

Artigo recebido em:  
30.12.2019  
Aprovado em:  
10.03.2020

**Marcia Benetti**

Professora titular do Departamento de Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Doutora em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP) e mestre em Comunicação pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Pesquisadora do CNPq. Líder do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (UFRGS/CNPq).

E-mail: marcia.benetti@gmail.com

# Os leitores como comunidade discursiva

Marcia Benetti

## Resumo

Os espaços de comentários dos veículos jornalísticos configuram ambientes complexos nos quais a prática da escrita dá ao leitor um lugar de enunciação e constrói uma audiência ativa. Este artigo apresenta os leitores como sujeitos que constituem comunidades discursivas no jornalismo contemporâneo e desenvolve as características do comentário do leitor como um gênero discursivo. Para compreender o funcionamento de uma comunidade, observa-se o discurso dos leitores do jornal *Folha de S. Paulo* no *Instagram*, demonstrando a interação desses sujeitos e propondo as características que estabelecem uma comunidade discursiva.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Discurso. Leitor.

## Readers as discourse community

## Abstract

The spaces for comments in news configure complex environments in which the writing practice gives to reader a place of enunciation and constructs an active audience. This paper introduces the newsreaders as subjects that form discourse communities in contemporary journalism, and it develops the features of the comment in news as a discourse genre. In order to demonstrate the dynamics of these communities, we analyse the readers' discourse of *Folha de S. Paulo*, a Brazilian quality newspaper, on *Instagram*, to show the newsreaders' interaction and to propound the characteristics that establish a discourse community.

**Key words:** Journalism. Discourse. Reader.

<sup>1</sup>Uma parte deste texto foi apresentada no XVI Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo em 2018.

O artigo aqui publicado teve revisões e acréscimos importantes derivados desse debate, em termos teóricos, metodológicos e dos próprios resultados. A pesquisa que resultou neste artigo é financiada pelo CNPq e tem apoio da Capes.

A proposta deste texto<sup>1</sup> é colocar em relevo um dos sujeitos do discurso jornalístico: o leitor. A prática de leitura não se restringe ao meio impresso (jornal, revista, livro), e por isso utilizo o termo “leitor” para indicar qualquer sujeito que interpreta um discurso em qualquer mídia: ouvinte, telespectador, espectador etc. Embora o avanço tecnológico do século 20 tenha permitido ao leitor novas formas de expressão e embora a emergência das redes sociais, no século 21, tenha ampliado seus lugares de fala, é indiscutível que esse sujeito está inscrito no jornalismo desde sempre. Para quem compreende o jornalismo como um discurso, o leitor sempre foi relevante, porque os sentidos são produzidos *pelos sujeitos colocados em interação* pelos textos (PÊCHEUX, 1990), e não produzidos pelos textos em si.

Desde que uma nova configuração de espaços de fala foi se estabelecendo no mundo digital, confluindo para uma complexa rede de ambientes de interlocução, os comportamentos e as relações instituídas por esses sujeitos trazem um novo conjunto de perguntas. No campo do jornalismo, a problemática da audiência ativa tem sido enfrentada há mais de uma década e sob múltiplos aspectos, como mostram os trabalhos de Wahl-Jorgensen (2007), Manosevitch e Walker (2009), Storch (2009), Díaz Noci *et al* (2010), Ruiz *et al* (2010), Mersey *et al* (2012), Benetti (2012), Benetti e Dalmaso (2012), Sampaio e Barros (2012), Van der Wurff e Schoenbach (2014), Mesquita (2014), Becker (2014), Benetti e Reginato (2014), Masip e Suau (2014, 2015), Masip *et al* (2015), Bergström e Wadbring (2015), Reader (2015), Santos e Bronosky (2016), Peters (2015, 2016a, 2016b), Masip (2016), Quadros *et al* (2016), Caminada (2015), Dalmaso (2017) e Coelho e Oliveira (2018), entre outros. Esses trabalhos demonstram a existência de uma fortuna crítica sobre o conceito de audiência ativa e suas problemáticas, e a pretensão deste texto é contribuir com esse quadro de debates.

