justiça com o leitor.

Diário Popular: A publicação não desceu, amigo **Leitor 1**. A ordem de postagens no Facebook é cronológica. Não foi alterado de forma alguma. Única forma de deixar algo “por cima” é um *post* fixo, o que não temos nesta página.

Leitor 1: Diário Popular Engraçado no comentário acima vocês afirmam que “nada foi alterado no texto” fiquei na dúvida agora!!

Diário Popular: No primeiro comentário ainda era desconhecido o motivo. Buscamos a informação e trouxemos a público, como sempre fazemos, para podermos ser justos com os leitores que têm questionamentos, como tu.

Leitor 1: Desceu Sim! Agora não é possível notar mas no momento da postagem ela “desceu” não aparecia nas primeiras postagens da página tendo em vista que tinha sido “republicada”. Não estou falando que a postagem deveria ficar com o destaque mas sim o administrador da página alterou a hora da postagem para tirar o destaque....

Leitor 1: Qual era o erro da notícia **Diário Popular**? No site de vocês não existe nenhuma menção sobre alterações no texto... Aliás a hora da publicação no site segue a mesma.

Diário Popular: A hora da publicação no site segue a mesma porque não houve republicação. O material não saiu do ar em nenhum momento. E não houve alteração de horários no Facebook. Por mais que seja possível, nunca houve esta atitude nas redes sociais do DP. Obrigado pela participação. Entre em contato inbox para mais detalhes.

Leitor 2: Leitor 1 Caracaaaaaa!! tu é muito chato, maluco! O conteúdo foi repostado a discussão foi novamente levantada. Eu li as duas publicações e não vi diferença no material.

Leitor 1: Sim sou chato caro amigo FAKE! O **Diário Popular** suprimiu parte da discussão sem motivo aparente e não assumiu o erro!

Diário Popular: Assumimos o erro, sim. A reportagem dizia, erroneamente, que a retirada da propaganda da coligação do ar havia se dado por falta de autorização do uso das imagens pela Globo. E não foi isso. A decisão do juiz se deu por ele entender que o uso do vídeo constituiu propaganda irregular. Não tem a ver com autorização da Globo ou não para o uso do vídeo. É essa a questão, **Leitor 1**.

Leitor 1: Legal! Foi difícil reconhecer e apontar o erro? Apenas dizer que tinha um erro não basta, onde está a coerência quando um texto é republicado ou corrigido devem ser apontadas as alterações pois tais acabam induzindo a erro os primeiros leitores. Lembrando no site de vocês o texto segue sem menção as possíveis alterações e/ou correções! Aproveitando o ensejo quais os motivos da postagem ter uma foto com o número bem grande identificando a candidata e no site não ter imagem? Fato curioso não?

A análise da interação deste *post* pode ser conferida com a primeira publicação do dia 8 de setembro (*post* 13), detalhada na sequência, pois, embora as publicações tratem de assuntos diferentes, os atores envolvidos e o tema da discussão nos comentários são os mesmos.

Na segunda semana, de 8 a 14 de setembro, foram 117 publicações no total, dentre as quais o jornal interagiu seis dias, em 11 *posts*, o que representa 9,4% das 117 publicações.

Tabela 2 - Publicações e interações na segunda semana

Dia	Publicações	Interações por <i>post</i>
8/9 – quinta-feira	12	1 <i>post</i>
9/9 – sexta-feira	15	1 <i>post</i>
10/9 – sábado	17	Sem interação
11/9 – domingo	13	3 <i>posts</i>
12/9 – segunda-feira	19	3 <i>posts</i>
13/9 – terça-feira	23	1 <i>post</i>
14/9 – quarta-feira	18	2 <i>posts</i>
	117	11

Fonte: Elaborada pela autora

Post 13:

Um fato um tanto inusitado é que a interação do primeiro dia da segunda semana de coleta está relacionada ao mesmo leitor, identificado como Leitor 1, do *post* 12, datado de 7 de setembro de 2016. Alguns comentários são idênticos aos da postagem anterior. O *post*, do dia 8 de setembro, das 9h27min, tem como título “Receita abre consulta a mais um lote de restituição do IR”. Foram 17 curtidas, nenhum compartilhamento e três comentários, em que o jornal interagiu em um deles⁴⁵.

⁴⁵ Os dados referentes à segunda semana foram coletados nos dias 25 e 26 de outubro de 2016.

Figura 7 – Post de Economia na página do Facebook do Diário Popular



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Leitor 1: Em breve devo ser bloqueado na página! Essa é mídia de Pelotas!

Diário Popular: Não serás bloqueado, amigo **Leitor 1** 😊 Respeitamos a opinião de nossos leitores.

Leitor 1: Então aproveito o espaço para refazer a pergunta porque o material publicado sobre a suspensão do horário da Paula foi apagado da página e republicado sem os comentários? Pois nas respostas abaixo vocês afirmam que não houve alterações no texto publicado no site... Apenas que “desconhecem os motivos” da postagem ter sido deletada...

Diário Popular: Deconhecíamos os motivos no momento. Buscamos a informação do porquê e te respondemos. A republicação foi em função de um erro identificado na reportagem. Tudo foi corrigido e voltou às redes sociais – por justiça com todos os envolvidos, especialmente com os leitores. Não deixamos em nenhum momento sem informação, o texto jamais saiu do site. Não estamos fugindo da responsabilidade e já assumimos, sim, o erro. Faz tempo! E nunca é demais repetir: respeitamos tua opinião. 😊

Leitor 1: Desculpa acredito que estou com algum problema para entender a resposta de vocês. Qual foi erro identificado na reportagem? Tendo em vista que não tem nenhuma menção no site de alterações no texto publicado. No momento que vocês não apontam os erros e seguem dando repostas vazias estão SIM fugindo da responsabilidade! Até o momento não vi o “erro” apontado na reportagem.

Leitor 1: Aliás porque no *post* do facebook tem uma imagem grande com o número da candidata e no site não tem nenhuma imagem?

Diário Popular: A reportagem dizia, erroneamente, que a retirada da propaganda da coligação do ar havia se dado por falta de autorização do uso das imagens pela Globo. E não foi isso. A decisão do juiz se deu por ele entender que o uso do vídeo constituiu propaganda irregular. Não tem a ver com autorização da Globo ou não para o uso do vídeo. É essa a questão, **Leitor 1.**

Leitor 1: Diário Popular Legal! Foi difícil reconhecer e apontar o erro? Apenas dizer que tinha um erro não basta, onde está a coerência quando um texto é republicado ou corrigido devem ser apontadas as alterações pois tais acabam induzindo a erro os primeiros leitores. Lembrando no site de vocês o texto segue sem menção as possíveis alterações e/ou correções! Aproveitando o ensejo quais os motivos da postagem ter uma foto com o número bem grande identificando a candidata e no site não ter imagem? Fato curioso não?

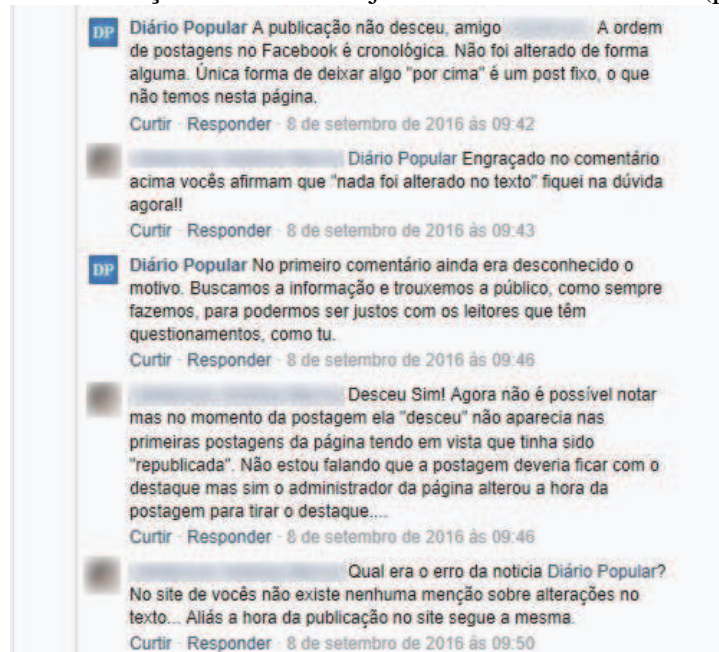
O *post* das 16h do dia 7 é direcionado a uma matéria da editoria de Política. Já o do dia 8 trata sobre a abertura de um lote de restituição do imposto de renda e é direcionado a uma matéria da editoria de Economia, entretanto, o assunto da interação de ambos foi sobre o *post* de Política, entre o jornal e um mesmo leitor, identificado como leitor 1. Dois dados que não foram capturados durante a coleta geral é o dia e o horário dos comentários por julgarmos irrelevante na análise, porém, nestes dois casos achamos pertinente para observar o momento exato em que a interação ocorria em um e outro *post*. Constatamos que a data/hora de dois comentários feitos pelo jornal sofreram alterações, pois foram editados. Por essa razão, apresentamos imagens de todos os comentários, separadas em mais de uma figura (devido às limitações de captura de tela e da visibilidade ficar prejudicada na hora de copiar (*print screen*)). As figuras 8, 9, 10 e 11 representam os comentários feitos na primeira postagem, a de Política.

Figura 8 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 1)



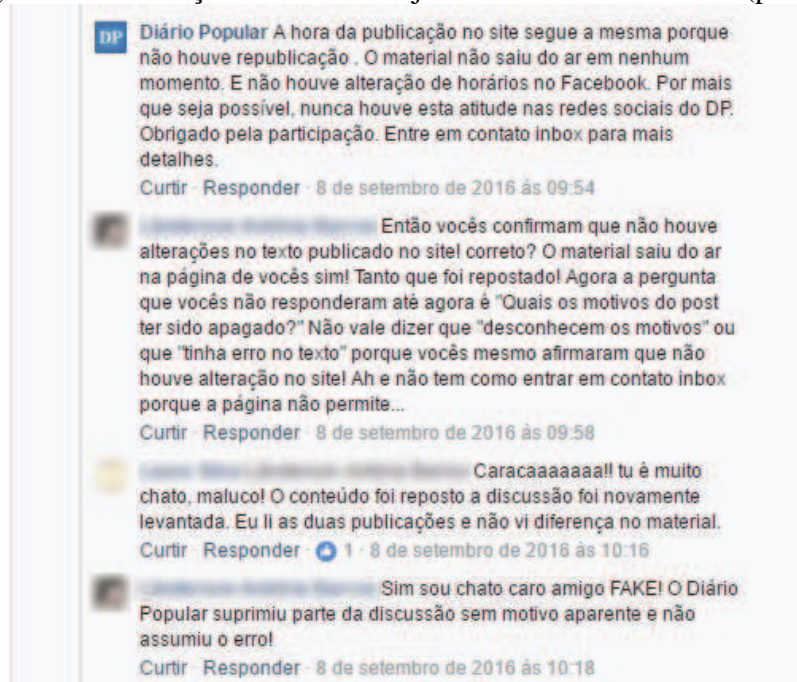
Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Figura 9 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 2)



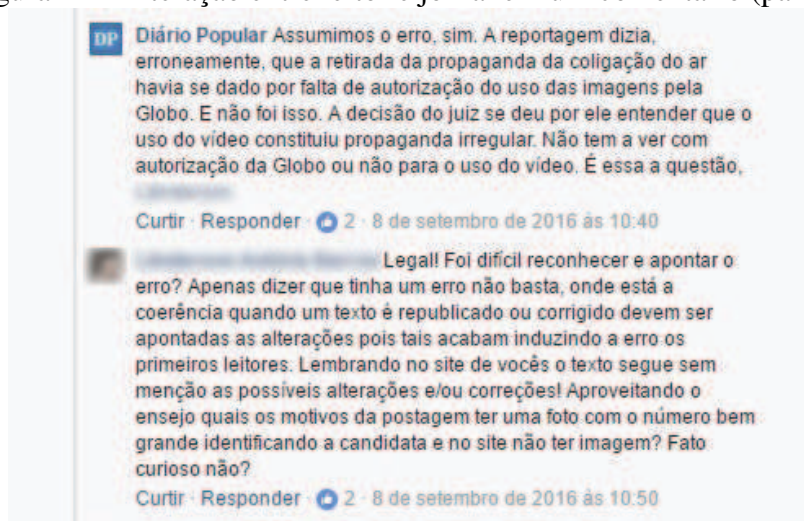
Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Figura 10 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 3)



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Figura 11 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 4)



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

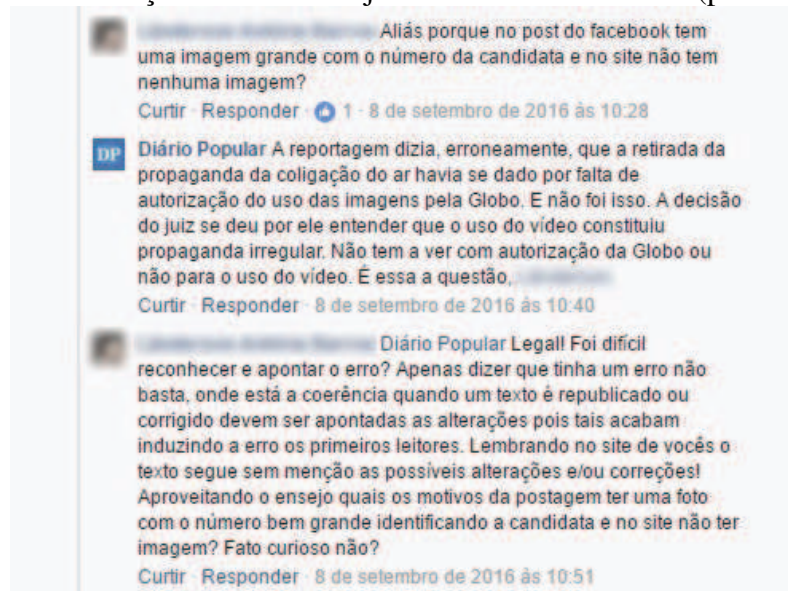
As figuras 12 e 13 representam os comentários da segunda postagem, da editoria de Economia.

Figura 12 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 1)



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Figura 13 – Interação entre leitor e jornal em um comentário (parte 2)



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Percebemos que a maioria dos comentários, tanto na primeira quanto na segunda postagem, foram feitos na manhã do dia 8 de setembro de 2016, entre 9h24min e 10h51min.

No período de uma hora e 27 minutos, foram 20 comentários (de um total de 24), sendo destes 14 do Leitor 1, um do Leitor 2 (criticando a postura do Leitor 1), e oito do jornal. De todos os 38 *posts* em que houve interação por parte do Diário Popular, estes dois foram os que o jornal mais se manifestou.

Outro dado notável é que a interação ocorreu diversas vezes com o mesmo usuário, além de os últimos comentários, tanto do DP quanto do leitor, foram praticamente idênticos em ambas as postagens. O tom insistente do leitor acabou provocando respostas que, inicialmente, o jornal parecia não saber informar, como no primeiro *post*: “nada foi alterado no texto” e depois “o material foi apagado porque havia um erro”. No segundo *post*, a mensagem do jornal é mais completa: “Buscamos a informação do porquê e te respondemos. A republicação foi em função de um erro identificado na reportagem. Tudo foi corrigido e voltou às redes sociais – por justiça com todos os envolvidos, especialmente com os leitores. Não deixamos em nenhum momento sem informação, o texto jamais saiu do site. Não estamos fugindo da responsabilidade e já assumimos, sim, o erro. Faz tempo! E nunca é demais repetir: respeitamos tua opinião”. Por fim, nos comentários dos dois *posts* o jornal publica o seguinte texto: “A reportagem dizia, erroneamente, que a retirada da propaganda da coligação do ar havia se dado por falta de autorização do uso das imagens pela Globo. E não foi isso. A decisão do juiz se deu por ele entender que o uso do vídeo constituiu propaganda irregular. Não tem a ver com autorização da Globo ou não para o uso do vídeo”.

O leitor até insistiu em outros questionamentos, mas de certa forma elogiou a postura do jornal: “Legal! Foi difícil reconhecer e apontar o erro? Apenas dizer que tinha um erro não basta, onde está a coerência quando um texto é republicado ou corrigido devem ser apontadas as alterações pois tais acabam induzindo a erro os primeiros leitores. Lembrando no site de vocês o texto segue sem menção as possíveis alterações e/ou correções! Aproveitando o ensejo quais os motivos da postagem ter uma foto com o número bem grande identificando a candidata e no site não ter imagem? Fato curioso não?”. Porém, a partir desta manifestação do usuário o jornal não respondeu mais.

Nestes dois casos observa-se afetação – argumento, através de confronto por parte do leitor, muitas vezes irônico, e uma certa contradição e dificuldade em reconhecer um erro por parte do jornal. Não sabemos qual a razão para os comentários sobre um mesmo assunto terem sido realizados pela mesma pessoa em dois *posts* diferentes. Uma suspeita é de que isso tenha ocorrido para chamar a atenção.

Post 14:

No dia 9, às 13h24min, a postagem corresponde a uma foto do cruzamento na cidade de Pelotas que liga as avenidas Fernando Osório, Salgado Filho e 25 de Julho. Na imagem aparece um termômetro de rua marcando 27 graus e a seguinte descrição: “Hoje temos um “pico” entre os já rotineiros altos e baixos nas temperaturas. Sabadão, solzão, que tal um churrascão? E por aqui também tem plantão! Fique ligado no DP e tenha um ótimo fim de semana! 🌍☀️❤️”. Foram 319 curtidas, 11 compartilhamentos e dois comentários. Não há direcionamento para matéria no site do Diário Popular. Houve interação em um deles.

Leitor 1: QUERIA SABER QUE AVENIDA É EM PELOTAS.

Diário Popular Avenida Fernando Osório, na rótula que liga as avenidas Salgado Filho e 25 de Julho, na Zona Norte de Pelotas, **Leitor 1**.

Leitor 1 OBRIGADO, ESTOU DE MUDANÇA PARA PELOTAS.

Trata-se de interação de prestimosidade.

Post 15:

No dia 10 de setembro, não houve interação por parte do jornal em nenhum *post*. Já no dia 11 ocorreram interações em três publicações do DP. Primeiro foi na postagem de um vídeo, às 07h41min. Trata-se de um compartilhamento feito pela página do jornal referente ao canal Satolepmusic no Youtube, com um vídeo do cantor pelotense Vitor Ramil tocando e cantando a música “Chimarrão”. A descrição diz “Bom dia, leitores! Uma cerração espessa cobre Pelotas na manhã deste domingo, 11 de setembro. Algo mais lhe lembra nesta data, além dos 15 anos dos ataques às Torres Gêmeas em Nova York e 43 do golpe que depôs o presidente eleito do Chile, Salvador Allende? O mar da história é agitado. Independentemente disso, faz frio. A temperatura no momento é de 12 graus. Segundo o site Climatempo, não ficará assim. A máxima pode chegar aos 24 e, depois que a neblina se dissipar, céu parcialmente nublado. Um bom domingo e um bom chimarrão. Como este que canta o pelotense Vitor Ramil, acompanhado ao violão pelo argentino Carlos Moscardini, ao vivo, em Lisboa”. Foram 153 curtidas, quatro compartilhamentos e sete comentários, o jornal interagiu em um. Não há direcionamento para matéria no site do Diário Popular.