Um tema pertinente, no cenário contemporâneo, diz respeito ao discurso produzido pelos leitores nos espaços destinados pelo jornalismo aos comentários. No escopo desse tema, e tomando como pressuposto que o comentário é um gênero discursivo, pergunto se podemos visualizar um feixe de características que permita conceber uma comunidade discursiva. É essa questão que pretendo enfrentar neste texto, articulando o conceito de comunidade discursiva à observação empírica da dinâmica de um espaço de comentários.

### O leitor e o comentário como gênero discursivo

O discurso jornalístico se constrói na relação entre muitos sujeitos, especialmente veículo (um sujeito institucional), jornalista, fonte e leitor. Quando o *leitor real* entra em contato com o texto jornalístico, ocorre um processo interacional bastante complexo. Na base desse processo, existe um contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2006, 2016) que estabelece um sistema geral de condições que precisam ser reconhecidas e aceitas pelos sujeitos envolvidos naquela interação – sob pena de não se instaurar uma relação que permita identificar e validar aquele discurso.

Em primeiro lugar, o leitor real deve ser capaz de perceber essas condições, deve ter letramento suficiente sobre elas e dominar as regras gerais que dizem “o que é jornalismo”. Nesse processo de reconhecimento, o leitor se relaciona com o jornalismo como um gênero de discurso (BENETTI, 2008): “isto que estou lendo é jornalismo, e não outra coisa”. Em segundo lugar, o leitor aciona as expectativas que aprendeu a ter sobre aquele discurso. É uma negociação de sentidos que se dá a cada vez, a cada texto, e que estabelece um julgamento: “é bom jornalismo, está bem feito, foi apurado, é mau jornalismo, é tendencioso, falta informação, é irrelevante, não me interessa etc.”.

Na prática discursiva da leitura, o leitor real ocupa um lugar que lhe está reservado no contrato de comunicação. Já posicionado nesse lugar, ele passa a se relacionar com os sentidos propostos pelo texto e com os sujeitos que ali estão inscritos: o veículo, o jornalista, as fontes, o leitor imaginado. A leitura é profundamente dialógica e interacional.

No jornalismo, todo texto terá uma filiação, e o movimento da leitura se dá a partir do grau de confiança nesse sujeito de origem – que é o *veículo* como instituição carregada de história, a memória que o leitor tem desse veículo. “Li na internet” é diferente de “li no *New York Times*”, porque para o jornalismo a verdade é um valor a ser buscado, e para o discurso a autoria é um dos elementos geradores do efeito de verdade, já que assumir a autoria significa assumir a responsabilidade pelo dizer.

*A figura do autor [...] está envolvida por questões de responsabilidade (e responsabilização), de direitos, de propriedade e de interdições. Trata-se não apenas da relação entre o sujeito e o texto que produz, mas, principalmente, de um imaginário de sujeição às regras sociais, ou seja, o autor é, antes de tudo, “sujeito a” (MITTMANN, 2008, p. 82).*

A leitura, portanto, será mediada pela credibilidade que aquele veículo específico possui para aquele leitor específico, a chamada credibilidade percebida (LISBOA; BENETTI, 2017).

Também algum grau de confiança em relação ao *jornalista* é acionado na leitura. Mesmo que o leitor saiba que a produção jornalística exige uma equipe, é compreensível que personalize esse trabalho na figura de um repórter, um colunista, um apresentador. Existe ainda uma troca simbiótica de credibilidades entre os jornalistas e os veículos, pois geralmente o profissional é associado à organização em que trabalha – e a organização, por sua vez, é avaliada pela conduta de seus profissionais. Todas essas percepções estão presentes no processo de leitura.

Outro sujeito fundamental a esse processo é o *leitor imaginado*, aquele para quem o texto foi pensado: “[...] quando o leitor real, aquele que lê o texto, se apropria do mesmo, já encontra um leitor aí constituído com o qual ele tem de se relacionar necessariamente” (ORLANDI, 1993, p. 9, grifo meu). O leitor real pode se identificar ou não com o leitor imaginado: pode dizer “este texto foi feito para mim” ou “não me reconheço” neste texto, não sou o leitor desta publicação”.

O leitor se torna um enunciador do discurso jornalístico quando decide se manifestar. À carta enviada ao editor, hoje largamente alimentada pelo e-mail, agregou-se uma nova prática discursiva: o comentário do leitor. Os comentários se tornaram a forma mais comum de participação da audiência no jornalismo, juntamente com os atos de curtir e compartilhar um texto. A passagem do discurso jornalístico para o discurso do leitor, nos comentários, significa a entrada em cena de um grupo heterogêneo que vai reger o discurso.

A partir do estudo de comentários de leitores na Espanha, Masip e Suau (2014, 2015) sistematizam três modelos de participação da audiência: de baixa intensidade, as redes de colaboração e as comunidades de usuários. Para caracterizar esses modelos, eles trabalham com as formas de interatividade – seletiva, participativa e produtiva, em ordem crescente de intensidade. A interatividade seletiva se dá pelas ferramentas de assinatura da página do veículo, agregação de conteúdos por RSS, *newsletter*, customização do conteúdo, contato com o veículo, com o jornalista ou com a editoria. A interatividade participativa é um pouco mais complexa, envolvendo ferramentas de compartilhamento de notícias, comentários, “leia mais sobre”, notificação de erros, denúncia de comentário inapropriado, resposta a comentário, votação ou recomendação de comentário, compartilhamento de artigos, links para seguir o veículo nas redes sociais, fóruns, pesquisas de opinião, listas de notícias mais vistas, mais comentadas e mais compartilhadas. Já a interatividade produtiva permite uma contrapartida efetiva, com ferramentas para o leitor enviar notícias, fotografias, vídeos, áudios, cartas ao editor, perguntas que poderão usadas em entrevistas e até blogs de leitores.

Ao analisar as características desses três modelos de participação segundo a intensidade das interações, Masip e Suau (2014) concluem que as *comunidades de usuários* possuem baixa interatividade produtiva, mas níveis altos de interatividade seletiva e participativa, além de níveis altos de conexão entre o usuário e o meio e entre os próprios usuários. Isso significa que, na constituição de comunidades,

<sup>2</sup>*Em pesquisa recentemente concluída, observei que frequentemente o leitor real não se identifica com o leitor imaginado. Um caso emblemático foi uma postagem do jornal O Globo no Instagram, que chamava a família real britânica de “nossa família favorita” e gerou reações iradas de parte dos leitores, como “minha não, imbecilidade” e “minha o caralho”.*

o leitor está pouco interessado em produzir notícias ou conteúdos jornalísticos, mas muito interessado em curtir e compartilhar textos (recomendá-los), comentar sobre eles, aprovar ou reprovar comentários de outros leitores, enviar mensagem a um jornalista ou a uma editoria e assinar *newsletters* do veículo. Adoto aqui a compreensão dos autores sobre as interações que definem uma comunidade de usuários, pois os modos de participação da audiência contribuem para definir, mais adiante, uma comunidade discursiva.

<sup>3</sup>No original: “Su naturaleza es eminentemente interactiva, puesto que constituye un género construido a medio camino entre lo social y lo individual. Este dialogismo se evidencia, entonces, en la relación que establece con los discursos precedentes y en el carácter direccional de sus enunciados, que se orientan a una comunidad concreta y que procuran obtener una respuesta comprensiva por parte de sus miembros.”

O leitor real, quando se torna um enunciador, está condicionado às normas que regulam o espaço de comentários. Sabe que haverá outras opiniões e que outros poderão ler e reagir ao que ele escreve, inclusive muito tempo depois de sua postagem. Mas este leitor também está condicionado a outro tipo de regramento do contrato de comunicação, que diz respeito ao comentário como um gênero discursivo.

O comentário do leitor deriva da carta enviada ao editor (ADGHIRNI; BATESSE, 2012). É da prática da escrita de cartas à redação e da evolução tecnológica que criou ferramentas de interatividade que surge o comentário como gênero e como hoje o conhecemos no ambiente digital. O comentário é um gênero instável, em constante modificação pelo próprio funcionamento dos suportes digitais.

<sup>4</sup>Devido aos limites deste artigo, não é possível contemplar o debate sobre a responsabilidade das empresas de tecnologia e redes sociais (como Google, YouTube, Facebook, Instagram e WhatsApp) no fomento de um ambiente de alta desinformação (BELL; OWEN, 2017; IRETON; POSETTI, 2019).