Leitor 1: Muito triste lembro como se fosse hoje pois é bem no dia do meu aniversário que todos estejam em paz

Diário Popular Pois então, **Leitor 1**, feliz aniversário! Atrasado, mas de coração! ❤️

Aqui temos uma interação de sociabilidade. O leitor comenta que os fatos citados pelo jornal são bem no dia de seu aniversário, ao que o DP aproveita e, como já observado em outros casos, parece tentar conquistar a simpatia de seu público, parabenizando-o “atrasado, mas de coração”.

Post 16:

Na publicação das 11h07min, a descrição da publicação do jornal é “Crime passionnal seguido de suicídio resulta em três mortos na BR-293, entre Bagé e Dom Pedrito, na noite de sábado. Entre as vítimas, a ex-mulher do atirador, de 25 anos” e o título “Três mortos em crime passionnal, em Bagé”. Foram 517 curtidas, 106 compartilhamentos e 43 comentários. A matéria é da editoria de Polícia.

O jornal respondeu à interação em um comentário, citando o nome de três leitores que haviam comentado no *post*. Cabe explicar que o Leitor 1 comentou às 11h18min a seguinte mensagem: “Diário popular ainda não aprendeu que o nome disso é FEMINICÍDIO”. O Leitor 2, às 11h15min, escreveu: “Feminicídio, não crime passionnal! É o machismo e não o amor que mata!”. E o Leitor 3, às 11h23min, complementou: “Feminicídio”. O comentário do jornal, apresentado a seguir, foi às 11h32min, como demonstra a transcrição abaixo:

Diário Popular: Leitor 1, Leitor 2 e Leitor 3: obrigado pelo toque. Vamos arrumar.

Leitor 4: Pode tirar crime passionnal e não adicionar feminicídio, pois nenhum dos dois se encaixa!

Diário Popular: E por que motivo?

Leitor 4: Não foi logo após injusta provocação da vítima, pra configurar crime passionnal e nem em razão de ela ser mulher, já que ela não sofreu neste momento violência doméstica ou familiar pois ela já estava até casada com outro e ele não matou a outra mulher que estava com ela, logo ele não “odeia mulheres” pra configurar este tipo.

Leitor 4: Fonte: código penal artigo 121, parágrafo 1º e parágrafo 2º-A do mesmo artigo.

Leitor 5: Feminicídio se encaixa pela determinação jurídica. Embora homicídio qualificado seguido por suicídio também, porém nenhum termo retrata perfeitamente o nível de doença mental e emocional que atinge nossa sociedade. Talvez devêssemos discutir os motivos que levam as pessoas a isso e não os termos que usamos.

Leitor 2: <http://www.tribunadopampa.com.br/crime-em-bage-deixa.../>

Homem mata ex-esposa, fere gravemente mais dois e depois se...

TRIBUNADOPAMPA.COM.BR

Leitor 2: Leiam a notícia da região onde os crimes ocorreram e terão mais informações acerca dos motivos do crime e de como a outra mulher se defendeu.

Leitor 6: Acredito que as pessoas precisam se informar ao menos um pouco à respeito do que é Femicídio. Não pode ser considerado ‘femicídio’, tão pouco ‘crime passional’.
http://www.planalto.gov.br/.../_At.../2015/Lei/L13104.htm...

Ao que parece, após o comentário dos leitores 1, 2 e 3, o jornal estava decidido a alterar “Crime passional” por “Femicídio”, entretanto, outros leitores trouxeram diferentes explicações e argumentos sobre os termos e o Diário Popular não modificou a publicação, conforme disse que faria. Isso pode ter ocorrido pelo veículo ficar em dúvida sobre qual maneira seria a correta. Não sabemos se houve verificação, pois o DP nada mais manifestou à respeito. Essas interações entram na classificação afetação – argumento, em que a razão (cada um com a sua) predominou, sem xingamentos e excessos. Houve uma discussão que pode ser considerada “saudável”. Os leitores, além de terem se mostrado atentos às terminologias, trouxeram explicações, citando inclusive fontes.

Post 17:

A postagem das 14h06min trata sobre futebol. A descrição é “Se o empate diante do Paysandu não foi suficiente para manter o Xavante na vice-liderança da Série B, agora ocupada pelo Atlético-GO, foi o bastante para manter o time pelotense no G4 da competição” e título “Brasil cai uma posição após 24ª rodada”. Foram 136 curtidas, nenhum compartilhamento e 27 comentários. O jornal interagiu em um.

Leitor 1: O DP está cheio de editores e jornalistas que são de fora da cidade, a maioria de estagiários baba ovos da dupla grenal, por isso que publicam reportagens tendenciosas em relação ao Brasil, sem sequer ter o conhecimento necessário da história do clube.

Diário Popular: Leitor 1:, meu caro, tu leste a matéria? Abraço!

Leitor 2: A matéria até pode ser menos negativa. Mas o feito do Brasil de Pelotas merece ser manchete! E não uma matéria com esse título ridículo e mal intencionado.

Leitor 3: No mínimo o editor, reporter, sei lá a porra do cargo do cara, não está tendo um bom momento com o clube dele que ioga a divisão de acesso..

Leitor 4: Diário Popular, que menospreza a própria cidade. Posso pedir para que leia as notícias do futebol, seus enunciados e reparar na grande diferença? A menos que o jornal ganhe dinheiro

com a polêmica, que é o mais natural que se aconteça. Mas é evidente o que se retrata, todos vemos.

Aqui temos mais um exemplo de pauta da editoria de Esportes em que o assunto é futebol e que há afetação – passionalidade. Tanto por parte de leitores que se mostram inconformados e reagem de forma odiosa com relação à redação da matéria, quanto do jornal, que responde com outra pergunta de forma direta. A contemporização, por parte do jornal, vem com um “abraço” ao final da escrita.

Post 18:

A terça-feira, dia 12 de setembro, registrou interação por parte do jornal em três dos 19 *posts* do dia. O primeiro ocorreu às 12h19min, sob a descrição “Obra de Caio Fernando Abreu mostra-se cada vez mais influente e será debatida, nesta segunda e terça-feira, em seminário” e título “Entre a ausência e a presença”. A matéria é da editoria de Cultura e Entretenimento. Foram 19 curtidas, um compartilhamento e um comentário, no qual o leitor perguntou: “Não encontrei o horário da atividade. Alguém saberia me informar?”. O jornal respondeu: “A programação é bem extensa. Aqui você pode conferir de maneira completa acessando o site do evento: <http://20anossemcaio.wixsite.com/projeto/programacao>”. Em seguida, houve o agradecimento por parte do leitor: “Muito obrigado!”. Consideramos que se trata de interação de prestimosidade.

Post 19:

O *post* das 13h03min tem como descrição “Rádios AM preparam-se para migrar para o sistema FM. 50 % das emissoras pelotenses pretendem aderir à faixa de Frequência Modulada (FM)” e título “Rumo a uma nova frequência”. A matéria é da editoria Geral e obteve 89 curtidas, 20 compartilhamentos e sete comentários. O jornal interagiu em um, no qual um leitor questionou “Só uma perguntinha: quando irá sair a repostagem sobre o Grande Hotel?”, ao que o Diário Popular respondeu “Ainda não há data prevista, **Leitor**. O material está sendo produzido e será utilizado em breve! 😊”. Mais uma interação de prestimosidade, em que o leitor posta uma dúvida e o jornal presta a informação.

Post 20:

O *post* em que o Diário Popular interagiu com os leitores que mais gerou respostas dentro de um mesmo comentário durante o período de análise foi o das 21h15min do dia 12,

com 117 interações ao todo. A descrição da publicação é “Um jovem de 25 anos foi covardemente agredido na esquina da rua Silveira Martins, no centro de Canguçu. Mesmo desacordada a vítima continuou sendo acertada por socos e pontapés. Ele está internado em estado grave em Pelotas” e o título “Após ser espancado em Canguçu, jovem está em coma em Pelotas”. Foram 560 curtidas, 159 compartilhamentos e 85 comentários. O jornal interagiu em dois deles.

[Comentário 1]

Leitor 1: Pessoal nao sou de Canguçu nao sei se é verdade mas oque esse jornal escreve nao da pra acreditar eles sao os reis das mentiras e reportagens tendenciosas

Leitor 2: E verdade.

Leitor 2: Ta no face da mãe deli carla rosane.

Leitor 3: Sim, é verdade! Infelizmente!

Diário Popular: Por que inventariamos algo triste assim, amigo? Seja consciente.

Leitor 4: DIARIO POPULAR LIXO!!!!

Leitor 5: Pessoal eu moro aqui e a noticia é real,esse rapaz foi espancado e está mal em Pelotas,rezem pela recuperação dele,tem uma mãe desesperada pedindo pela cura dele.

Leitor 6: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 7: Lixo

Leitor 8: A própria mãe esta pedindo que rezem pelo filho dela acabei de compartilha

Leitor 9: Parece até que há interesse em esconder o fato, amplamente divulgado pela imprensa local!!!

Leitor 10: Infelizmente é verdade 😞

Leitor 11: E por que a redação do diário iria mentir sobre o assunto? Pelo amor de deus povo ta cada vez mais alienado.

[Comentário 2]

Leitor 1: Deu no Adalin e verdade então esse lixo de jornal não serve nem p limpq a bunda

Leitor 2: Que isso jovem!!!!

Diário Popular: As informações foram apuradas, amigo **Leitor 1**. Estamos torcendo pela recuperação do jovem. Que triste teu comentário.

Leitor 1: Mimimi

Leitor 1: Me bloqueia estou fazendo o mesmo

Leitor 1: Repito lixo de jornal a começar pelo esporte

Leitor 2: Bah Que feio me censurando também

Leitor 1: Leitor 3 Leitor 4 Leitor 5 Leitor 6

Leitor 1: Leitor 7 Leitor 8 Leitor 9

Leitor 1: Leitor 10 Leitor 11

Leitor 1: Leitor 12 Leitor 13

Leitor 2: Eu confiava no diário popular mas acho que certas pessoas tem razão e digo mais
ADALIM MEDEIROS É SHOWWWWW

Leitor 1: Leitor 14 Leitor 15

Leitor 1: Leitor 16

Leitor 1: Leitor 17

Leitor 1: Adalin Adalin Adalin...

Leitor 8 Por isso que eu nem leio DP .

Leitor 6: Diário VAIIII TOMA NO CUUUUUUU

Leitor 1: Me paga cabeça

Leitor 1: Leitor 18

Leitor 2: Que isso jovem!!!

Leitor 1: essa porra é para assistir jogo ou ponto turístico quando vou poder sentar para ver um jogo?

Leitor 1: Cadê o Messi?

Leitor 15: lixo de jornal!!!!

Leitor 1: Leitor 5

Leitor 1: Leitor 19 Leitor 20

Leitor 1: Leitor 21

Leitor 6: Leitor 1 pra que tu quer sentar ficou 5 anos no presídio sentado e deitado

Leitor 1: Leitor 22

Leitor 2: Alguém sabe me dizer que dia é o concurso do bigodinho de charreteiro?

Leitor 1: Mi paga cabeça do lata

Leitor 6: O dia que a galinha cria dente

Leitor 15: DIARIO VTF, O MEU XAVANTE NÃO PRECISA DE VC

Leitor 1: Leitor 23

Leitor 1: Leitor 24

Leitor 1: Leitor 25

Diário Popular: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 5: Oi **Leitor 2**

Leitor 6: Aí tá certo

Leitor 26: Faço frete

Leitor 6: TQAAA

Leitor 6: JEUR

Leitor 6: Baita beijo

Leitor 6: Só por espera o jornal chega amanhã p ir no banheiro

Leitor 23: Quando é que o Diario vai falar bem Xavante???

Leitor 8: Parabéns diário pelo profissionalismo agora para de ser clubista pnc

Leitor 25: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação

Leitor 15: mas nos não respeitamos pelo simples fato de serem clubistas

Leitor 23: O dia que o Diario deixar de ser clubista assino de novo.....Só pelotinha nos esportes

Leitor 15: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 15: o dia q o DP falar bem do BRASIL eu até assino p receber jornal em casa

Leitor 27: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 28: Quanta ignorância

Leitor 29: Pela educação me admiro de saberem escrever 😂😂😂😂

Leitor 1: Ooooooooooooo o intelectual chegoooooooo

Leitor 1: A lista **Leitor 28** e **Leitor 29**

Leitor 1: ??

Leitor 15: Quanta ignorância

Leitor 1: essa porra é para assistir jogo ou ponto turístico quando vou poder sentar para ver um jogo?

Leitor 1: **Leitor 3** **Leitor 30**

Leitor 1: **Leitor 24**

Leitor 1: **Leitor 31**

Leitor 1: **Leitor 18**

Leitor 1: **Leitor 5**

Leitor 1: Leitor 6

Leitor 1: Leitor 15

Leitor 1: Leitor 8

Leitor 1: Leitor 19

Leitor 1: Leitor 7

Leitor 15: Leitor 32

Leitor 1: Leitor 33

Leitor 1: Leitor 34

Leitor 1: Leitor 32

Leitor 1: Leitor 35

Leitor 14: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 1: Leitor 36

Leitor 23: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 8: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 2: Mas e o encontro dos bigodinho de charreteiro vcs sabem quando vai ser? **Leitor**

1 Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 1: Pergunta p Adalin amanhã

Leitor 1: 0415399832790

Leitor 1: Wats dele

Leitor 2: Taloucooo

Leitor 1: Todo mundo tem o direito de ser o que quiser, ou pelo menos deveria. A questão é não ser intolerante com outros ideais.

Leitor 1: Leitor 37

Leitor 3: Leitor 30 Estou a procura de trabalho diario popular.! Estao precisando de gente para entregar jornal? Obrigado pela atenção e aguardo retorno!

Leitor 2: Matemática sempre com seus problemas essas equações sempre causam uma grande dúvida.

Leitor 3: Leitor 30 Diario Popular possui moto própria com bau. Aguardo retorno!!! Obrigado

Leitor 1: E muita inteligência nos q redigia as historias deles para os que mandam no jornal

Leitor 2: Tem vaga aberta para a distribuição mas tem que ser bike cargueira tenho um amigo que trabalha lá

Leitor 2: Leitor 38 vc sabe quem era essa pessoa?

Leitor 1: Leitor 39 e teu parente?

Leitor 2: Compareça amanhã munido de carteira de trabalho doc da bike e atestado de saúde na rua Falar com Joe Montana.

Leitor 1: Leitor 40 trabalha no rh do diário **Leitor 3 Leitor 30**

Leitor 1 Ele pode te dar uma força

Leitor 2: Ele e **Leitor 41**

Leitor 2: Sem face

Leitor 1: Leitor 41 falida

Leitor 1: Mi paga **Leitor 5**

Leitor 1: Leitor 6

Leitor 2: Dupla assalta duas farmácias quase ao mesmo tempo em Pelotas No primeiro caso, funcionária reconheceu os suspeitos, que já haviam atacado o mesmo estabelecimento no mês passado Indicar Corrigir Comentar voltar Por: Roberto Ribeiro roberto@diariopopular.com.br Dupla de assaltantes já conhecida de funcionários de farmácias localizadas na área central de Pelotas voltou a atacar na noite desta segunda-feira (12). Os alvos foram dois estabelecimentos, ambos vizinhos, na rua Marechal Floriano, entre o calçadão da Andrade Neves e a praça Coronel Pedro Osório. Segundo a descrição dos funcionários, os suspeitos são jovens, agressivos e portam revólveres. Por volta das 20h50, os dois entraram na primeira farmácia se passando por clientes. Olharam os produtos, escolheram desodorantes e solicitaram atendimento. Enquanto um funcionário fazia o trâmite para a venda, a operadora do caixa reconheceu que o suposto freguês era na realidade a mesma pessoa que “há pouco mais de um mês” havia assaltado praticamente no mesmo horário o mesmo estabelecimento, inclusive com direito a um disparo em sua direção. Aí já era tarde. O suspeito sacou a arma, apontou de novo contra a funcionária e anunciou o assalto. Sob ameaça, a obrigou a dar todo o dinheiro que havia no caixa. “E queria mais”, disse Camila Becker, 18 anos, há sete meses na empresa e dois assaltos vivenciados. “Quase fui agredida”, afirmou, ainda abalada. Além do dinheiro, a dupla levou o relógio e dois celulares também de funcionários da farmácia. O êxito do assalto deve ter motivado a dupla a atacar logo em seguida a farmácia vizinha, separada apenas por um prédio. O modus operandi não foi o mesmo. Se na primeira investida se passaram por clientes, desta vez a ação foi mais direta. Com as armas apontadas contra os funcionários, um deles levou o dinheiro do caixa. O segundo foi ao fundo da loja onde a gerente fazia o

depósito do montante que havia ingressado a partir do fim da tarde - após o expediente bancário. “Fizeram um arrastão”, disse, nervoso, o supervisor do estabelecimento, Sandro Garcia, 40. Além do dinheiro, os dois ainda levaram dois notebooks. Foi o terceiro assalto às lojas da rede em duas semanas, conforme Garcia. O primeiro na filial da rua General Osório esquina Neto; o segundo, semana passada, na rua Lobo da Costa, entre calçadão e General Osório. “São sempre os mesmos”, garante o funcionário, que não estava na farmácia no momento do assalto. “São os mesmos”, insiste, “pela descrição dos dois e pelo método, dois jovens, armados, agressivos e ameaçadores – desse jeito vamos ter que parar de trabalhar”.

Leitor 2: Fonte DP.

Leitor 1: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 42: Lixo

Leitor 2: Eu confio plenamente no Diário Popular mas Adalin Medeiros é show.

Leitor 43: Diário popular ,o nosso velho jornal,motivo de orgulho para todos os Pelotenses ,que presam um jornal com ética.

Leitor 3: Leitor 30 Diário popular ,o nosso velho jornal,motivo de orgulho para todos os Pelotenses ,que presam um jornal com ética.

Leitor 9: Quero mais q o DP c foda

Leitor 1: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 14: Oi, gente me chamo Claudia. Acabei de achar o telefone do **Leitor 14**. Tentei acessar os contatos da agenda mas não consegui, pois pede senha. Só consegui acessar o face porque a página estava aberta. Se alguém puder avisá-lo o telefone está comigo. Estou deixando uma foto minha nos comentários pra quem puder me procurar e entregar o telefone pra ele. Obrigada.

Leitor 36: Aí taloooooooooooouco!!!!

Leitor 3: Leitor 30 Oi

Leitor 1: Oi

Leitor 6: Churrascada na casando **Leitor 1** hoje à noite#TUDONOSSO

Leitor 1: Não vamos bloquear ninguém 😊 Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação.

Leitor 6: Churrascada na casando **Leitor 1** hoje à noite#TUDONOSSO

Leitor 3: Leitor 30 Churrascada na casando **Leitor 1** hoje à noite #TUDONOSSO

Trata-se de uma publicação que é redirecionada para uma matéria da editoria de Polícia. Vários aspectos nos chamam a atenção nas interações deste *post*, em que o jornal interagiu em dois comentários. No comentário 1, logo na primeira mensagem, um leitor duvida do fato que está sendo noticiado. O Diário Popular se defende “Por que inventariamos algo triste assim, amigo? Seja consciente”, mas não tem muito efeito, pois alguns leitores apoiam o leitor 1, chamando o jornal de “lixo”. Já outros escrevem em favor do periódico e relatam que é um caso verídico. Aqui temos afetação – argumento, pois, embora algumas pessoas reajam de forma odiosa, há uma certa racionalidade por parte da maioria dos leitores que se preocupam em argumentar sobre o que ocorreu.

No comentário 2, consideramos que a afetação – passionalidade se destaca em maior grau, pela exposição de ódio e a formação de polêmica. Fica claro o encantamento provocado pelo futebol, paixão que une uma grande quantidade de leitores, que, também, demonstram ironia em algumas aferições. O que observamos inicialmente é que o foco dos comentários se desvia completamente do assunto. Muitos leitores parecem ter combinado de ridicularizar o jornal em massa por motivos ligados ao esporte (futebol), sendo liderados pelo leitor 1, que é algumas vezes citado pelos outros leitores. Ele marca muitas pessoas nos comentários, talvez no intuito de buscar mais conhecidos para reforçar as críticas. Palavras de baixo calão são utilizadas e ofensas contra o jornal são proferidas o tempo todo.

Identificando-se como torcedores do Brasil de Pelotas, eles provocam uma enxurrada de comentários dentro de um mesmo comentário, desfazendo-se do trabalho do Diário Popular e, por vezes, enaltecendo um comunicador com bastante apelo local, o radialista Adalim Medeiros, que, inclusive, já foi vereador em Pelotas por sete mandatos (1983/1988; 1989/1992; 1993/1996; 1997/2000; 2001/2004; 2005/2008; 2009/2012). O jornal manifestou-se duas vezes dizendo: “As informações foram apuradas, amigo Leitor 1. Estamos torcendo pela recuperação do jovem. Que triste teu comentário” e “Não vamos bloquear ninguém. Respeitamos a opinião dos leitores. Obrigado pela participação”, o que foi motivo de deboche por parte de muitos que comentaram utilizando a mesma expressão.

Post 21:

No dia 13, ocorreu interação entre o Diário Popular e leitores em um *post*. A publicação das 10h21min tem na descrição “Vítima, ainda não identificada, foi assassinada com um tiro na cabeça. Delegacia de Homicídios e Desaparecidos (DHD) investiga o crime. Quem tiver alguma informação pode entrar em contato com a polícia pelos telefones (53) 3310 8166 e 197.

Também é possível o contato via WhatsApp com a Polícia Civil pelo número (51) 8418 7814” e título “Homem é encontrado morto na estrada do engenho”. Foram 456 curtidas, 137 compartilhamentos e 32 comentários. A matéria é da editoria de Polícia.

Leitor 1: Aonde fica isso ?

Diário Popular: É uma ligação entre a avenida Ferreira Viana, passando pela Chácara da Brigada, pelo Engenho São Pedro e que chega na Balsa.

Leitor 2: Na próxima rótula após o umuharama

A matéria da editoria de Polícia, que poderia gerar interação por horror ao crime ocorrido, teve apenas uma interação de prestimosidade, em que o leitor pergunta o local onde o assassinato aconteceu.

Post 22:

No dia 14, último desta segunda semana de análise, dois *posts* registraram interações. O primeiro, às 10h14min, sob a descrição “Os agentes da Policia Civil utilizaram as câmeras de segurança para identificar os envolvidos” e título “Preso primeiro suspeito de agredir jovem em Canguçu”. Foram 488 curtidas, 55 compartilhamentos e 24 comentários. A matéria é da editoria de Polícia.

Leitor 1: Câmaras ou câmeras?

Diário Popular: corrigido. Obrigado pela observação.

Leitor 2: Qual o problemase a pessoa leu e entendeunao precisava mudar

Leitor 3: professor de portugues nao falta.a noticia esta otima pena nao mostrarem a cara do monstro.

Leitor 1: Vocês sabem o que são críticas construtivas?

Leitor 4: É que DP gosta de corrigir o LEITOR então tem que ser exemplo. E escrever certo 👍



Leitor 5: O próprio diário popular agradeceu pelo informação e tem gente preocupada com a correção! Aff!

Leitor 4: Não é com isso. é que depois de toda a porcaria que o DP escreve. Tem que fala mesmo. Velhice aos 55 anos e Mãe mandando filha usa armadura. Eles tem que VÊ O QUE ESCREVE. SIM.

O jornal cometeu um deslize ao escrever “câmara”, ao que o leitor alertou e o DP fez a correção e agradeceu. Contudo, outros leitores que estavam atentos aos comentários resolveram intervir. Teve quem achasse desnecessária tal correção e quem defendesse que o jornal precisa ser cobrado a escrever corretamente. Aqui temos afetação – argumento, pois os leitores agem de acordo com suas razões, alguns ironizando o erro do jornal.

Post 23:

A postagem das 16h57min do dia 14 corresponde a duas fotos de uma vaca. A descrição explica o motivo da publicação: “Já aconteceu de publicarmos aqui fotos de alguns animais circulando pela cidade e a população classificar como algo totalmente natural. Pode ser que o mesmo aconteça com as fotos desta vaca, mas ela merece o registro. O flagra aconteceu na manhã de ontem. Ela andava livre e tranquila pela rua Professor Araújo, no centro da cidade. Ainda não há informações sobre as condições do animal, nem sobre quem são os proprietários. O registro foi feito por volta das 9h30min”. A postagem não tem direcionamento para o site do Diário Popular.

Figura 14 - *Post* com fotos de uma vaca no Centro da cidade



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Foram 706 curtidas, 124 compartilhamentos e 170 comentários. O jornal interagiu em um deles:

Leitor 1: totalmente natural, apenas dando um role não vejo nd demais nisso

Diário Popular: Só uma bandinha. Marcou com o “crush” de se encontrarem no Mercado.

Leitor 2: haha

Leitor 3: Mas gentee! 😂

Leitor 4: super di boa, dando um rolezinho, nada dms 😂👉

Leitor 5: “marcou com o cruch” 😂😂

Leitor 6: Deixem “azamiga do moção” dar um rolé.....kkkkkkkkkkkk

Leitor 7: haha

Leitor 8: Tava procurando o boizinho dela.vai saber se não estava em um restaurante 🍷🍷

A exemplo do *post* 2, apresentado anteriormente, em que um cachorro adentrou o campo do Bento Freitas durante uma partida de futebol, aqui temos um caso semelhante que parece ser a tentativa de uma publicação leve e descontraída. Se essa foi a intenção, aparentemente deu certo e os leitores entraram na brincadeira nessa que pode ser classificada como interação de sociabilidade.

Na terceira semana, de 15 a 21 de setembro, foram 108 publicações, dentre as quais o jornal interagiu em oito *posts* de cinco dias, representando 7,4% das 108 publicações.

Tabela 3 - Publicações e interações na terceira semana

Dia	Publicações	Interações por <i>post</i>
15/9 – quinta-feira	16	1 <i>post</i>
16/9 – sexta-feira	21	2 <i>posts</i>
17/9 – sábado	12	Sem interação
18/9 – domingo	13	Sem interação
19/9 – segunda-feira	17	2 <i>posts</i>
20/9 – terça-feira	13	1 <i>post</i>
21/9 – quarta-feira	16	2 <i>posts</i>
	108	8

Fonte: Elaborada pela autora

Post 24:

Na quinta-feira, dia 15, na publicação das 19h22min, a descrição é “Moradores da rua 23 de Maio, no bairro Três Vendas, interromperam a BR-116 nesta quinta-feira em manifestação contra o corte de energia elétrica no local. De ‘mãos atadas’, CEEE não pode estabelecer rede em função de o loteamento não ser regularizado junto à prefeitura” e o título

“Eles querem luz”. A matéria é da editoria de Geral. São 64 curtidas, 14 compartilhamentos e 13 comentários⁴⁶. Destes, um leitor fez o seguinte alerta ao jornal: “Desculpa mas não foi a Vila Peres ... Foi a 23 de Maio !”, e o Diário Popular respondeu: “Arrumado, **Leitor 1!** Obrigado, pelo toque. Quanto ao nome da rua, 23 de Maio, é informação dos moradores do local. A rua sequer existe em registros oficiais. Obrigado pela participação! :)”.

Aqui, o leitor corrige o jornal que retifica o texto, agradece e dá uma explicação do motivo pelo qual utilizou a nomenclatura que supostamente estaria errada. Podemos considerar essa interação como de prestimosidade, uma vez que se deu em tom de pergunta e resposta, um esclarecimento, mas também afetação - argumento, em que o leitor se utilizou da razão para chamar a atenção do jornal. Aqui consideramos que a prestimosidade prevalece.

Post 25:

No dia 16 de setembro, a publicação de um vídeo de um minuto, às 11h41min, teve a repercussão de 1,2 mil curtidas, 741 compartilhamentos, 69 comentários e 40 mil visualizações. Trata-se do nascer do sol na praia do Laranjal, que é banhada pela Lagoa dos Patos. A descrição conta com esta frase: “Na última sexta-feira do inverno, pontualmente às 6h30min, o sol surgiu da Lagos dos Patos, sem preguiça e cheio de energia. Confira no vídeo”. Houve interação em sete *posts*, que aqui contamos as realizadas pelo jornal, mas também as mensagens postadas pelo coordenador de Jornalismo Digital do Diário Popular, Leandro Lopes, autor e editor das imagens, uma vez que ele se utiliza de sua conta pessoal no Facebook para responder algumas interações representando o veículo, o que, até então, não tínhamos visto aqui.

[Comentário 1]

Leitor 1: Era pra dar ânimo ao começo do dia, mas, enfim, pra mim, acabou servindo de alívio em um dia na reta final... Parabéns, **Leandro Lopes!**

Leandro Lopes: que possa ser sempre assim, **Leitor 1!** :)

[Comentário 2]

Leitor 1: Obrigada meu Deus, por me deixar ver esta beleza da natureza. Obrigada pela minha vida. Amém

Diário Popular: Que assim seja, **Leitor 1!** ❤️

⁴⁶ Os dados referentes a terceira semana foram coletados nos dias 27 e 28 de outubro de 2016.

[Comentário 3]

Leitor 1: Espetáculo de Deus! Parabéns pela sensibilidade, **Leandro Lopes!**

Leandro Lopes: muito obrigado, **Leitor 1!** :)

[Comentário 4]

Leitor 1: Linda imagem!! Parabéns **Leandro Lopes** e **Diário Popular!** !!

Leandro Lopes :)

[Comentário 5]

Leitor 1: Que Maravilha de imagem..Parabéns **Leandro Lopes** ..!!

Leandro Lopes: muito obrigado, **Leitor 1!**

[Comentário 6]

Leitor 1: Lindo. Parabéns ao **Leandro Lopes** pela autoria da foto.

Leandro Lopes :)

[Comentário 7]

Leitor 1: Parabens **Leandro Lopes!** Mestre!!! ☐

Leandro Lopes: muito obrigado, **Leitor 1!** 😊

O vídeo não possui link de direcionamento para nenhuma publicação no site do jornal ou outra plataforma digital (como Youtube, por exemplo). A categoria neste caso é sociabilidade. As interações são em tom elogiável por parte dos leitores, e de gratidão por parte do jornal, em tom ameno, representado na maioria dos comentários pelo coordenador de Jornalismo Digital.

Post 26:

Na postagem das 22h44min, a descrição apresenta a frase “#matériacompleta Brasil chega a três jogos sem vencer e iguala sequência máxima de partidas sem vitória na Série B do Brasileiro. Da outra vez foi no 1º turno, diante da derrota para o Ceará e empates contra Sampaio Corrêa e Náutico. Agora, um empate contra Paysandu e duas derrotas para Luverdense e Criciúma. Próximo jogo é sábado, 24, contra o Tupi em Juiz de Fora (MG)” e o título “Sinal de

alerta ligado”. São 30 curtidas, um compartilhamento e nove comentários. A matéria é da editoria de Esportes. O Jornal interagiu em um deles.

Leitor 1: que sinal ?? sinal de burrice de quem escreveu... o brasil ta correndo risco de cair??? acho que nao...fala serio..

Leitor 2: Sinal de alerta pela possível saída do g4, só pode.. Mas nosso campeonato sempre foi o de chegar aos 46 pontos.. E até o jogo do Sampaio já alcançaremos essa marca!

Diário Popular: Leitor 2 matou a charada. Obrigado pela participação de todos

Leitor 3: O lugar do Xavante é na Terceirona! 😂😂😂

Leitor 4: Cuida do teu timeco **Leitor 3**... Que só joga 4 meses no ano..... Só aceita e assiste..... Recalque é demais... Kkkkkkkkk

Leitor 3: Xavante o terceiro maior time de pelotas 😂😂😂😂😂😂

Trata-se de afetação – argumento. O jornal utilizou como título uma frase que dá margem a diversas interpretações – “Sinal de alerta ligado” –, ao que os leitores mostraram irritação por acharem que o Diário Popular estaria se referindo a uma possível queda de série do time, quando, supostamente, seria a sua saída do G4. Porém, não é possível precisar a real intenção do veículo com o texto. Outro leitor, entretanto, tentou esclarecer o fato indicando que o “Sinal de alerta pela possível saída do g4, só pode”, o que foi depois corroborado pelo DP: “Matou a charada”. Nesta mensagem, observamos racionalidade. Ainda neste *post*, houve também comentários de torcedores do Pelotas que provocaram seus adversários – “O lugar do Xavante é na Terceirona!” e “Xavante o terceiro maior time de Pelotas” –, já aqui percebemos ironia.

As postagens dos dias 17 e 18 não tiveram interações por parte do jornal.

Post 27:

No dia 19, o jornal publicou em sua página no Facebook a coluna semanal do Editor-chefe do Diário Popular, Pablo Rodrigues, às 10h, descrevendo-a desta forma: “A partir desta segunda até quinta-feira, as senhas serão distribuídas exclusivamente para os assinantes; de sexta até a próxima segunda, para o restante do público”; e com o título: “Frente a frente com os candidatos”, referindo-se ao debate entre os candidatos à prefeitura de Pelotas, realizado pelo jornal. O link do *post* é direcionado para a Coluna de Opinião no site do jornal. São sete curtidas, nenhum compartilhamento e um comentário, no qual o leitor questiona “**Diário Popular**, esse debate terá transmissão ao vivo pelo Facebook? [#ficaadica](#)”, e o jornal responde “Terá

sim! **Leitor 1**". O leitor agradece com um símbolo "\o/". Consideramos essa como uma interação de prestimosidade.

Post 28:

Às 12h30min, também do dia 19 de setembro, foi postada uma charge do cartunista Luiz Cazo, responsável pelas charges publicadas diariamente nas edições impressa e digital do Diário Popular. Com 50 curtidas, 28 compartilhamentos e dois comentários, sendo que em um deles houve uma interação.

Leitor 1: olá , achei aqui a maneira mais rápida pra falar com vcs **Diário Popular** sobre um acidente ocorrido no final da manhã na esquina das ruas ANTONIO DOS ANJOS X ANCHIETA , recorde em acidentes , liguei pra sua reportagem , mas não fui atendida , então se ainda não ficaram sabendo , o que é improvável, resolvi avisa-los pra quem sabe mais uma reportagem a respeito dessa esquina mortal . Agradeço .

Diário Popular Olá, **Leitor 1!** Já sabemos, sim. Temos até fotos. Só estamos no aguardo de algumas confirmações de informação da BM. Quando precisar entrar em contato, tente o (53) 3284 7069. Muito obrigado pela sua atenção! 😊

Leitor 1: Agradeço eu esperando notícias pra quem sabe secretarios e engenheiros de transito tomem , desta vez, alguma providencia cabível , isto é , um semáforo urgente.

Temos um exemplo em que o leitor está alertando o jornal para um problema recorrente, que são os acidentes em determinado cruzamento da cidade. O DP agradece o aviso e o leitor sugere que seja trabalhada a questão em uma pauta específica, pois, ao que parece, moradores daquela região estão à espera de uma resposta da prefeitura. Trata-se de prestimosidade.

Post 29:

No dia 20, a postagem das 11h43min teve 304 curtidas, 51 compartilhamentos e 15 comentários. O jornal interagiu em um deles. A descrição da publicação diz "Após uma longa negociação da Brigada Militar com o suspeito G.B.C, 38 anos, ele acabou rendido" e traz o título "Homem mantém duas mulheres em cárcere privado durante quatro horas no Capão do Leão". A matéria é da editoria de Polícia.

Leitor 1: Os estagiários do diário popular não sabem dar noticia exata pois ainda estão estagiando

Diário Popular Bom dia **Leitor 1**. Não sou estagiária e as informações foram repassadas pela Brigada Militar de Pelotas e do Capão do Leão. Obrigado pela participação.

Aqui temos afetação – argumento. O leitor mostra-se impaciente com o que foi noticiado, porém, não explica os motivos. Utiliza-se de ironia e denomina, de forma pejorativa, como “estagiário” o profissional que redigiu a matéria. O que podemos inferir com a mensagem do usuário é de que, em seu julgamento, um estudante de jornalismo não é capaz de escrever um bom texto. O jornal, por sua vez, também parece não estar muito aberto a críticas e responde direta e rispidamente, sem contra-argumentar sobre a atuação de um estagiário.

Não é possível delimitar com precisão se este leitor caracteriza-se como o mesmo citado por Leandro Lopes durante a entrevista realizada para essa dissertação. Contudo, vale lembrar que o jornal utilizou como estratégia para inibir esse tipo de comentário o envio de mensagens afetuosas ao leitor que fazia críticas às postagens. Como os *posts* são de setembro de 2016 e a entrevista foi realizada com o coordenador em novembro de 2017, talvez durante esse período tenha ocorrido o que foi supracitado. Conforme contou-nos Leandro, a estratégia teve sucesso e atualmente o leitor elogia, brinca, e virou “amigo” da equipe.

Post 30:

No dia 21, às 7h26min, foi postada uma foto e a seguinte descrição “Bom dia!A um dia da Primavera, o dia em Pelotas começa com muita neblina – é preciso ficar atento no trânsito – e temperatura de 13.4°C. Segundo o ClimaTempo, a quarta será de sol com algumas nuvens. A máxima pode chegar aos 21°C”. Não há link de direcionamento para matéria no site do Diário Popular. Foram 121 curtidas, 12 compartilhamentos e sete comentários. O jornal interagiu em um deles.