*Sua natureza [do comentário] é eminentemente interativa, já que constitui um gênero construído entre o social e o individual. Este dialogismo se evidencia, então, na relação que estabelece com os discursos precedentes e no caráter direccional de seus enunciados, que se orientam a uma comunidade concreta e que procuram obter uma resposta comprensiva por parte de seus membros (SAL PAZ, 2013, p. 157, tradução minha<sup>3</sup>).*

<sup>5</sup>As noções de comunidade discursiva de Maingueneau (1989, 2008) e de comunidade interpretativa de Fish (1980) também contribuem para trazer complexidade a esse tema. Escolhi a abordagem de Swales por sua observação empírica do funcionamento de comunidades de escrita e por sua produtiva sistematização de categorias.

Andrade (2016, p. 67) entende o comentário como um lugar enunciativo “em que o sujeito se manifesta responsabilmente”. O autor pensa “a prática de leitura e escrita dos comentários como um ato ético do sujeito. Este é responsável pela sua escrita, pela sua leitura; ele possui um dever para com essas práticas” (ANDRADE, 2016, p. 69). O leitor que comenta assume que os sentidos do texto serão vinculados a seu perfil, como uma autoria, seja um perfil que corresponda a sua identidade verdadeira, seja um perfil falso. Os perfis falsos – tanto os criados por quem não quer expor sua identidade quanto os alimentados por robôs para disseminar conteúdos em larga escala – pretendem fugir à responsabilização, desconsiderando que a enunciação é um ato ético, e esses perfis são parte importante dos problemas<sup>4</sup> desse ambiente discursivo. De qualquer modo, os comentários são rastreáveis inclusive para fins jurídicos – embora nem sempre o leitor demonstre compreender essa responsabilidade.

Além disso, o comentário aceita e valida certas práticas linguísticas (KOMESU; TENANI, 2009, 2010), como o uso de abreviaturas (*kd*, *q* e *vlw* para significar *cadê*, *que e valeu*, por exemplo), o uso não-convencional de pontuação, a ausência de acentuação, *emoticons* (caracteres tipográficos ou imagens que representam objetos, situações ou emoções) e rébus (combinação de letras e símbolos, como *d+* para significar *demais*). Os comentários também internalizam a regra da assincronia: quem comenta sabe que seu texto será lido em outro momento e sabe que pode voltar ao mesmo espaço para interagir com alguém.

<sup>6</sup>O autor aprofunda e problematiza suas próprias concepções de gênero e de comunidade discursiva em diversos textos, como em Swales (1993, 2004). Ressalte-se o artigo em coautoria com Askehave (2001), em que os autores re-discutem a centralidade dos objetivos ou propósitos em comum para a identificação de comunidades discursivas.

Pensando em suas propriedades discursivas, podemos então definir o comentário do leitor como um texto: 1) curto, 2) opinativo, 3) escrito, mas fortemente orientado pela oralidade, 4) assíncrono, 5) aderido a uma temática, 6) condicionado a certo letramento digital e 7) vinculado a uma autoria que pode ser responsabilizada.

## A comunidade discursiva dos leitores

No campo do discurso<sup>5</sup>, e para os fins deste artigo, John Swales é um autor fundamental. Ele sistematiza as características de uma comunidade discursiva em 1990, no livro *Genre analysis*, e as revê<sup>6</sup> em 2016, no artigo *Reflections on the concept of discourse community*. Swales (2016) distingue oito características em uma comunidade discursiva: 1) tem objetivos em comum; 2) tem recursos de intercomunica-

ção entre seus membros; 3) usa esses recursos para prover informação e feedback; 4) utiliza e portanto domina um ou mais gêneros para atingir seus objetivos; 5) adquire algum léxico específico; 6) tem uma margem de membros com conteúdo relevante e expertise discursiva; 7) desenvolve uma percepção sobre as “relações silenciadas”; 8) desenvolve horizontes de expectativa. Mais de vinte anos depois de estabelecer os seis primeiros atributos, o linguista os revê e acrescenta os dois últimos. Nessa atualização, Swales está preocupado em tornar o conceito menos estático e mais aberto ao caráter fragmentado, conflituoso e até mesmo hostil das comunidades discursivas.

Minha intenção é verificar se as características apontadas por Swales se aplicam ao espaço de comentários, a partir da investigação das propriedades interacionais desse ambiente e da prática discursiva de seus sujeitos. Para isso, e porque era necessário escolher um objeto empírico, observei os comentários gestados no perfil do jornal *Folha de S. Paulo* no *Instagram*. Escolhi este jornal por possuir, segundo o IVC (Instituto Verificador de Comunicação), a maior circulação no país, com uma média de 332.415 exemplares diários (impressos e assinaturas digitais) verificados em março de 2019<sup>7</sup>. Considero pertinente analisar uma comunidade organizada em torno de um jornal de referência, que se dirige a um público amplo. Entendo que jornais de referência são aqueles que têm ampla distribuição nacional, são produzidos por organizações que investem em estrutura para o exercício do jornalismo – especialmente em reportagem –, produzem conteúdos originais que causam repercussão, pautam debates públicos, são monitorados por outros veículos, pautam esses veículos e são reconhecidos no exterior como representantes do jornalismo brasileiro<sup>8</sup>. Também sigo Amaral (2006, p. 55), para quem jornais de referência são aqueles que gozam de “credibilidade e prestígio perante os formadores de opinião”.

Para seguir a *Folha* no *Instagram*, não é preciso ser um dos leitores dessa circulação auditada – embora se deva ser assinante para acessar o conteúdo publicado no jornal. Coletei os comentários presentes nas postagens do jornal no *Instagram* no dia 25 de setembro de 2019, totalizando 5.543 comentários em 8 *posts*<sup>9</sup>, e observei a dinâmica desse ambiente. Escolhi esse dia de modo aleatório, para evitar um *corpus* que pudesse ser dominado por um acontecimento especial. Como o objetivo era entender o funcionamento do grupo de comentadores, e não os sentidos produzidos por um tema específico, optei por uma amostra probabilística de caráter aleatório simples (QUIVY; CAMPENHOUDT, 1992). Seguindo os critérios de sincronicidade e homogeneidade (BAUER; AARTS, 2002), coletei e analisei todos os comentários postados no perfil da *Folha* naquela data. Também defini que a coleta se daria num site de rede social (ELLISON; BOYD, 2013), no caso o *Instagram*, pela variedade de recursos discursivos ofertada nesse tipo de plataforma.

Parti da hipótese de que os atributos apontados por Swales (2016) poderiam estar presentes no espaço de comentários dos leitores e, seguindo os procedimentos da Análise de Discurso (ORLANDI, 2001, 2004), busquei as regularidades que pudessem apontar para a existência de uma comunidade. A Análise de Discurso é um método que permite pelo menos quatro tipos de estudo: dos sentidos, dos sujeitos (e suas vozes), do silenciamento e do funcionamento de um discurso (BENNETTI, 2016). O que faço aqui é esse último tipo de análise, buscando compreender como funciona o discurso produzido pelos leitores.

A partir da observação de certas regularidades, identifiquei oito indicadores que marcam o funcionamento do espaço de comentários e permitem compreender como o ambiente se institui e como os sujeitos interagem. Em alguns desses indicadores, recorro a exemplos ilustrativos do que quero demonstrar, todos retirados do *corpus*. Opto por trazer apenas alguns exemplos porque eles são suficientes para comprovar a existência e a validade do indicador em questão, já que os exemplos representam uma característica que se repete. Do ponto de vista formal, os comentários citados mantêm a escrita original, incluindo erros gramaticais; os nomes dos leitores foram excluídos para preservar o anonimato; os nomes antecidos por @ indicam a quem o leitor se dirige na conversação; os *emoticons* foram mantidos porque constroem sentidos.

<sup>7</sup><https://www1.folha.uol.com.br/poder/2019/04/com-crescimento-digital-folha-lidera-circulacao-total-entre-jornais-brasileiros.shtml>

<sup>8</sup>Como sistematizado em Benetti (2014).