Leitor 1: Ta faltando paisagem bonita aí? Vocês sempre mostram esses prédios e muitas vezes com os fios de postes junto...fica feio gntcaprichem mais!

Diário Popular: Obrigado pela dica **Leitor 1**, mas a única proposta da imagem é ilustrar a previsão do tempo, como a neblina de hoje mais cedo, e não as paisagens da cidade.

Leitor 1: Compreendo, mas sei que pode ter imagens mais bonitas pra se mostrar neblina... E isso é uma crítica construtiva, sei que Pelotas é muito linda e pode ser mais explorada!

Diário Popular: **Leitor 1** Aceitamos colaboração dos leitores no envio de imagens.

O leitor faz o que chama de crítica construtiva e o jornal parece não receber muito bem. Claro exemplo de afetação – argumento de ambas as partes, devido ao tom que utilizam ao expressarem-se. Destaca-se, contudo, que tanto o leitor quanto o jornal procuram diminuir a afetação nos comentários seguintes, apresentando justificativas para suas posições e propondo soluções para a questão das paisagens expressas nas fotografias.

Post 31:

Às 10h20min do dia 21 de setembro, houve a publicação com a descrição “A cidade ficará sem transporte coletivo na madrugada e no início da manhã; integrantes das Centrais Sindicais farão piquetes em frente às empresas de ônibus” e título “Trabalhadores de Pelotas podem parar na quinta-feira em Dia Nacional de Mobilização”. A matéria é da editoria de Geral. Foram 962 curtidas, 1.231 compartilhamentos – o post com maior número de compartilhamentos dentre todos analisados neste trabalho – e 131 comentários. Houve interação em um comentário.

Leitor 1: Alguém pode postar a notícia, por favor? Afinal, começou hoje a paralisação ou é amanhã?

Diário Popular Essa paralisação começa amanhã. **Leitor 1.**

Leitor 2: A partir da 00:00 de hoje

Leitor 3: E será até que horas?

Leitor 4: Até as 10

Leitor 5: A partir de hoje às 00. Horas

Leitor 6: Palhaçada

Este *post* pode ser classificado na categoria prestimosidade. O leitor solicitou que alguém inserisse a matéria e questionou detalhes sobre o fato. O jornal, então, esclareceu a sua dúvida.

Na quarta semana, de 22 a 28 de setembro, foram 105 publicações, as quais o jornal interagiu em seis *posts*, o que representa interação em 5,7% das 105 publicações.

Tabela 4 - Publicações e interações na quarta semana

Dia	Publicações	Interações por <i>post</i>
22/9 – quinta-feira	17	1 <i>post</i>
23/9 – sexta-feira	15	Sem interação
24/9 – sábado	9	Sem interação
25/9 – domingo	9	1 <i>post</i>
26/9 – segunda-feira	15	1 <i>post</i>
27/9 – terça-feira	22	3 <i>posts</i>
28/9 – quarta-feira	18	Sem interação
	105	6

Fonte: Elaborada pela autora

Post 32:

Na quinta-feira, dia 22, às 16h49min, foi publicada a descrição “Aos 33 anos, meia pelotense Daniel Carvalho anuncia saída do Goiás e pode deixar os gramados em definitivo”, com o título “Daniel Carvalho deixa o Goiás e sinaliza nova aposentadoria”. Trata-se de uma matéria da editoria de Esportes. O *post* teve 24 curtidas, nenhum compartilhamento e três comentários⁴⁷. O jornal interagiu em um deles, em que o leitor afirma que “Leva pra trabalhar no diário popular , se merecem”, e o Diário Popular responde: “Realmente, **Leitor 1**, seria um bom reforço pro time de futebol da firma. Não conseguimos bons resultados nos últimos amistosos. Abraço! 😊”. O usuário replica com a seguinte frase: “Realmente , Daniel , nem o diário , onde falta profissionais na área esportiva te quer pra trabalhar , somente nas peladas beneficentes da redação. Abraços !”.

O comentário do leitor demonstra uma certa agressividade, ao que o jornal parece tentar temporizar e faz uma brincadeira com o time de futebol da equipe do DP. O mesmo leitor responde de forma menos agressiva dirigindo-se ao jogador Daniel Carvalho, sem que haja novas interações dentro deste comentário. Trata-se de afetação – passionalidade, em que o leitor, tocado, comenta com um certo ódio, desdém do jornal.

A sexta e o sábado, 23 e 24, não registraram interações por parte do Diário Popular.

⁴⁷ Os dados referentes a primeira semana foram coletados nos dias 29 e 30 de outubro de 2016.

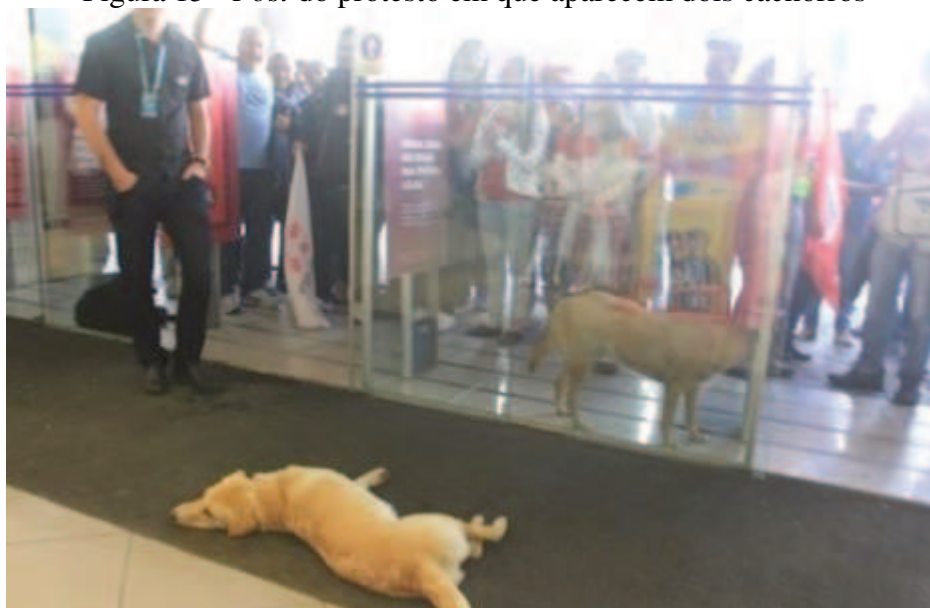
Post 33:

No domingo, dia 25 de setembro, o jornal interagiu no *post* das 21h27min, que tem como descrição “Brechó das Proteloucas movimentou o domingo com muita solidariedade em Pelotas. A renda recolhida será revertida em favor dos grupos de proteção animal para despesas dos animais resgatados nas ruas” e título “Uma festa para os donos e seus pets”. A matéria é da editoria de Geral. Foram 173 curtidas, 21 compartilhamentos e oito comentários, com interação em um destes: “Agrademos a participação tb do **Diário Popular** divulgando nosso evento, que foi um sucesso, mts outros virão e vamos melhorando a cada vez” e a resposta: “Vocês merecem! ❤️”. Identificamos esta como uma interação de sociabilidade, que apresenta tom leve, tranquilo, demonstrando gratidão de ambos os lados.

Post 34:

No dia 26, foi publicada a foto de um cachorro com a seguinte descrição: “Esta imagem saiu na fotonotícia da nossa edição conjunta. Ficamos sabendo hoje que cãozinho que está deitado na foto é o Beethoven. Ele está perdido e foi reconhecido pelos donos, que estão à procura e vieram até o Diário Popular. O Beethoven acompanhou o protesto do Dia da Mobilização Nacional na sexta-feira, no centro da cidade. Quem tiver alguma informação sobre o paradeiro dele, pode entrar em contato com a dona Vanda pelos números (53) 4141 2611 ou (53) 8444 8325”. O *post*, das 9h11min, não tem direcionamento para matéria no site do Diário Popular. Foram 243 curtidas, 91 compartilhamentos e 31 comentários. O jornal interagiu em dois.

Figura 15 - *Post* do protesto em que aparecem dois cachorros



Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

[Comentário 1]

Leitor 1: Lugar de cachorro é dentro de um patio bem fechado e não em protesto de baderneiros desocupados..

Diário Popular: Ele escapou de casa e se perdeu, **Leitor 1**. Não estava protestando. A causa dele é voltar pra casa, não aderir a qualquer paralisação contrária ou favorável a qualquer movimento.

Leitor 2: Tem gente que perde a oportunidade de ficar calado..aff

Leitor 3: Pior !!!!

Leitor 4: Quanta ignorância !!! Como disseram , o cachorro escapou e se perdeu .. isso pode acontecer com qualquer um !!! E deus deu uma vida pra cada um , cada um cuida da sua ... Baderneiros ? As pessoas estão lutando por seus direitos , cada um luta da maneira que pode ... Da próxima vez **Leitor 1** , vai atrás do cachorro e ajuda , e não vem criticar o que os outros fazem para ajudar ...

Leitor 5: Meu pai! Aquele momento que a falta de interpretação é notável.

Leitor 6: Tem cada idiota que não tem o que fazer ,e fica falando besteira ,tipo este tal de **Leitor 1**

Leitor 7: Em boca fechada ã entra mosca. Cala-te

Leitor 8: Eita povo que não entende uma ironia

Leitor 9: Hahahaha!! Segundo o colega, este cão é muito politizado!

Leitor 10: [Figura de cachorro]

[Comentário 2]

Leitor 1: Na foto tem dois cães... qual deles é o Beethoven?

Leitor 2: **Leitor 1** na publicação diz que é o cão que está deitado

Diário Popular: O deitadinho, **Leitor 1**.

Leitor 1: Ah ta... valeu!

Conforme percebemos durante a análise, existe um apelo emocional sempre que a pauta da matéria e/ou do *post* é relativa a animais, e nesta situação não é diferente. Pelos comentários, é possível notar a sensibilização das pessoas. No comentário 1, há afetação – passionalidade, em que, embora exista um pouco de ironia, prevalece o passional, tanto por parte do leitor 1, que critica o fato de o cachorro estar em “protesto de baderneiros desocupados”, quanto de outros leitores que criticam o tom utilizado pelo leitor 1 em seu comentário (“Em boca fechada não entra mosca, cala-te!”). O Diário Popular posiciona-se defendendo o cachorro. No comentário 2, há interação de prestimosidade.

Post 35:

Às 9h do dia 27, a postagem do Diário Popular em sua página no Facebook, em que houve interação do jornal com os leitores, tem como descrição a frase: “Realizada em parceria com o Theatro Guarany, a iniciativa encerra a cobertura especial prévia do Jornal para as eleições municipais”. O título é o seguinte: “Debate promovido pelo Diário Popular terá transmissão ao vivo pelo Facebook a partir das 14h desta terça”. A matéria é da editoria de Política. Foram 256 curtidas, 69 compartilhamentos e 21 comentários. O jornal interagiu eu dois.

[Comentário 1]

Leitor 1: O vídeo vai ficar aqui na página para quem não puder ver ao vivo neste horário, **Diário Popular?**

Diário Popular: Vai sim, **Leitor 1!** Já realizamos alguns testes. Tudo certo!

Leitor 2: Eu tbm não posso ver ao vivo. Verei depois casa.

Leitor 3: Muito bom!!

[Comentário 2]

Leitor 1: Qnd e??? N consigo veh

Diário Popular: No Theatro Guarany. Ao vivo pelo Facebook do DP

Leitor 2: Hoje 14.00hs Guarani ou transmitido pelo fec

Leitor 1: Ok! Obrigado

Em ambos os comentários, as interações são de prestimosidade, pois presta um serviço, esclarece dúvidas dos leitores.

Post 36:

O vídeo com a transmissão ao vivo do debate dos candidatos à prefeitura de Pelotas, promovido pelo jornal, foi postado às 15h06min do dia 27 de setembro, e contou com 8 mil comentários. Dentre os *posts* analisados, foi o que registrou o maior número de comentários no mês. A descrição da postagem diz “Confira como foi a transmissão ao vivo do debate do Diário Popular com os candidatos à prefeitura de Pelotas. #DebateDP”. Foram 1,7 mil curtidas, 281 compartilhamentos e 28 mil visualizações⁴⁸. O vídeo não tem direcionamento para o portal.

Nesta ocasião, o jornal não interagiu diretamente com determinado leitor, mas postou nos comentários, dirigindo-se a quem estava assistindo a transmissão ao vivo, de forma simpática, agradecendo a companhia e a paciência dos leitores em razão de problemas técnicos na exibição. Também explicou: “Nossa proposta de fazer o debate ao vivo é para levar as propostas dos candidatos ao maior número de pessoas possível. Pedimos desculpa pelas falhas, estabilizamos agora. As críticas são bem vindas. Elas não trazem solução, mas são bem vindas”. Ainda, questionou se os leitores estavam gostando do debate e anunciou um intervalo.

Os leitores fizeram algumas reclamações sobre a qualidade da transmissão, sobre a organização do debate, discutiram política e falaram das mais diversas formas sobre os candidatos. Se fôssemos analisar os comentários dos leitores, sem a interação do jornal, teríamos as três categorizações: afetação, prestimosidade e sociabilidade. Porém, o objetivo é analisar somente os comentários em que o jornal interagiu e neste caso a interação foi puxada pelo Diário Popular.

Observando a postura do jornal, também podemos utilizar as três categorias. Sociabilidade, ao agradecer a paciência e a companhia dos leitores. Afetação – argumentação, ao dizer que as críticas não trazem solução, apesar de serem bem-vindas. E prestimosidade, ao avisar os leitores sobre um intervalo, questionando-os se estão gostando do debate e avisando que retornam após intervalo.

⁴⁸ Os dados referentes a quarta semana foram coletados nos dias 29 e 30 de outubro de 2016.

Figura 16 – Diário Popular interagindo em um *post*

Fonte: Coleta de dados feita pela autora (<http://facebook.com/diariopopular>)

Post 37:

No mesmo dia, às 22h59min, foi a vez de publicar sobre o trabalho da equipe do jornal para a transmissão do debate com os candidatos em Pelotas: “Transmissão ao vivo teve mais de 55 mil pessoas alcançadas no Facebook durante o o evento realizado no Theatro Guarany”; “Trabalho intenso e repercussão positiva”. A matéria é da editoria de Política. Foram 122 curtidas, três compartilhamentos e dez comentários. O jornal interagiu em dois.

[Comentário 1]

Leitor 1: Poderiam lançar o video da transmissao por aqui pra quem não pode ver como eu :/

Diário Popular: **Leitor 1** o vídeo está na nossa linha do tempo. Mas podes ver por aqui: <https://www.facebook.com/pg/diariopopularRS/videos/...>

Leitor 1: Muito Obrigado!! 😊

[Comentário 2]

Leitor 1: Como 55 em todo tempo em q estive já sempre foram 1.400 no ápice algo não bate.

Diário Popular: 55 mil de alcance da publicação **Leitor 1**. 1.400 é o número de visualizações simultâneas. Grande abraço!

A interação no primeiro comentário é de prestimosidade. Já no segundo, o leitor parece desconfiar do número apresentado pelo jornal, no que se refere ao alcance do vídeo, ao que o

Diário Popular explica. Podemos classificar também como prestimosidade, embora percebemos traços de afetação – argumento. A prestimosidade prevalece pelo serviço prestado, o esclarecimento da desconfiança do leitor.

Na quinta semana, que compreendeu os dias 29 e 30 de setembro, foram 35 publicações, em que o jornal interagiu em uma delas, o que representa 2,8% de interação dos 35 *posts*.

Tabela 5 - Publicações e interações na quinta semana

Dia	Publicações	Interações
29/9 – quinta-feira	18	Sem interação
30/9 – sexta-feira	17	1 <i>post</i>
	35	1

Fonte: Elaborada pela autora

Post 38:

A postagem das 22h54min do dia 30 de setembro tem como descrição “Sozinho(a) ficavam seus avós. Em outubro, em Pelotas, viúvos, separados, divorciados e solteiros em geral terão direito à uma balada apenas para seus pares – que ainda encontraram. Clique no link e leia a matéria <http://bit.ly/2dydbbQ>” e título “Um encontro à moda antiga”. Foram 45 curtidas, 45 compartilhamentos e 13 comentários⁴⁹.

Um leitor escreve “Quero ir..mas não consigo ver a matéria”, e o jornal responde “Aqui, **Leitor 1:** 1º Encontro Regional para Viúvos, Divorciados e Separados Dia: 11 de outubro, às 20h Local: Fênix Eventos, localizado na rua Félix da Cunha, 464 Valor: R\$ 30,00 o ingresso antecipado e R\$ 50,00 na hora Mais informações podem ser obtidas pelos telefones (53) 9168-9860 e (53) 8478-0353”. A postagem redireciona para uma matéria da editoria Geral. Trata-se de uma interação de prestimosidade. Em razão das limitações de acesso ao site, o leitor queixa-se e, ao invés de outro leitor colar a matéria nos comentários, como notamos em outras publicações, o próprio jornal repassou as informações sobre o evento, prestando o serviço ao leitor.

⁴⁹ Os dados referentes a quinta semana foram coletados no dia 30 de outubro de 2016.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das categorias de interação que propomos e da classificação que fizemos, juntamente com a análise no capítulo anterior e a descrição de cada uma das 38 publicações em que houve interações entre jornal e leitor, pretendemos agora tecer as considerações finais desta dissertação. Ressaltamos que essa discussão é uma sequência do que foi visto no capítulo 4, principalmente na transcrição da entrevista e nos subcapítulos 4.3 e 4.3.1.

Observamos que as interações foram maiores nas duas primeiras semanas do mês, em 12 *posts* na primeira e 11 na segunda, totalizando 23 das 38 publicações, o que representa 60,52% do total de interações nas publicações. Por outro lado, calculando as 60 interações por comentários, foram 32 neste período. Isso equivale a 53,33%. Ou seja, interagiu em mais *posts*, porém, não tantas vezes.

Percebemos também que o jornal interagiu com seus leitores em 11 *posts* com fotos ou vídeos e sem link de direcionamento para o site. Seguido por publicações com encaminhamento para matérias no site das seguintes editorias:

- Polícia: sete;
- Geral: seis;
- Esportes: seis;
- Política: quatro;
- Economia: uma;
- Cultura e entretenimento: uma;
- Coluna de opinião: uma;
- Caderno Tudo: uma.

Entretanto, é importante ressaltar que o assunto tratado nos comentários, e que, muitas vezes, gera interação entre jornal e leitores (ou vice-versa), nem sempre é o abordado na publicação. Frequentemente acontece de a pauta ser uma e o teor da conversação ser totalmente diferente do conteúdo apresentado. Isso ocorreu nove vezes. Também, em algumas publicações, os leitores apontam supostos erros, o que aconteceu quatro vezes.

Durante o período coletado, os dois feriados do mês de setembro (dias 7 e 20), somados aos finais de semana, que foram quatro, portanto, oito dias, temos 10 dias em que o movimento na redação foi menor. Desta forma, julgamos interessante observar com atenção maior como foram as interações nestes dias, uma vez que o profissional está trabalhando em um ambiente vazio ou com a presença de poucos colegas. Em feriados e finais de semana, o jornalista geralmente tem menos tarefas, logo, acreditamos, deveria possuir mais tempo para interagir.

Porém, o que constatamos é que isso não é uma regra. Dos 10 dias, em quatro não existiram interações. Inclusive, no final de semana que compreende os dias 17 e 18, o jornal não realizou nenhuma interação.

Outro ponto que precisamos ressaltar é o perfil de quem está trabalhando em determinado momento. Alguns profissionais atuam mais fortemente no contato com os leitores do que outros. Gostam disso e sentem-se seguros para fazê-lo. Como interagir não é uma tarefa obrigatória da equipe, podemos levar em consideração que neste final de semana a dupla de trabalho⁵⁰ poderia não ter este perfil, portanto, não houve interações com os leitores. Em contrapartida, quem trabalhou no feriado do dia 7 interagiu em quatro *posts*, conforme nos mostra a tabela abaixo.

Tabela 6 - Interações em finais de semana e feriados

Dia	Número de interações por <i>post</i>
3/9 – sábado	1 <i>post</i>
4/9- domingo	1 <i>post</i>
7/9 – quarta-feira	4 <i>posts</i>
10/9 – sábado	Sem interação
11/9 – domingo	3 <i>posts</i>
17/9 – sábado	Sem interação
18/9 – domingo	Sem interação
20/9 – terça-feira	1 <i>post</i>
24/9 – sábado	Sem interação
25/9 – domingo	1 <i>post</i>
	12 <i>posts</i>

Fonte: Elaborada pela autora

Um detalhe que precisamos reforçar é que foram 38 *posts*, mas como aqui classificamos as interações por comentário – uma vez que o jornal interage com os leitores em algumas publicações em mais de um –, temos um total de 60 interações. Contudo, destacamos que, destas, cinco foram puxadas pelo jornal em um mesmo *post* (o de número 36), que foi o de transmissão ao vivo do vídeo relativo ao debate dos candidatos à prefeitura de Pelotas. Neste

⁵⁰ Pela ocasião da coleta, realizada em setembro de 2016, a equipe contava ainda com quatro jornalistas, mais dois da equipe de impresso que faziam os plantões, portanto, seis pessoas que se dividiam em três duplas para um final de semana de trabalho e dois de folga. Neste período, a redação não funcionava de forma integrada.

caso, classificamos os cinco comentários conjuntamente como pertencentes às três categorias, conforme expusemos os motivos durante a categorização e análise do referido *post* no capítulo anterior. A classificação completa pode ser melhor visualizada na tabela a seguir. Destacamos que, quando aparece mais de uma classificação na tabela, isso se deve à quantidade de interações por *post*. Exemplificando: no *post* de número 2 tivemos três classificações, cada uma corresponde a um comentário diferente em que o jornal interagiu, comentário 1, comentário 2 e comentário 3, respectivamente.

Tabela 7 – Classificação das interações

Post	Curtida	Comentário	Compartilhamento	Data	Categoria de interação
(1)	191	5	32	1º/9	Prestimosidade
(2)	2 mil	73	424	2/9	1º) Afetação– passionalidade 2º) Sociabilidade 3º) Prestimosidade
(3)	1,2 mil	46	455	3/9	1º) Sociabilidade 2º) Sociabilidade
(4)	775	35	49	4/9	1º) Sociabilidade 2º) Sociabilidade 3º) Sociabilidade 4º) Prestimosidade 5º) Sociabilidade
(5)	672	14	114	4/9	Prestimosidade
(6)	262	14	45	5/9	1º) Afetação – argumento 2º) Prestimosidade
(7)	57	8	11	6/9	Prestimosidade
(8)	56	4	3	6/9	Afetação – passionalidade
(9)	42	3	13	7/9	Sociabilidade
(10)	733	58	245	7/9	Sociabilidade
(11)	935	75	734	7/9	Prestimosidade
(12)	438	44	90	7/9	Afetação – argumento
(13)	17	3	0	8/9	Afetação – argumento
(14)	319	2	11	9/9	Prestimosidade
(15)	153	7	4	11/9	Sociabilidade
(16)	517	43	106	11/9	Afetação – argumento
(17)	136	27	0	11/9	Afetação – passionalidade
(18)	19	1	1	12/9	Prestimosidade
(19)	89	7	20	12/9	Prestimosidade
(20)	560	85	159	12/9	1º) Afetação – argumento 2º) Afetação – passionalidade

(21)	456	32	137	13/9	Prestimosidade
(22)	488	24	55	14/9	Afetação – argumento
(23)	706	170	124	14/9	Sociabilidade
(24)	64	13	14	15/9	Prestimosidade
(25)	1,2 mil	69	741	16/9	1º) Sociabilidade 2º) Sociabilidade 3º) Sociabilidade 4º) Sociabilidade 5º) Sociabilidade 6º) Sociabilidade 7º) Sociabilidade
(26)	30	9	1	16/9	Afetação – argumento
(27)	7	1	0	19/9	Prestimosidade
(28)	50	2	28	19/9	Prestimosidade
(29)	304	15	51	20/9	Afetação – argumento
(30)	121	7	12	21/9	Afetação – argumento
(31)	962	131	1.231	21/9	Prestimosidade
(32)	24	3	0	22/9	Afetação – passionalidade
(33)	173	8	21	25/9	Sociabilidade
(34)	243	31	91	26/9	1º) Afetação – passionalidade 2º) Prestimosidade
(35)	256	21	69	27/9	1º) Prestimosidade 2º) Prestimosidade
(36)	1,7 mil	8 mil	281	27/9	1º) Prestimosidade 2º) Sociabilidade 3º) Afetação argumento 4º) Prestimosidade 5º) Sociabilidade
(37)	122	10	3	27/9	1º) Prestimosidade 2º) Prestimosidade
(38)	45	13	45	30/9	Prestimosidade

Fonte: Elaborada pela autora

A partir da classificação dos 55 comentários em que a interação foi iniciada pelo leitor, tivemos:

- Afetação – argumento: nove vezes; afetação – passionalidade: seis vezes;
- Prestimosidade: 21 vezes;
- Sociabilidade: 19 vezes.

Em alguns casos, mais de uma categoria poderia ter sido empregada, porém, a proposta é destacar qual se sobressai. Portanto, quando acreditamos que a interação se aplica a mais de uma categoria, relatamos no subcapítulo 4.3.1, mas não somamos aos resultados de quantificação para que os dados apresentados neste trabalho não se tornem confusos.

Com base nos números descritos, percebemos que as categorias de prestimosidade e sociabilidade se destacam pelo número de vezes em que aparecerem, 21 e 19 respectivamente. Já a categoria de afetação resulta em 15 vezes, somadas as subcategorias argumento e passionalidade. Estas, no entanto, se notabilizam pelo apelo que geralmente contêm, independentemente de caracterizarem-se como argumento ou passionalidade, pois são comentários que costumam trazer sentidos mais fortes por parte dos leitores, como ódio, polêmica, racionalidade e ironia. Por sua vez, os sentidos demonstrados pelo jornal, em alguns casos, são de impaciência, rispidez e dificuldade em reconhecer o erro, porém, a maneira como o Diário Popular se manifesta nestes tipos de interações é, geralmente, buscando esclarecer a colocação do leitor, por vezes mal formulada.

Quatro, de seis postagens da editoria de Esportes, tiveram comentários em que a classificação que se sobressaiu foi de afetação. Em três tivemos passionalidade e em uma, argumento. Observamos que em uma matéria da editoria de polícia os comentários foram acerca do tema futebol, resultando em duas interações (em comentários diferentes) do jornal com os leitores. Cada interação entrou em uma subcategoria de afetação: argumento e passionalidade. Outro detalhe é que a matéria do cachorro que invadiu o gramado durante a partida entre Goiás e Brasil de Pelotas foi publicada no caderno Tudo, o que não sabemos se ocorreu por se tratar de um assunto que não tinha como foco o futebol, e sim o fato curioso envolvendo o cãozinho, ou se por engano. Nesta publicação tivemos interações em três comentários, os quais receberam as seguintes classificações: afetação – passionalidade, prestimosidade e sociabilidade.

De uma maneira geral, os números solidificam o que já havíamos relatado neste trabalho. Quando o assunto é esporte, principalmente futebol, existe paixão. Mexe com a sensibilidade das pessoas que, movidas por razão e emoção, manifestam seus sentimentos de forma um tanto explosiva, como podemos comprovar pelos sentidos que observamos emergirem através dos comentários. São palavras de baixo calão, xingamentos que revelam fúria e, muitas vezes, violência. Tudo o que acontece ligado a futebol é, a exemplo do que coloca Quéré (2005), marcante e de grande impacto para esses leitores, logo, a importância conferida a estes acontecimentos é alta por parte destes atores.

Por outro lado, é preciso reconhecer que existe união por parte das pessoas que comentam nestas publicações. São torcedores, a maioria do Brasil de Pelotas, e isso fica explícito pela unidade que demonstram ter no *post* de número 20 da editoria de Polícia, em que o assunto era um jovem que foi espancado na cidade de Canguçu e estava em estado grave em um hospital de Pelotas. Como já citamos no exemplo no final do terceiro capítulo, aparentemente os leitores do comentário 2 estão organizados por um deles. Em rede, eles fazem

diversas marcações de outros leitores, torcedores do Xavante, e esculacham o jornal. Isso reforça a ideia de Recuero (2012) sobre a construção de capital social, em que determinados leitores (atores) são populares perante a um grupo, apresentando notabilidade e liderança frente aos demais.

O Diário Popular, por sua vez, manifestou respeitar a opinião dos leitores, afirmando que não iria banir ninguém. Agradeceu a participação e, quando questionado se o fato era mesmo verdade (do ocorrido em Canguçu), respondeu com uma pergunta e um conselho: “Por que inventariamos algo triste assim, amigo? Seja consciente”. As pautas de futebol sobressaem-se pela repercussão e, quanto à questão do capital social construído através destas conversações, é perceptível, primeiro porque as pessoas demonstram conhecer-se, mesmo que somente pelas redes sociais digitais. Conforme coloca Camponez (2012, p. 36-37) os leitores “se reconhecem com base em valores e interesses construídos e recriados localmente, a partir de uma vivência territorialmente situada”. Segundo, por também se legitimarem nos acontecimentos jornalísticos locais, ressignificando-os, através dos comentários – espaço em que aparentam ter essa proximidade, pelo menos, por uma característica que aqui observamos, que é serem atravessadas pela paixão por um time de futebol, o Xavante⁵¹. Essa, aliás, é uma das poucas particularidades dos leitores que ficam evidentes em nossa pesquisa – a paixão por um time de futebol, uma vez que não sabemos outros interesses e realidades pelos quais são atravessados. O futebol, de certa forma, aflora as razões e emoções.

Com relação à ressignificação dos acontecimentos através dos comentários, isso aparece pela forma como se expressam. Como podemos observar e, conforme ratificou o coordenador de jornalismo digital do Diário Popular, para os leitores, os redatores da matéria são sempre do time adversário. Esse tipo de manifestação calorosa é usual e constante na grande parte dos comentários que analisamos nas pautas da editoria de Esportes, cujo tema sempre é futebol. Apesar de algumas amenidades, elas geralmente vêm servidas com pitadas de homofobia “Fallow Xava Gay”, como é de praxe em disputa de sentidos que envolvem torcedores de futebol. O jornal, por sua vez, não entra no mérito dessa questão e, parece, evita ir além. Reafirmamos a nossa colocação, conforme explicitado no capítulo dois, de que não existe 100% de imparcialidade e isenção por parte de quem elabora o material a ser divulgado. Seja com relação ao esporte, política ou qualquer outra área, a bagagem cultural e social de um indivíduo está sempre presente, mesmo que implicitamente. Entretanto, é preciso reconhecer que

⁵¹ Cabe ressaltar que durante o mês da coleta, setembro de 2016, o Brasil de Pelotas estava disputando partidas pela série B do campeonato Brasileiro de futebol.

exageros acontecem e as pessoas se deixam levar pelo encantamento que têm sobre determinada coisa, seja ela um time de futebol ou um partido político.

Outro caso em que a passionalidade apareceu foi na publicação da foto de um cachorro que estaria perdido. A imagem é do animal deitado durante uma mobilização e o jornal informou que seus donos estariam a sua procura, inclusive divulgaram nomes e telefones para que as pessoas pudessem ajudá-los. Entretanto, o primeiro leitor a comentar o fez de maneira um tanto agressiva dizendo que lugar de cachorro é dentro de um pátio bem fechado, e não em protesto de “baderneiros desocupados”. Neste caso, o jornal não se omitiu e respondeu enfaticamente que o cão teria escapado de casa e se perdeu. “Não estava protestando. A causa dele é voltar para casa, não aderir a qualquer paralisação contrária ou favorável a qualquer movimento”. Aqui percebemos firmeza e descontentamento por parte do Diário Popular, que algumas vezes reage de forma a parecer impaciente.

Além da pauta da editoria de Polícia em que os comentários foram sobre futebol - mencionada acima, notamos que as editorias de Polícia e Política se destacam na subcategoria argumento. Política, não pelo número de vezes em que aparece, mas por referir-se a um caso curioso que relatamos durante a classificação. Jornal e um mesmo leitor tiveram uma grande discussão por comentários em dois *posts* diferentes, os de número 12 e 13 – um de Política e outro de Economia, sobre o mesmo assunto: política. Foi a maior (em termos de quantidade de comentários) interação por parte do Diário Popular. Aqui, observamos uma certa relutância por parte do DP em reconhecer um erro que teria cometido na matéria.

Precisamos esclarecer que não foi possível compreender exatamente o motivo do erro, mas devido a contradições por parte do jornal, em contraponto a um leitor insistente e questionador, evidencia-se que houve algum tipo de deslize no material. Não podemos afirmar qual de fato foi o erro e a razão para os comentários sobre um mesmo assunto terem sido feitos pela mesma pessoa no sistema de comentários de dois *posts* diferentes. Talvez para chamar atenção sobre o seu argumento ou quem sabe receio de que a publicação fosse apagada. Os comentários neste *post*, de alguma forma, ecoam críticas às práticas jornalísticas e à cultura profissional, algumas vezes reticente na admissão e mesmo reparação dos erros cometidos pela redação. Para Bourdin (2001, p. 178), “o localismo procede um pouco por rupturas e muito mais por recentralização no lugar, precisamente acentuando a localização e reconstruindo novas lógicas a partir dela”. Esse embate, no plano local, devido à proximidade, parece tornar a questão mais aguda.

O fato de terem utilizado uma foto (conforme consta na figura 17 – *Post* de Política na página do Facebook do Diário Popular) da candidata à prefeitura de Pelotas com o número da

sigla em profundidade de campo, também levanta a dúvida do leitor quanto a não inserção de imagem na matéria publicada no site. O jornal está noticiando algo negativo para a candidata, e não de forma a lhe favorecer, como parece insinuar o leitor, entretanto a fotografia poderia ser uma propaganda subliminar e reforçar a sua imagem. Por outro lado, se fosse essa a intenção, por que o Diário Popular não colocaria a mesma foto na matéria do site? Para não expor a candidata? Como esta foi a única publicação envolvendo um postulante ao paço municipal, em que houve interação entre leitor e jornal, não temos parâmetros para analisar o tratamento dado aos demais candidatos. Contudo, fica a dúvida: teria o jornal não interagido em outras publicações de matérias de política para evitar polêmicas⁵² e discussões? Visto que se estava em um mês (setembro) de campanhas políticas e às vésperas das eleições para prefeitura e câmara de vereadores.

As demais aparições da subcategoria argumento são em Polícia, a maioria. Dentre os comentários, observamos uma discussão acerca de um termo que teria sido utilizado de forma incorreta por parte do jornal. Três pessoas chamaram a atenção do periódico para o possível erro. O DP agradeceu ao trio, porém, outros leitores argumentaram de forma contrária e o jornal não modificou e nem se manifestou novamente a este respeito.

Em outra publicação, notamos sentidos de indignação com o Diário Popular, que não teria mostrado a imagem dos rostos de assassinos à época de um crime que chocou o município e que nos serviu de exemplo no capítulo dois, quando tratamos dos vínculos de proximidade no interior. Um famoso empresário da cidade teria mandado assassinar sua ex-esposa, em 2003. No referido *post*, de número seis, a repulsa se deve ao fato de o leitor acreditar que o DP não havia mostrado os criminosos anteriormente – “Parece piada, né?” –, ao que o jornal responde rispidamente, “Não, não parece”.

Percebemos também um certo atrito entre leitor e jornal em razão de as fotos utilizadas em algumas publicações do Diário Popular serem de prédios com postes e fiação aparecendo (“Fica feio gente, caprichem mais”). Não chegamos a encontrar em nosso empírico as frases tais e quais as ditas por Leandro Lopes, durante a entrevista, como utilizadas nessas situações de afetação: “Não é assim, amigo” e/ou “Leia a matéria de novo, amigo”. Porém, observamos frases semelhantes e a utilização da palavra “amigo” algumas vezes:

“A publicação não desceu, amigo Leitor 1”;

“Não serás bloqueado, amigo Leitor 1 😊 Respeitamos a opinião de nossos leitores”;

⁵² O jornal é frequentemente associado a políticos de direita, uma vez que fundadores, bem como alguns cotistas da empresa têm histórico de ocupação em cargos públicos na política (como prefeito, vereador (a) e deputado (a)) pelo Partido Progressista.

“As informações foram apuradas, amigo Leitor 1. Estamos torcendo pela recuperação do jovem”.

E, também, algumas com o mesmo sentido, a exemplo da recém citada resposta dada ao leitor que reclamou de o cachorro estar “participando de uma mobilização” e em outro caso de pauta de futebol: “Meu caro, tu leste a matéria? Abraço!”.

As frases citadas acima podem ser maneiras de o veículo tentar contemporizar reações mais abruptas dos leitores. A utilização da palavra “amigo” parece ser mais uma forma de buscar a simpatia de quem está lendo. Fazer com que ele sinta o jornal próximo a si, como quem está dizendo “Somos amigos, não vamos brigar”. Até porque existe essa preocupação por parte do jornal, como vimos no capítulo quatro e que também pode ser conferida na entrevista disposta no Apêndice A. Por outro lado, a pessoa pode se indignar com esse tratamento: “Me chamando de amigo? Quem esse jornal pensa que é?”; “Que intimidade toda é essa?”. Todas são reações possíveis e que podem desencadear comentários carregados de sentidos mais fortes. Contudo, em nossa observação ficou claro que o jornal, na maioria das vezes, tenta contemporizar as afetações. A forma mais usual é explicando o motivo pelo qual utilizaram o que está sendo alvo de crítica, o que foi corroborado pela fala do coordenador de jornalismo digital. Mesmo que, algumas vezes, com certa rispidez na resposta, eles tentam atenuar com a utilização de um *emoji* ou como no exemplo do final do parágrafo anterior, mandando um abraço.