<sup>9</sup>1) Senado aprova procurador-geral da República: [www.instagram.com/p/B22TcxJghbT/](http://www.instagram.com/p/B22TcxJghbT/); 2) Senado mantém veto a pacote anticrime de Sérgio Moro: [www.instagram.com/p/B22KQHnHeBR/](http://www.instagram.com/p/B22KQHnHeBR/); 3) Bebê de família real britânica: [www.instagram.com/p/B22EjrQnkZH/](http://www.instagram.com/p/B22EjrQnkZH/); 4) Fraude no leite em pó da merenda escolar em SP: [www.instagram.com/p/B216OudnZvV/](http://www.instagram.com/p/B216OudnZvV/); 5) Criação do PTinder: [www.instagram.com/p/B21v71Qn-NU/](http://www.instagram.com/p/B21v71Qn-NU/); 6) Corte de verbas de instituição para deficientes em SP: [www.instagram.com/p/B21kgA9HmJL/](http://www.instagram.com/p/B21kgA9HmJL/); 7) Charge sobre Bolsonaro: [www.instagram.com/p/B21ZE5yH-lw/](http://www.instagram.com/p/B21ZE5yH-lw/); 8) Foto de Ipanema feita por leitor: [www.instagram.com/p/B21NeucnmU5/](http://www.instagram.com/p/B21NeucnmU5/).

A primeira característica verificada na análise diz respeito aos propósitos. Os sujeitos que ocupam o ambiente *possuem objetivos em comum*: opinar, criticar, elogiar, avaliar, sugerir, informar, protestar, debater, divertir-se. Evidentemente há graus diversos de aproximação e de afastamento entre esses interesses, o que explica o debate, o clima beligerante e a presença dos *haters* (empenhados em ofender e disseminar o ódio) e dos *trolls* (que se divertem ao provocar e perturbar alguém). Todas essas motivações foram encontradas na análise, como mostram estes exemplos: opinar (“para mim isso não passa de jogo de cena”, “Minha opinião pessoal e que tem caroço nesse angu, mas minha opinião técnica é que não vai dar em nada”); criticar (“Péssima escolha”, “você nem sabe o que está escrevendo kkk É mais um jumento fazendo comentários de algo que desconhece”); elogiar (“Será um excelente profissional. Parabéns”, “O bom senso prevaleceu”); avaliar (“Brasil sendo Brasil”, “vai dar uma rasteira no presidente”, “Ação correta do Legislativo”); sugerir (“Esse VOTO SECRETO no congresso deveria ser extinto! Para o bem do Brasil!”, “O senado que aprovou, procurem na lista o senador que você votou”); informar (“Inquérito contra Flávio Bolsonaro foi aberto. Só está parado. Leia: <https://noticias...>”, “Não é a toa que cresce em 30% O número de suicídio de polícia, sendo considerado por especialistas com uma situação epidemiológica”); protestar (“@moi... quem te disse isso?”, “kkkk política é assim cara. Larga teorias conspiratórias de mão”, “Mamata não ia acabar?”); debater (“@sav... odiar Moro por amor a Lula, ok! É direito teu, mas ir contra o pacote aticrime? Repense nobre”, “@dan... Dá uma lidinha no art. 23 e no art. 25”, “@sam\_olliveira ok, mas você mencionou os países nórdicos. Esses que citei são os países nórdicos e eles ainda tem monarquia”); divertir-se (“para mim, isso não passa de uma tentativa de bugar os pseudos cientistas políticos. Rsr”; “Tudo desMOROnando? 🤔 🤔 🤔”).

A segunda característica diz respeito ao uso da tecnologia. *Existem recursos de intercomunicação entre os membros*, pelas ferramentas que permitem aprovar (curtir) um comentário e responder diretamente a outro leitor. Essas ferramentas são cruciais para os sites de redes sociais, pois estimulam a permanência do usuário na plataforma.

A terceira refere-se ao texto. *Existe um gênero discursivo próprio*, que é o comentário do leitor, já sistematizado neste artigo. Esse gênero se consolidou a partir de certa padronização adotada por veículos e plataformas, do letramento digital e da prática dos leitores. O comentário é um texto curto; opinativo; escrito, mas fortemente orientado pela oralidade (“pensei a mesma coisa kkkkk”, “Quando eu penso que já vi de tudo poft, vem mais uma”); assíncrono, pois pode ser acessado a qualquer momento; aderido à temática proposta pelo texto jornalístico; condicionado a um letramento digital e vinculado a uma autoria.