As exceções acontecem quando o DP se exime de responder algum comentário preconceituoso ou tem dificuldade em reconhecer um erro. No primeiro caso talvez se deva ao fato do que foi colocado por Leandro Lopes quando perguntado sobre quais comentários não eram respondidos. “O que não vai ser respondido é a ignorância. A ignorância não merece ser combatida, porque a gente não vai mudar o pensamento de ninguém”. Mesmo afirmando que todo mundo erra e reconhecendo que alguns leitores já tiveram razão, no caso da pauta de Política que utilizamos como exemplo há pouco, parece que não foi o que aconteceu. Com relação à dúvida sobre o termo correto em outra matéria (homicídio ou feminicídio), o jornal concordou inicialmente em utilizar a segunda opção, mas devido a explicações de outros leitores pareceu voltar atrás e não explicou o motivo. Talvez tenha ocorrido uma falha por parte do Diário Popular em checar qual a nomenclatura que deveria ser aplicada e esclarecer o fato aos leitores. Seguindo o raciocínio de Alsina (2009), essas publicações resultam da interpretação de quem as produz. Acrescentamos a esta ideia, novamente, os filtros pessoais e a história de cada um e, por mais que se tenha a crença na imparcialidade jornalística, acreditamos, esta não existe. O profissional pode tentar isentar-se ao máximo, mas nunca irá

fazê-lo por completo, pois faz parte do que ele é, suas ideologias e bagagens pessoais. Por outro lado, é preciso reconhecer que em alguns casos o jornal admite que errou. Como quando na véspera do feriado de sete de setembro, em que escreveu sexta-feira quando na verdade era terça-feira. Um leitor chamou atenção para o equívoco e o DP respondeu de forma amistosa “Ops, terça. Fomos tomados pelo espírito pré-feriado. 😊”

O que observamos durante todo o processo de categorização e análise, e foi confirmado por Lopes, é que o jornal tenta conquistar a simpatia do leitor. Se preocupa com isso. Como discuramos antes, a utilização da palavra amigo é uma dessas formas, uma vez que existe a proximidade territorial, que é a que nos interessa trabalhar nesta pesquisa. Como complementação do que vimos no segundo capítulo sobre a identificação dos perfis de proximidade, consideramos que os leitores se sentem próximos uns dos outros e também do jornal, assim como o jornal ressalta levar isso em conta.

As pessoas se identificam pelos temas tratados que são parte do seu cotidiano, da sua cidade. Se reconhecem no que lhes é apresentado e sentem-se à vontade para interagir com o jornal. Conforme explicado por Leandro, eles se preocupam em dar atenção a essas pessoas. Existe essa familiaridade exposta nas interações, mas também confirmada por Lopes, no que diz respeito à forma como as pessoas interagem. Para além do Facebook, os leitores utilizam-se ainda de e-mail, Whatsapp e idas à redação do jornal em busca de um contato mais pessoal, pois se sentem parte disso, é algo que lhes é comum, familiar e existe este acolhimento pelo veículo.

Mesmo diante de alguns xingamentos e ofensas que, inevitavelmente, é o que se sobressai e mais chama a nossa atenção nestes 38 *posts*, precisamos reconhecer que existem muitas trocas de gentilezas. Isso se comprova pelo fato de terem sido 21 interações de prestimosidade e 19 de sociabilidade. Claro que precisamos levar em conta de que o jornal pode evitar interagir mais frequentemente em pautas mais duras, com apelo maior para violência e polêmicas. Porém, levando em conta o nosso recorte, confirmamos o que foi demonstrado por Leandro Lopes na entrevista. Existe sim preocupação com a aceitação dos leitores. Isso fica consolidado também nas interações de sociabilidade, na qual existem várias trocas de gentilezas entre ambos.

Sempre que elogiado, o jornal agradece. Parabeniza um leitor pela ocasião de seu aniversário. Utiliza-se de *emojis* sorridentes, corações. A forma de investimento em conquistar a atenção e, porque não dizer, o carinho do leitor, é através de pautas mais leves. Nem sempre dá certo. Conforme explicou Lopes, além dos elogios também existem as críticas. A forma de responder seria o que traz esse diferencial, pois a estratégia é tentar trazer os leitores para perto

do jornal. Mostrar humanização da marca para que os leitores tenham a certeza de que não estão interagindo com uma máquina que tem respostas prontas, frias. Outra confirmação do que disse o coordenador da equipe de jornalismo digital é que há preocupação por parte do Diário Popular em esclarecer as dúvidas dos leitores. Muitos questionamentos, alguns que nem tinham relação com o assunto de determinado *post*, foram respondidos. O próprio jornal colocou a resposta nos comentários de uma publicação na qual um leitor solicitou, uma vez que a matéria estava restrita a assinantes do site. Existe prestimosidade por parte do jornal com seu público e isso é frequente, segundo dados da nossa análise.

Talvez o fato de prestimosidade e sociabilidade se evidenciarem e, juntas, somarem 40 interações durante o período observado, se deva às escolhas do jornal. Com relação aos sentidos observados nas interações de prestimosidade e sociabilidade, percebemos urbanidade, polidez, carinho, gratidão, afeto, solidariedade, presteza, disponibilidade, respeito, atenção e afabilidade. Tínhamos, dentre os objetivos específicos, avaliar os acontecimentos que mobilizam o jornal a interagir com seus leitores. Acreditamos que isso não se relacione necessariamente ao acontecimento em si e, sim, à forma como o leitor se manifesta, o assunto que ele propõe ao jornal na interação. Percebemos que o DP interage em situações que preveem:

a) Esclarecer as dúvidas dos leitores quanto a assuntos gerais, de caráter informacional, a exemplo de horários de funcionamento de um estabelecimento, dia em que algum evento irá se realizar e prestações de serviços em geral;

b) Quando os leitores elogiam, são corteses, reconhecem alguma potencialidade do jornal, fazem alguma brincadeira tranquila, oferecem fotos, se solidarizam por alguma causa, ou, como disse Leandro Lopes, “*dão uma apalpadinha*”;

c) Em algumas situações de críticas que julgam infundadas, como as das pautas de futebol e polícia. Quando se sentem injustiçados pelos comentários dos leitores. E em casos nos quais os leitores interpretam de forma diferente a mensagem que o jornal quis passar com a matéria.

Dessa forma, acreditamos que as interações por parte do Diário Popular se devem mais aos comentários dos leitores do que ao acontecimento propriamente dito. Quando o acontecimento tem potencial para se tornar um acontecimento jornalístico, ele vira notícia. Se for local, vai para a página do Facebook e chega aos leitores que o recebem de formas variadas. Se o assunto é futebol ou relacionado às editorias de Polícia ou Política, tem mais potencial de afetar os leitores que, nestes casos, tendem a reagir de forma mais forte, abrupta. Quéré (2005, p. 70) defende que “[...] é através da sua apropriação por indivíduos ou por coletivos que o acontecimento adquire a sua identidade e a sua significação própria”. Ou seja, os

acontecimentos afetam as pessoas de diferentes maneiras e o modo como uma pessoa irá comentar em uma publicação se deve a isso, a forma como ela é afetada. Ainda segundo o autor, o acontecimento “desencadeia reações e respostas que podem, ou não, serem apropriadas”. (*Ibid.*, p. 61).

O que observamos com certa frequência nos comentários, principalmente quando há afetação, é a presença de respostas que talvez não sejam as mais adequadas, pois estão carregadas de sentidos que simbolizam ódio. Os leitores parecem, algumas vezes, perder o controle e, através de ofensas e xingamentos, acabam não sendo respondidos pelo jornal, e a interação com o meio se cessa aí. Afinal, conforme os parâmetros adotados pelo Diário Popular, sem que haja uma normativa específica para tal, não se deve “combater a ignorância”. E a violência, mesmo que de ordem simbólica, pode ser considerada uma ignorância.

Acreditamos que as interações são motivadas, muito, pela questão territorial, no sentido de pertença. O leitor faz parte daquele lugar, daquela região, conhece o Diário Popular desde que nasceu e, como pertencente à cultura local, se sente à vontade para comentar e discutir com o jornal e com outras pessoas a respeito do que ali lê. Os acontecimentos lhe são próximos e estão presentes em seu cotidiano de alguma forma. Seja o desfecho de um assassinato sob qualquer perspectiva, o tratamento dado a seu time do coração – e que ele geralmente discorda, ou até aquelas fotos de animais que despertam nele o desejo de deixar um comentário, opinar, fazer uma piadinha ou criticar a postura do jornal perante a algum fato. O leitor se reconhece naquela realidade, mesmo que discorde da forma como ela é tratada e lhe é passada pelo veículo. As conversações algumas vezes são síncronas, outras assíncronas, não existe um padrão. Da mesma forma que alguns laços estabelecidos parecem mais fortes e outros mais fracos. Um *post* pode repercutir dias ou apenas algumas horas. Algumas interações revelam mais capital social, carregam polêmicas, indignações, fúrias.

O sistema de comentários do Facebook permite que as pessoas se apropriem daquele espaço para fazerem seus julgamentos, mostrar descontentamento, xingar quem e o que quer que seja, tirar dúvidas, trocar afagos, fazer um elogio ou uma crítica, lamentos, desabafos, apelos sociais. Insultar o jornal, os jornalistas e os estagiários, muitas vezes citados de forma pejorativa (“estagiários baba ovo da dupla gre-nal”), afinal, aquele lugar lhes pertence. Faz parte de algo que ele acompanhou a vida toda, direta ou indiretamente, que é o jornal Diário Popular. Watzlawick, Beavin e Jackson (1967) questionam o motivo de um relacionamento existir em face de um sofrimento. Por qual razão essas relações perduram e seus participantes acomodam-se a elas? A resposta dada pelos autores se baseia em “motivação, satisfação de necessidades, fatores sociais ou culturais, ou outros elementos determinantes que, embora

claramente subentendidos, são tangenciais para esta exposição”. (*Ibid.*, p. 118). Mesmo muitas vezes furiosos, os leitores retornam e seguem comentando as publicações na página do Facebook do Diário Popular. Acreditamos que isso se deva à afirmação, construção de capital social, reconhecimento por determinado grupo, assim como os laços que possui com os demais leitores e sentimento de pertença territorial.

Apresentamos nesta dissertação um *corpus* relativamente grande. De um universo de 466 publicações, o nosso recorte teve uma abrangência de 38 *posts*, que foram aqueles em que houve interação entre leitor e jornal. Propusemos uma categorização com base na forma que observamos se darem essas conversações entre os interagentes analisados e, a partir disso, acreditamos que essa categorização possa servir de base para outros estudos, como também a sua ampliação. Novas categorias podem emergir, conforme as relações de um dado veículo com seus leitores. Talvez possa haver convergência destas categorias e até exclusão, pois acreditamos que cada localidade e/ou região do país tenha seus aspectos próprios a serem analisados e observados especificamente.

No caso deste estudo o que se destacou foram características próprias da proximidade, que aqui trabalhamos com o foco voltado para a perspectiva geográfica. O jornalismo de proximidade tem estabelecido com seu público uma relação pautada por sentimentos como o de pertencimento e identificação, que reforçam a importância do jornalismo de interior para as suas populações. Acreditamos que esta temática tenha relevância nas pesquisas de jornalismo, uma vez que, potencializado pelo jornalismo em redes digitais, temos um tema atual que pode render outros desdobramentos, como por exemplo o perfil e o comportamento dos leitores que interagem diariamente nas publicações. Que sentidos revelam os comentários destes atores sociais em diferentes *posts*? Ou ainda, quais as publicações que determinado ator costuma comentar e o que isso pode revelar?

Acreditamos na relevância de se pesquisar questões locais e regionais, pois percebemos através do nosso objeto empírico e dessa análise, que as pessoas são parte dessa realidade e que, mesmo muitas vezes criticando, elas têm a compreensão de serem ouvidas e de que são elas que tornam popular determinado acontecimento. Para além disso, o debate é acerca da realidade da qual fazem parte.

Este trabalho suscitou outras curiosidades, mas que não tivemos como trabalhar em razão do tamanho já expressivo deste *corpus*, entretanto destacamos que, para estudos futuros, possam servir de análise com outros recortes, as publicações que o jornal não interage e as indagações dos leitores que não são respondidas, ou ainda, qual a postura adotada por leitores e jornal em *posts* de determinada editoria?

Os processos de interação na página do Facebook do Diário Popular são importantes tanto para os leitores, que têm ali um local que lhes confere voz e vez, quanto para o jornal, que, mesmo algumas vezes de forma negativa, tem um reconhecimento ao trabalho que é desenvolvido, principalmente, para o público da cidade de Pelotas e região Sul do Rio Grande do Sul. Quando falamos em reconhecimento, não nos referimos a condecoração, mas sim à averiguação e/ou verificação. Ou seja, boa parte das pessoas que ali estão ou que por ali passam, deixam suas impressões, não mostram indiferença, e esta é uma forma de identificação com o que é local e regional.

Os acontecimentos que geraram *posts* e comentários, apesar de terem naturezas distintas, reforçam pressupostos oriundos das teorias em foco nesse trabalho, de que se tornam acontecimentos a partir de suas potências de afetação. Em um ambiente jornalístico de proximidade e de conectividade em rede, postulamos que essas potências possam ser transformadoras, desde que se encontrem formas de se transpor os limites percebidos nessa pesquisa, pelas categorias agenciadas: um processo efetivamente criador, em que as interações e participações possam compor narrativas jornalísticas mais complexas.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miguel Rodrigo. **A construção da notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009.

AMARAL, Victor Manuel dos Santos. **Temas e fontes na Imprensa Regional da Cidade de Guarda**. 2006. 170f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação), Universidade do Minho, Braga, 2006.

ANTUNES, Elton. Temporalidade e produção do acontecimento jornalístico. **Em Questão**. Porto Alegre, v. 13, n. 1, p. 25-40, 2007.

AQUINO BITTENCOURT, Maria Clara. **Convergência Midiática e Redes Digitais: Modelo de análise para pesquisas em comunicação**. Curitiba: Appris, 2017.

AULETE, Caldas. **Dicionário Digital**. Disponível em: <<http://www.aulete.com.br/>>. Acesso em: 12 nov. 2017.

AZONASUL. Associação dos Municípios da Zona Sul. Municípios. **Site institucional**, Pelotas, 2018. Disponível em: <<http://www.azonasul.org.br/Municipios>>. Acesso em: 27 jan. 2018.

BACHELARD, Gaston. **A epistemologia**. Lisboa: Edições 70, 2001.

BARABÁSI, Albert. **Linked**. Cambridge: Plume, 2003.

BARAN, Paul. **On Distributed Communications: I. Introduction to Distributed Communications Networks**. Santa Monica: The Rand Corporation, 1964. Disponível em: <https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_memoranda/2006/RM3420.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2018.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital e a informação de proximidade: O caso dos portais regionais, com estudo sobre o UAI e o iBAHIA**. 2002. 305 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2002.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Notícias e Mobilidade: Jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: LabCom Books, 2013. p. 33-54.

BARBOSA, Suzana. Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em Interação com a Convergência Jornalística. **Revista de la Sociedad Española de Periodística**, v. 1, 2008. p. 87-106.

BARBOSA, Suzana. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In: FLORES VIVAR, J. M.; RAMÍREZ, F. E. (Eds.). **Periodismo Web 2.0**. Madrid: Editorial Fragua, 2009. p. 271-283.

BELCHIOR, Antonio Carlos. **A palo seco**. [S.I., 1976]. Disponível em: <<https://www.letras.mus.br/belchior/44448/>>. Acesso em: 18 jan. 2018.

BENETTI, Márcia. O jornalismo como acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento, mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010. p. 143-164.

BERGER, Christa; TAVARES, Frederico. Tipologias do acontecimento. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento, mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010. p.121-142.

BLUMER, Herbert. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, C. D. **Teoria da comunicação: textos básicos**. São Paulo: Mosaico, 1980. p. 119-138.

BOURDIEU, Pierre et al. A profissão de sociólogo. Preliminares epistemológicas. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999.

BOURDIN, Alain. **A questão local**. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

BRAGA, José Luiz. Aprender Metodologia ensinando Pesquisa: incidências mútuas entre Metodologia Pedagógica e Metodologia Científica. In: LOPES, Maria Immacolata Vassallo de; PEIXOTO DE MOURA, Cláudia. (Orgs.). **Pesquisa em Comunicação – Metodologias e Práticas Acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. p. 77-98.

BRASIL. Presidência da República. Secretaria de Comunicação Social. **Pesquisa brasileira de mídia 2015: hábitos de consumo de mídia pela população brasileira**. Brasília: Secom, 2014. 153 p. Disponível em: <<http://www.secom.gov.br/atuacao/pesquisa/lista-de-pesquisas-quantitativas-e-qualitativas-de-contratos-atuais/pesquisa-brasileira-de-midia-pbm-2015.pdf>>. Acesso em: 03 jul. 2016.

BRASIL. Lei nº 13.425, de 30 de março 2017. Estabelece diretrizes gerais sobre medidas de prevenção e combate a incêndio e a desastres em estabelecimentos, edificações e áreas de reunião de público; altera as Leis nºs 8.078, de 11 de setembro de 1990, e 10.406, de 10 de janeiro de 2002 – Código Civil; e dá outras providências. **Diário Oficial da União**. Brasília, 30 de março de 2017. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2017/lei/L13425.htm>. Acesso em: 10 maio 2017.

BRASIL. Lei complementar nº 131, de 27 de maio de 2009. Acrescenta dispositivos à Lei Complementar nº 101, de 4 de maio de 2000, que estabelece normas de finanças públicas voltadas para a responsabilidade na gestão fiscal e dá outras providências, a fim de determinar a disponibilização, em tempo real, de informações pormenorizadas sobre a execução orçamentária e financeira da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios. **Diário Oficial da União**. Brasília, 27 de maio de 2009. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LCP/Lcp131.htm>. Acesso em: 23 dez. 2017.

BUENO, Thaísa. **Para que servem os comentários de leitores na Internet?** Estudo sobre a utilidade da ferramenta nos sites de notícias a partir da estrutura do dispositivo e do modo de apropriação do internauta e do veículo. 2015. 265 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, 2015.

CAMPONEZ, Carlos. **Jornalismo de Proximidade: Rituais de comunicação na imprensa regional**. Coimbra: Minerva, 2002.

CAMPONEZ, Carlos. Jornalismo regional: proximidade e distâncias. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In: CORREIA, João Carlos (Org.). **Ágora Jornalismo de Proximidade: limites, desafios e oportunidades**. Covilhã: Labcom Books, 2012. p. 35-48.

CASTELLS, Manuel. **Comunicación y poder**. Madrid: Alianza Editorial, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: A era da informação: economia, sociedade e cultura**. v.1. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CÉZAR, Gustavo Buss. **Critérios de Noticiabilidade: Uma releitura frente à nova relação espaço-temporal da Sociedade em Rede**. 2010. 155 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, 2010.

CÉZAR, Gustavo Buss. **As notícias e seus critérios na perspectiva da Rede**. 2014. 198 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, 2014.

CHARAUDEAU, Patrick. **O Discurso das Mídias**. São Paulo: Editora Contexto, 2009.

CORREIA, Fernando. Jornalistas sobre pressão. **Jornalismo & Jornalistas**, n. 52, out./dez., p. 6-17, 2012.

COSTA, Caio Túlio. Um modelo de negócio para o jornalismo digital: Como os jornais devem abraçar a tecnologia, as redes sociais e os serviços de valor adicionado. **Revista de jornalismo ESPM**, abr./jun., p. 52-115, 2014.

COUTO, Patrícia Fonseca. **Ciberjornalismo regional: Aproveitamento das potencialidades da web**. 2010. 80 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo e Ciências da Comunicação) – Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação, Universidade do Porto, Porto, 2010.

DALMASO, Silvana. **Jornalismo e Relevância: O discurso dos leitores dos jornais de referência no Facebook**. 2017. 212 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2017.

DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo “Comunitário” em cidades do interior: Uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião dos leitores**. Porto Alegre: Sagra Luzzato, 2004.

DORNELLES, Beatriz. O localismo nos jornais do interior. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, v. 17, p. 237-243, 2010.

DORNELLES, Beatriz. A expansão do jornalismo colaborativo pede mudanças no ensino dos critérios de noticiabilidade. In: FÓRUM NACIONAL DE PROFESSORES DE JORNALISMO (FNPJ); ENCONTRO SUL-BRASILEIRO DE PROFESSORES DE

JORNALISMO; ENCONTRO PARANAENSE DE ENSINO DE JORNALISMO, 2013, Ponta Grossa. **Anais...** Ponta Grossa: Universidade Estadual de Ponta Grossa, 2013.

FERNANDES, Mário Luiz. **A força do jornal do interior**. Itajaí: Univali, 2003.

FERNANDES, Mário Luiz. A proximidade como valor notícia na imprensa do interior. In: ASSIS, Francisco (Org.). **Imprensa do Interior: Conceitos e contextos**. Chapecó: Argos, 2013. p. 103-136.

FERREIRA, Paulo. O custo das não-decisões na imprensa local e regional em Portugal. **Revista Comunicação e Sociedade**, Braga, v. 7, p. 153-180, 2005. Disponível em <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1215>>. Acesso em: 19 mar. 2017.

FRANCO, Augusto. Topologias de Rede. Texto publicado em **Cartas de Rede Social**. 2008. Disponível em: <<https://jfblogs.wordpress.com/2010/08/30/topologias-de-rede-augusto-de-franco/>>. Acesso em: 07 jan. 2018.

FRANÇA, Vera. O acontecimento e a mídia. **Galaxia**, São Paulo, n. 24, p. 10-21, dez. 2012.

GARCIA, Xosé López. **Ciberperiodismo en la proximidad**. Sevilla: Comunicación Social, 2008.

GARCIA, Xosé López. Realidades e desafios do ciberjornalismo de proximidade. In: JERÓNIMO, Pedro (Org.). **Media e jornalismo de proximidade na era digital**. Covilhã: Labcom.IFP, 2017.

HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: o mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Vega, 1993.

HAMILTON, Fernando Arteché. **Caiu na Rede é Notícia: Uma Análise Sociológica do Webjornalismo**. 2002. 122 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia Política) - Programa de Pós-Graduação em Sociologia, Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, 2002.

HARTMANN, Nadja. **Diáriadamanha.com (Passo Fundo): um estudo de caso de jornalismo on-line na imprensa do interior do RS**. 2011. 213 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Programa de Pós-graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), Porto Alegre, 2011.

HEINRICH, Ansgard. **Network journalism: journalistic practice in interactive spheres**. New York: Routledge, 2011.

HENN, Ronaldo. **El ciberacontecimiento: producción y semiosis**. Barcelona: Editorial UOC, 2014.

HENN, Ronaldo. O acontecimento em sua dimensão semiótica. In: BENETTI, Marcia; FONSECA, Virgínia (Orgs.). **Jornalismo e acontecimento, mapeamentos críticos**. Florianópolis: Insular, 2010. p. 77-93.

HENN, Ronaldo. Apontamentos sobre o Ciberacontecimento: o caso Amanda Tood. In: ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 22., 2013, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2013.

HENN, Ronaldo; GONZATTI, Christian; ESMITIZ, Francielle. Pussy made of steel: os sentidos inaugurados por um cartaz da Women's March na página Supergirl Brasil. **Revista Fronteiras**, v. 19, n. 3, 2017. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2017.193.11>>. Acesso em: 05 fev. 2018.

IBGE. Panorama de cidades. **Site institucional**, Brasília, 2018. Disponível em: <<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rs/pelotas/panorama>>. Acesso em: 23 jan. 2018.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**: a colisão entre os velhos e novos meios de comunicação. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry.; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão**: criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

JERÓNIMO, Pedro. **Ciberjornalismo de proximidade**: Redações, jornalistas e notícias online. Covilhã: Labcom.IFP, 2015.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, 2001.

LAGE, Nilson. Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas. **Revista Pauta Geral: Estudos em Jornalismo**, Ponta Grossa, v. 1, n. 1., jan./jul, p.20-25, 2014.

LEMOS, André. Anjos Interativos e Retribalização do Mundo. Sobre Interatividade e Interfaces Digitais. In: **Tendências XXI. Audiovisual, Telecomunicações, Multimedia, Dossiê Tele-visões**. Associação Portuguesa para o Desenvolvimento das Comunicações, Lisboa, n. 2, p. 19-29, set. 1997. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>>. Acesso em: 05 ago. 2017.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

MALDONADO, Alberto Efendy. **Metodologias de pesquisa em comunicação**: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2006.

MATTELART, Armand. **A Globalização da Comunicação**. Bauru: EDUSC, 2000.

McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda**: A mídia e a opinião pública. Petrópolis: Vozes, 2009.

MÍDIA NINJA. **Quem somos**. Disponível em: <<http://midianinja.org/quem-somos/>>. Acesso em: 05 jan. 2018.

MIELNICZUK, Luciana. **Interatividade no jornalismo Online**: O caso do NetEstado. 2003. 246 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, Universidade Federal da Bahia (UFBA), Salvador, 2003.

MIELNICZUK, Luciana; SILVEIRA, Stefanie C. Interação mediada por computador e jornalismo participativo nas redes digitais. In: PRIMO, Alex; OLIVEIRA, Ana Claudia de; NASCIMENTO, Geraldo Carlos do; RONSINI, Veneza Mayora (Orgs.). **Comunicação e interações**: Livro da Compós 2008. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008. p. 173–191.

MILLS, Charles Wright. **A imaginação sociológica**. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1975.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em Tempo Real: O Fetiche da Velocidade**. Rio de Janeiro: Renavan, 2002.

NAÇÕES UNIDAS NO BRASIL. **UIT: 3,7 bilhões de pessoas ainda não têm acesso à Internet no mundo**. 2017. Disponível em: <<https://nacoesunidas.org/uit-37-bilhoes-de-pessoas-ainda-nao-tem-acesso-a-internet-no-mundo/>>. Acesso em: 14 abr. 2017.

NIELSEN. **Brasileiros com internet no smartphone já são mais de 70 milhões**. 2015. Disponível em: <<http://www.nielsen.com/br/pt/press-room/2015/Brasileiros-com-internet-no-smartphone-ja-sao-mais-de-70-milhoes.html>>. Acesso em: 07 maio 2017.

NORA, Pierre. O regresso do acontecimento. In: Le GOFF, J. **Fazer História**. São Paulo: Bertrand, 1974.

PALÁCIOS, Marcos Silva. Jornalismo Online, Informação e Memória: Apontamentos para Debate. **Revista Agoranet**, Covilhã, v. 2, n. 1, p. 75-90, 2002.

PARISER, Eli. **O Filtro Invisível: O que a Internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PAVLIK, John. Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom Books, 2014. p. 159-184.

PEIRCE, Charles Sanders. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Past Masters, CD-ROM. EUA, IntelLex Corporation, 2002.

PERUZZO, Cicilia M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. **Revista Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, n. 43, p. 67-84, jan./jul. 2005.

PESSOA, Fernando. Mensagem. **Poema X Mar Português**. Edições Ática: Lisboa. 1959. Disponível em: <<https://www.pensador.com/frase/MTg4MTg2/>>. Acesso em: 18 jan. 2018.

POSSE, Ana Patrícia Fidalgo. **Ciberjornalismo à escala regional: Aproveitamento das potencialidades da Internet nos oito jornais com presença online activa dos distritos de Bragança e Vila Real**. 2011. 165 f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo e Ciências da Comunicação) – Departamento de Jornalismo e Ciências da Comunicação, Universidade do Porto, Porto, 2011.

PRIMO, Alex. Perspectivas interacionistas de comunicação: alguns antecedentes. In: PRIMO, Alex; OLIVEIRA, Ana Claudia de; NASCIMENTO, Geraldo Carlos do; RONSINI, Veneza Mayora (Orgs.). **Comunicação e interações**: Livro da Compós 2008. Porto Alegre: Editora Sulina, 2008. p. 9–15.

PRIMO, Alex (Org). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

QUÉRÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos, Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, n. 6, p. 59-76, 2005.

REBELO, José. Prolegómenos à narrativa mediática do acontecimento. **Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação**, Lisboa, n. 8-9, 2006.

RECUERO, Raquel. Warblogs: os Blogs, a Guerra no Iraque e o Jornalismo Online. **Verso e reverso**, v. 17, n. 23, 2003.

RECUERO, Raquel. Teoria das Redes e Redes Sociais na Internet: Considerações sobre o Orkut, os Weblogs e os Fotologs. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004, Porto Alegre. **Anais...** Porto Alegre: Intercom, Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2004.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. **A conversação em Rede**: Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet. Porto Alegre: Sulina, 2012.

RIBEIRO, Elisa Antônia. A perspectiva da entrevista na investigação qualitativa. **Evidência: olhares e pesquisa em saberes educacionais**, Araxá, n. 04. p. 129-148, 2008.

ROBERTSON, Roland. **Globalisation: Social theory and global culture**. Londres: Sage, 1992.

RODRIGUES, Adriano. O acontecimento. In TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: teorias, questões e estórias**. Lisboa: Vega. 1993. p. 27-33.

RUSSELL, Adrienne. **Networked, a Contemporary History of News in Transition**. Cambridge: Polity Press, 2011.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: LabCom Books, 2014. p. 25-52.

SALAVERRÍA, Ramón.; AVILÉS, José.; MASIP, Pere. Concepto de convergência periodística. In GARCÍA, Xosé López; FARIÑA, Xosé Pereira (coord.). **Convergência Digital: reconfiguración de los médios de comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade, Servizo de Publicacións e Intercambio Científico, 2010.

SALLES, Silvana. **Teoria dos grafos oferece ferramentas para neurocientistas**. 2015. Disponível em: <<http://ciencia.usp.br/index.php/2015/12/03/1232/>>. Acesso em: 19 dez. 2017.

SANTAELLA, Lucia. **Navegar no ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, Milton. **Da totalidade ao lugar**. São Paulo: Edusp, 2005.

SEIBT, Taís. **Redação Integrada: A experiência do jornal Zero Hora no processo de convergência jornalística**. 2014. 139f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), São Leopoldo, 2014.

SILVA, Gislene. Para pensar critérios de noticiabilidade. **Revista Estudos em Jornalismo e mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 95-106, 2005. Disponível em: <<http://200.144.189.42/ojs/index.php/estudos/article/viewFile/5931/5402>>. Acesso em: 24 abr. 2017.

SOARES, Rita; SANTOS, Alice. Telejornalismo no contexto da cibercultura: Whatsapp como suporte para produção de conteúdo. **Revista de Comunicação e Cultura na Amazônia**, Belém, v. 3, n. 1, p. 130-157, 2017.

TECHTUDO. **Facebook domina ranking de redes sociais mais usadas no mundo**. 2017. Disponível em: <<https://www.techtudo.com.br/noticias/2017/07/facebook-domina-ranking-de-redes-sociais-mais-usadas-no-mundo.ghhtml>>. Acesso em: 30 dez. 2017.

TECMUNDO. **O que é algoritmo?**. 2009. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/programacao/2082-o-que-e-algoritmo-.htm>>. Acesso em: 07 maio 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS. **Cesar Victora ganha prêmio Gairdner de Saúde Global**. Disponível em: <<http://ccs2.ufpel.edu.br/wp/2017/03/28/cesar-victora-ganha-premio-gairdner-de-saude-global/>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS. **Estudos – Coorte 1982**. Disponível em: <http://epidemiologia-ufpel.org.br/site/content/coorte_1982/index.php>. Acesso em: 16 abr. 2017.

VIEIRA, Livia; CHRISTOFOLETTI, Rogério. Métricas, ética e “cultura do clique” no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do não fo.de. **Estudos de Jornalismo**, n. 5, v. 1, 2015. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/11346/9189>>. Acesso em: 28 dez. 2016.

ZAGO, Gabriela. **Circulação e Recirculação de Narrativas do Acontecimento no Jornalismo em Rede: A Copa do Mundo de 2014 no Twitter**. 2014. 218 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS), Porto Alegre, 2014.

ZAMIN, Angela. **Nos jornais um típico acontecimento atípico: O caso Angostura em diários latino-americanos de referência**. 2012. 278 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Ciências da Comunicação, Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos), São Leopoldo, 2012.

ZERO HORA. **Pesquisador da Ufpel é o cientista brasileiro mais citado no google acadêmico.** Disponível em: <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/noticias/planeta-ciencia/noticia/2015/05/pesquisador-da-ufpel-e-o-cientista-brasileiro-mais-citado-no-google-academico-4764800.html>>. Acesso em: 16 abr. 2017.

WATZLAWICK, Paul; BEAVIN, Janet Helmick; JACKSON, Don D. **Pragmática da comunicação humana:** um estudo dos padrões, patologias e paradoxos da interação. São Paulo: Cultrix, 1967.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** Lisboa: Presença, 1999.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** 3. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

APÊNDICE A – ENTREVISTA COM O COORDENADOR DE JORNALISMO DIGITAL DO DIÁRIO POPULAR

A entrevista foi realizada com o jornalista Leandro Siqueira Pereira Lopes, no dia 3 de novembro de 2017, na sede do jornal. Aqui transcrevemos tal e qual foram as perguntas e respostas. Sem correções de palavras e/ou expressões.

Como são definidas as matérias que vão para o Facebook?

A gente tenta colocar todas as matérias do site nas redes sociais até para disponibilizar para os leitores, para os internautas assim, né? Porque muita gente não vai acabar clicando na editoria de economia do jornal, mas se a matéria é interessante é na rede social que ela vai chamar mais atenção. A gente tem o histórico de visitas do site ali e mesmo assim, mesmo que não seja fraca a visitação do site, ainda é a rede social que chama pra ele. Então a gente tenta colocar tudo, absolutamente tudo o que é produzido aqui. Matéria de agências, coisas assim a gente não coloca. Pra dar um exemplo mais atual, hoje mesmo estavam falando que o Trump está ameaçando o estado Islâmico. Por mais que a gente coloque isso no site, não é uma coisa que a gente vai chamar em rede social, não porque não é um material nosso, mas é um material que está em outras mídias maiores, né? E não é nossa intenção de forma alguma querer competir nesse sentido. Acho que a gente valoriza tudo o que é local, tudo o que é local, produzido aqui, a gente coloca no Facebook, a exceção de artigos, claro.

Existe um número mínimo ou máximo de posts a serem feitos por dia? Quantos?

Não. A gente tenta colocar um a cada uma hora no máximo. Extrapolando uma hora para não ficar parado. Tanto no site quanto no Facebook e Twitter. De uma em uma hora no site e nas redes sociais a mesma coisa. O que for factual a gente vai encaixando no meio, sem problema algum. Em dias cheios como hoje que está acontecendo mais coisas, pois teve um empresário que foi resgatado, depois um problema no Laranjal, agora falta de água não sei aonde. A gente acaba tendo mais assiduidade. Mas, o mínimo é uma nova matéria a cada uma hora.

Vocês fazem planejamento de publicações por horário?

Começa às 7h e vai indo de acordo com o necessário. A gente vê todo o jornal impresso e pega tudo o que é factual primeiro para evitar colocar, por exemplo, às 13h um evento que comece às 14h. Se tem jogo de futebol amanhã, colocamos a matéria hoje à noite.

Utilizam-se de métricas?

Sim. Eu tenho feito bastante isso. A gente fez uma série sobre presídios agora, chamada “Encarcerados”, que foi bem interessante e que difere um pouco, porque a gente não tem mais tanta disponibilidade em função de restrições orçamentárias para viajar. Fizemos cinco viagens e trouxemos um material bem rico. Utilizamos todos os dias o horário da tarde, tipo meio-dia, 13h que é um horário com bom público para o Facebook do jornal ou à noite. Mas, a noite seria ruim porque as pessoas viram a matéria o dia todo no site. A gente analisa o que pode ser melhor sempre.

Possuem planejamento para tentar angariar mais assinaturas para o site, através do Facebook ou de outra Rede Social?

Sim. Para o Facebook e Twitter. A gente não está desenvolvendo isso de criação, na verdade quem está trabalhando nesse planejamento é o pessoal do marketing. Para que as pessoas vejam alguma coisa no impresso que chame por exemplo para um vídeo no site, galeria de fotos, essas coisas, não só disponível nas Redes Sociais, mas para o site.

Vocês medem as notícias que mais repercutem?

Sim. Inclusive no site tem as mais lidas. Estamos sempre acompanhando e brincamos entre nós sobre qual foi a mais lida da semana, porque fica a expectativa. Mas no geral a gente sabe o que vai bombar: futebol e tragédia.

Tomam alguma medida a partir disso? Tipo, se foto de um animal é algo que repercute bem vocês apostam nessa estratégia? (Dou o exemplo do cachorro que adentrou o campo na partida entre Goiás e Xavante e o post com as fotos da vaca no centro da cidade).

Não de forma programada, por exemplo, o cachorro funcionou, agora vamos a vaca. São coisas que vão acontecendo e realmente chamam a atenção, imagina a vaca foi no centro?! Teve um dia que eu estava lá no Guabiroba jogando futebol e vi uma família de porcos perto do Atacadão, atravessando a rua. Fotografei e postei no Facebook. Foram muitas curtidas e gente comentando. Vários dizendo que é normal, que eles vivem ali, mas a gente vive muito no centro e acaba perdendo essa vivência de bairro. Isso pra nós é interessante e pra muita gente também. Essas matérias de bicho dão bastante repercussão, inclusive na redação, pois quando recebemos algum material desse tipo o pessoal todo levanta e vem ver. A gente percebe muito as pessoas se marcando, como na da vaca, “Ah, miga. Não tinha te visto passeando no centro” é muita piada e sacanagem uns com os outros. Mas, a gente não foca nisso, tipo se o cachorro

deu certo, agora vamos colocar uma galinha. Tudo o que é inusitado a gente tenta trazer para a nossa realidade, justamente pra fugir das coisas pesadas: tragédia, incêndio, morte. Vamos rir, se alegrar um pouco. Eu tento bastante isso, até quando as pessoas criticam, tento responder de uma forma a puxá-las para o jornal. Tem o exemplo de um leitor que todos os dias ele botava defeito em alguma coisa, todo dia. E, geralmente ele não tinha razão. Ele já teve, claro, pois todo mundo erra. E ele ficava colocando “olha o estagiário fazendo isso de novo, olha o estagiário não sei o que” e a gente tentava responder. Quando ele não aparecia a gente chamava ele perguntando “Onde você está? Estamos com saudade”. E é um cara que veio aqui, começou a conversar conosco, então isso de puxar as pessoas para o nosso lado assim é uma coisa que vejo como importante por isso, para criar essas interatividades. Um cara que tanto criticava a gente, agora elogia, brinca e pra nós, bah, é um probleminha a menos.

Existe algum tipo de pauta que não entra no Facebook?

Só quando perde a factualidade mesmo. A gente evita só quando pode ser muito ruim. Temos acesso a muitos vídeos de câmeras de segurança, com cenas fortes, como por exemplo execuções e achamos que não tem necessidade desse tipo de exposição no Facebook. Mas, isso não é nem política da empresa é pensando nas famílias, porque eu acho que é importante ter esse respeito.

Quais tipos de comentários são respondidos?

Não temos nenhum estudo e nenhuma métrica pra isso. As redes sociais hoje em dia são ódio, né? As pessoas gostam de xingar ao léu. Geralmente quem responde sou eu. O que eu vejo que eu posso contornar. O que eu vejo que é uma crítica que não está certa. Se a pessoa não está falando Diário e palavrões, se ela não está nos xingando ao léu, se ela está fazendo uma crítica a reportagem, eu tento mostrar que aquilo ali foi feito por algum motivo, entendeu? Não é simplesmente por responder as pessoas. O que não vai ser respondido é a ignorância. A ignorância não merece ser combatida, porque a gente não vai mudar o pensamento de ninguém. Se o cara não gosta do Bolsonaro e tiver uma matéria sobre o Bolsonaro ali ele vai falar que o jornal é uma merda. Mas tipo, as pessoas como o leitor que eu falei antes, que todo dia ia lá e fazia uma crítica ao estagiário, por exemplo, essas pessoas a gente responde, porque achamos que vale a pena. A gente tenta responder todas as pessoas que tem dúvidas sobre qualquer coisa. Mesmo que esteja na matéria e a gente observe que ela não leu, a gente responde. É uma forma de tornar o jornal simpático. É uma coisa que eu brinco, mas eu levo

muito a sério, tento tornar o jornal simpático. Eu gosto disso. No twitter eu tento fazer muito isso. Tô tentando inserir o jornal nos memes. Esse mês eu fiz um vídeo Stranger Things quando lançaram a nova temporada. Com a trilha da série e a logo da série só que escrito Diário Popular. É uma forma de tentar entrar nesse universo, mostrar que o jornal não é só aquela coisa séria, quadradona, sabe? É uma forma da gente mostrar que tá cheio de gente jovem aqui que gosta dessas coisas.

Existe um manual ou regra para se guiarem?

A ignorância das pessoas. Quando alguém vai lá e xinga o jornal de uma forma mais abrupta, assim, esse comentário a gente não apaga, não exclui, não deleta, não faz nada. Deixa ele ali. A gente não tem porquê estar banindo pessoas. Eu sou contra isso. É um exercício diário de paciência, muito, mas eu não acho certo banir ninguém. O mesmo que está criticando hoje é o que aplaude amanhã. A série dos presídios foi assim, cinco dias tomando pancada e no sexto dia que teve uma história de ressocialização, vários dos que estavam nos xingando deram opiniões bem positivas, nos elogiando. É muito soco, mas de vez em quando vem uma apalpada e a gente tem que aproveitar essa apalpadinha.

E tem leitores que já são conhecidos por fazerem críticas diariamente?

Sim, sim, sim. Tem leitores que têm raiva gratuita do jornal por causa de futebol. Eu sempre brinco que na redação somos trinta e poucos e só dois são Pelotas e o pessoal adora colocar “esse jornal é lobo”. Daí quando vai lá o cara que é torcedor do Pelotas e faz a matéria do Pelotas eles dizem esse cara aí é do Xavante. Para os leitores todo mundo é do time adversário sempre!

Quem da equipe pode responder os comentários?

Eu, enquanto coordenador não impeço ninguém de responder, eu só peço que tenham atenção ao que vão escrever e, em caso de dúvidas me consultem, porque uma ironia ou algo do tipo pode ser mal interpretado e daí vem uma avalanche contra. Tem coisas que não valem a pena. Esses dias aconteceu em uma matéria de previsão do tempo que estava escrito que segundo o Centro de Previsões Meteorológicas choveria e chegou meio-dia estava um solação e os leitores colocaram “Pô jornal, erraram?” E daí nós respondemos “Erramos não, é centro de previsões e não de perfeição” e colocamos um símbolo rindo e de coração” e isso é claro que não traz as pessoas pro nosso lado, mas é uma forma de ser simpático.

Vocês costumam se utilizar de emojis?

Sim. Isso quebra um pouco. O jornal é o que mais distribui corações na história. Utilizo muito a carinha rindo, aquela com vergonha, os corações. Esses dias tinha um erro de digitação na matéria do show do Gilberto Gil e eu fui lá e coloquei “é a emoção de ver o ídolo de perto” e a carinha com vergonha e todo mundo gostou, tinha um monte de curtidas.

Vocês apagam comentários no Facebook?

Não. Na verdade, para não dizer que não, uma vez ou outra já aconteceu. Em caso de muito palavrão, ódio e homofobia entre os próprios leitores. A gente falou que não ia tolerar esse tipo de coisa, foi lá e apagou de ambos que estavam se xingando.

Já tiveram problemas (de qualquer natureza) por responderem comentários no Facebook?

Não.

E (de qualquer natureza) por não responderem comentários no Facebook?

Não também. O que acontece às vezes é de ter, por exemplo, uma obra da prefeitura que não está pronta e as pessoas ficarem cobrando de nós nos comentários os prazos. E eu respondia “Meu amigo, isso não é conosco”.

As pessoas ainda comentam nas matérias do site ou só do Facebook? Existe moderação no site?

Não. Essa possibilidade de comentar no site existe, mas ninguém mais comenta. Existe moderação, mas aprovamos todos. Quem comenta no site não é tão desrespeitoso, pois por mais que não concorde com alguma coisa ou outra não são aqueles desabafos malucos com palavrões, é outro perfil. O que eu observo é que a maioria das pessoas não abre a matéria, elas leem o título, julgam o que está acontecendo, acham a sua verdade e xingam por nada. É por isso que a gente responde muito. “Não é assim, amigo”; “Leia a matéria de novo, amigo”. Às vezes eu dou até o link desbloqueado para que elas leiam a matéria e entendam.

Como lidam com matérias coladas nos comentários do Facebook?

Não apagamos. Até porquê as pessoas nem têm mais feito isso, as pessoas sempre dão um jeito, dão print, mandam em grupos de whatsapp. Sempre acham uma forma.

Quantas notícias são free por mês?

Não tem limite e nem número certo. Quando é alguma ação solidária, como doação de sangue, um brechó ou algo que pode gerar muito acesso eu não deixo bloqueada por saber que pode trazer as pessoas um pouco mais pra cá.

Vocês decidem que notícias são liberadas ou não?

Sim, é mais no feeling mesmo. Como poder ajudar as pessoas ou como trazer as pessoas pra nós.

Qual o valor da assinatura digital?

Mudou semana passada, eu não lembro. Tem uma forma de cadastro gratuito por 30 dias. (O plano mais barato é R\$ 9,90 por mês).

Quais os números mensais de assinantes pagos do site?

São números que estão sempre mudando, até setembro eram 450. Os números atuais eu não sei.

O maior acesso ao DP se dá por Facebook ou pelo portal?

Pelo Facebook. Temos um público cativo no site. Todos os dias pela manhã iniciamos com uma média de 300 acessos. A matéria mais lida do dia no site é a que é mais tem curtidas no Facebook, geralmente.

Existe produção exclusiva para o Facebook?

Em geral vídeos e também as fotos dos leitores, não são exclusivos para o Facebook, mas é lá que vão chamar mais atenção. Incorporamos os vídeos às matérias do site.

E produção da equipe de jornalismo digital só para o site tem coisas exclusivas que não vão para o impresso?

Sim. O mais factual, o hard news é feito pela nossa equipe. Essa matéria do resgate que aconteceu hoje, em que o cara ficou dois dias a deriva na lagoa dos Patos, flutuando, foram três, dois foram resgatados ontem e esse hoje pela manhã, foi feita por nós. Esse material começou no feriado (quinta-feira) se estendeu e acabou hoje pela manhã (sexta-feira). Para o impresso que é uma edição de fim de semana que só sai amanhã, não vai entrar da mesma forma. Protestos, a mesma coisa.

A redação hoje atua de forma integrada ou as equipes permanecem diferentes?

Sim. Agora os plantões (trabalho de final de semana, sábado e domingo) são integrados com a equipe do impresso. O pessoal faz as matérias e já faz a publicação. Se alguma coisa aconteceu no sábado entra no dia e no impresso vai sair só na segunda, então no impresso aprofunda-se algo mais, tenta-se buscar algo diferente. Mas, claro, ainda tem a equipe de web, de cultura, de esportes, mas agora trabalhamos em grupo. Faltam só duas pessoas a aprenderem a mexer no site, está indo super bem.

As matérias são as mesmas do impresso?

Sempre com algum diferencial.

As matérias com maior número de cliques são as locais?

Ah sim. Sem dúvida. O que é local o que é da região sul e principalmente de Pelotas é o mais acessado.

Vocês veiculam matérias pagas?

Não. No site, não.

Existe repórter produzindo só para o site/Facebook/Redes sociais?

Agora com a redação integrada, não mais.

Existe meta de produção de material só para o site/Facebook/Redes sociais?

Os estagiários da web têm agora tem que produzir, pelo menos, uma pauta por semana para o impresso, o que é importante para eles, sair para a rua, porque o estágio é para isso, para desenvolver esse lado. Eu, embora tenha o papel de coordenador, também saio para rua sempre que possível. É a melhor coisa. Os estagiários também trabalham com a produção de vídeos e a gente tenta unir isso do impresso com a web. O carro-chefe ainda é o impresso. O jornal é centenário e a cidade resguarda muito isso. As pessoas gostam do impresso de ter a sua folha. Embora a web seja presente, seja também o futuro, a gente ainda sobrevive muito do jornal impresso aqui, por isso também essa necessidade dessa integração, de se ajudar e por sobrevivência também.

Além do site, quais redes sociais vocês utilizam?

Facebook, Twitter, Instagram e Youtube como repositório de vídeos.

Utilizam o Whatsapp? Como se dá essa relação?

Também. Tem no impresso o número do nosso Whatsapp. As pessoas interagem bastante por ali. Muita denúncia, sugestões de pauta em bairros, e eu gosto muito disso, a gente tem que estar nos bairros. Em dia das crianças sugerem pautas de alguém que está arrecadando brinquedos, no natal a mesma coisa, quando tem um buraco numa rua e por aí vai. As pessoas interagem muito e diariamente conosco pelo Whatsapp.

E Twitter e Instagram?

Twitter também, é bem legal. Começamos a usar o insta stories e estamos vendo o quanto a gente pode explorar. Não tem um que tenha menos de 2.500 visualizações. A gente colocou um de um rapper pelotense, o Zudizila, que vai lançar um CD hoje aqui em Pelotas e aí então teve bastante interação. Muita repercussão, as pessoas comentando, interagindo com o jornal. No Twitter e no Instagram, da mesma forma como no Facebook, a gente responde as pessoas também e isso é uma coisa legal, porque tem muita gente e, não só as pessoas que xingam, mas as pessoas que elogiam ou que fazem comentários alheios assim, eu tenho a impressão que as pessoas acham que o jornal é uma entidade: pode xingar ou dar parabéns ou qualquer coisa que ele vai ignorar a tua existência e quando tu tem essa resposta é legal. Acho que a gente precisa estar ali para responder as pessoas por isso, né? O próprio Zudizila foi lá e botou para o jornal “Obrigado pela matéria” e a gente foi lá e retweetou e ele respondeu de novo e são coisas que vão gerando comentários legais. Tem muitos comentários no twitter quando a gente coloca alguma brincadeira, a gente vai lá retweeta, interage e brinca, sabe?

Além das redes sociais quais as outras formas de contato entre leitor e jornal?

Whatsapp, email, telefone da redação diariamente bastante. Vem bastante gente aqui ao jornal e quem puder da redação, desce para atender. Até a ideia de redação integrada é essa, quem estiver mais tranquilo de trabalho vai. A gente tenta atender todo mundo.

Como está composta a equipe hoje? Quais horário de trabalho?

Dois jornalistas de 7h e dois estagiários de jornalismo de 5h. Quando necessário chamamos um freelance, como quando tem saídas para outras cidades para produzir materiais e nos finais de semana. Jornalista 1: 7h às 15h, com 1h de intervalo; Jornalista 2: 14h às 22h ou 23h com intervalo a tarde. Estagiário 1: 8h às 13h; Estagiário 2: 13h às 18h. Os jornalistas fazem de segunda a sexta-feira e finais de semana, sendo um sim e dois não. Os estagiários de segunda a sexta-feira.

Que horários são veiculadas matérias no site/ Facebook/Redes Sociais?

Segunda a segunda, das 7h às 0h no geral, tanto site quanto as Redes Sociais. Temos a possibilidade de programar matérias para entrar, assim o site nunca fica desabastecido.

Houve mudança na denominação da equipe. Antes era equipe de web, agora de Jornalismo Digital, porquê?

Essa denominação de jornalismo digital é para ficar mais clara, se adequar a nomenclatura mais usual. Muitas pessoas não entendem o que é web, mas aqui na redação ainda chamamos de equipe de web.

Páginas como o Pelotas 24h – repasse de notícias são um problema para o DP? Furam as notícias?

Não vejo como problema e sim como aliados. Muitas vezes fazemos a ronda policial e não aparece nada, daí eles publicam alguma coisa e a gente vai atrás da confirmação. São pessoas que não são jornalistas e que a gente conhece e estão preocupados em mostrar o que acontece na cidade. E o que acontece na cidade é importante pra nós. Tem um deles que mora na Getúlio Vargas que nos passa pautas, eles avisam a gente e isso é bem legal. É aquilo que a Raquel Recuero falava, né? Que o primeiro post é só o alerta. E daí vamos atrás do que aconteceu com as fontes oficiais, às vezes vamos até o local. De alguma forma buscamos averiguar para poder publicar. Eles dão o alerta rapidamente e a gente aprofunda, dá o material completo só depois de confirmar.

Como é pra ti enquanto jornalista trabalhar na equipe, trabalhar com jornalismo digital?

Eu trabalhei 11 anos no mesmo lugar, na Católica - TV UCPel. Lá a gente fazia de tudo um pouco, era pau pra toda obra como a gente brincava, era suíte, era câmera, editor, motorista, repórter, cinegrafista. Tive outras vivências, na TV Nativa e no nosso site de esportes, Esportchê que foi um dos motivos de eu vir prá cá, porque o editor-chefe disse que lia e gostava dos meus textos e tal. Quando me formei, menos de um mês depois da formatura, vim pra cá. Daí conciliei o trabalho lá (TV UCPel) com aqui por um ano, pois comecei com 5 horas aqui. Quando surgiu a proposta para trabalhar 7 horas aqui no jornal aí sim, eu avaliei e preferi vir pra cá, não por essa questão tipo assim que aqui é futuro e na Católica não é, mas realmente nunca pensei que fosse trabalhar num jornal e gostar tanto. Eu brinco com o pessoal lá em cima (redação) que faz quase três anos que eu estou aqui e todos os dias eu acordo contente

que vou vir pra cá, porque eu nunca sei o que vai acontecer. A gente não tem uma rotina, sabe? A gente não fica parado o dia inteiro, então eu tenho muito esse encantamento pelo jornalismo. Essa coisa de guri novo quando entra na faculdade, sabe? Eu sou muito feliz aqui porque a gente produz muita coisa diferente. Um dia é esporte, um dia cultura, um dia, infelizmente, é polícia, mas a gente tem produzido muita coisa diferente e a gente tem muita repercussão e tem muita gente que gosta do nosso trabalho. Isso é uma coisa muito legal e que eu não tinha tanto na Católica, por mais que a gente tivesse lá uma audiência que estava sempre conosco, aqui é muito diferente é uma abrangência diferente. Eu entrei pra cá há três anos e acho que a gente tinha umas 79 mil curtidas na página do Facebook do jornal, hoje a gente tá chegando a 190 mil e tu vê que é muita gente acompanhando o nosso trabalho, seja para o bem ou para o mal, para criticar ou dar parabéns, a gente tá chegando na casa das pessoas, a gente tá chegando de alguma forma para mudar a vida de alguém. Eu sempre digo que a matéria mais legal que eu fiz aqui, sem dúvida, foi um incêndio no Fragata. Isso aí faz uns dois anos. Era uma casa de madeira que morava um casal e cinco crianças, todas com menos de dez anos de idade. Era uma sexta-feira e quando eu fiquei sabendo daquilo ali a gente foi lá no lugar e conversamos com o senhor da casa lá, o marido, no caso, e ele pegou e falou “Bah não sei, cara. Fica com o meu telefone aí, no que puder me ajudar” ele ainda estava meio em choque, daí eu lembro que peguei uma caixa grande de papelão com o meu sogro que trabalha numa loja aqui no calçadão. Pedi autorização para a direção do jornal e colocamos aqui na frente do jornal escrito “Doações para a família Silva que perdeu tudo”. No sábado de manhã quando eu cheguei aqui eu lembro que a gente chorava olhando aquela caixa cheia. Na segunda-feira a gente pediu ajuda aos bombeiros para ir levar as coisas lá para a família. Tinha muito brinquedo, tinha cama, muita, muita coisa. E as crianças gostaram muito. Então, o que marca na gente é isso, a possibilidade de chegar na casa das pessoas de alguma forma boa, alguma forma positiva. A gente fala muito sobre tragédia, sobre coisas ruins, né? A derrota do time da pessoa, a pessoa já xinga o jornal, né? Como se a gente jogasse, mas por outro lado tem isso aí que é uma coisa que até hoje me encanta muito e eu acho que eu estou no melhor lugar que eu poderia estar agora, nesse momento. E eu tenho ideia de não deixar essa cidade também. Profissionalmente eu estou muito feliz, muito realizado.