Ainda no campo textual, a quarta característica afirma que há *aquisição de algum léxico específico*, pelo uso de abreviações, ausência ou uso não-convencional de acentuação e pontuação, rébus, *emoticons* e *hashtags*. Trago alguns exemplos:

- Família linda 😊

- 😊 😊 😊 😊 😊 😊 😊

- #moroparcial anula condenacoes #novaeleicoes #oposicao #STF

- @gus... o português vc já tá sabendo, pra ser um 🤔 + esperto tá falando aprender história...  
Principalmente a do 🤔🤔

exigida pelo país de origem. A própria rede recorre à noção de comunidade para falar de si:

*“Desenvolvemos e usamos ferramentas e oferecemos para os membros de nossa comunidade de recursos que contribuem para tornar as experiências deles positivas e inclusivas, inclusive quando achamos que eles podem precisar de ajuda. Também temos equipes e sistemas que trabalham para combater abusos e violações de nossos Termos e políticas, bem como condutas enganosas e prejudiciais” (TERMOS..., 2018).*

A sexta característica refere-se ao *horizonte de expectativas* gerado por essas regras. Embora haja comportamentos agressivos ou dissonantes, ou até mesmo por causa deles, frequentemente algum membro volta a pontuar que o debate deve ser educado e que a opinião deve estar sustentada em conhecimento.

- @ces... muito grosseiro o seu comentário!

- @per... foi uma pergunta. A sua falta de educação, no entanto, mostra que a ignorância e estupidéz são realmente a marca dos eleitores desse governo. Antes de querer cagar regra, aprenda a ser educada.

- @tha... jovem esse e o cara , aguarde os próximos dias! Pesquise antes de opinar! [...]

- @fel... essa turma é incrível, não conseguem debater sem ofender as pessoas, são uns animais... me perdoem os animais pela comparação 😊 😊

- @ric... [...] Realmente, o debate não deve ser permeado por baixaria, mas é pq vocês forçam a barra demais para passar pano. [...]

A sétima característica diz respeito à interação: os leitores desenvolvem uma *relação dialógica* que institui uma comunidade discursiva. Algumas dessas interações são harmoniosas, como marcar outro leitor para que veja algo, aprovar seu comentário, dialogar e esclarecer.

- @ilo... @and...@nat... @bru...impossível não lembrar da aula de direito administrativo...rs

- @gui... minino virei tua fã agora 😊 ”

- Brasil sendo Brasil

- @pau... né

- Entendi foi porra nenhuma

- @flp...A licença pra sair matando a vontade foi rejeitada!

- @luc...valeu, mano. Obrigado

Outras interações são agressivas e conflituosas, baseadas na ironia ou no ataque direto.

- @dan... já subiu o morro hj pra dar dinheiro pro tráfico?

- @eng... nossa que lição de vida Verônica, me deixou emocionado, meu coração sangra pela sua declaração, você mudou minha vida de ponta cabeça.

- NUM PAIZ DESIGUAL SERIA O FIM DOS POBRES

- @cat... Fim mesmo é erro crasso de português. #país

- Grande dia 🍷

- @virg... para a bandidagem né? Sua trouxa!!!! Marmita de bandido!

- @mat... o rebanho veio atrás da vaca da sua mãe! Kk

Por fim, observa-se que alguns leitores produzem conteúdos relevantes, tanto

por exibirem opiniões mais sustentadas quanto por intervirem para esclarecer algo.

- *Ainda bem que existem deputados neste país. Obrigado Montesquieu por ter trazido a teoria de tripartição dos poderes. Foi o maior invento para a humanidade...*

- *@vin... países nórdicos ganham muitos turistas tbm com visitas de turistas aos castelos e para conhecer os fatos q geraram o fim da idade média, e eles n tem mais monarquia 🤔*

- *@sam... Suécia, Dinamarca e Noruega ainda são monarquias. [...]*

- *Eu não entendo o porquê das grandes marcas não participarem das licitações 🤔 🤔 🤔 pq tá provado que eles vendem mais barato que as empresas que ganham as licitações [de merenda escolar]*

- *@dou... nas Licitações existe prioridade por marcas nacionais.*

- *@ren... mas mesmo com prioridade as marcas nacionais não tem exclusividade, com certeza perderiam várias licitações até se adequarem a um preço justo*

- *@dou... Que nada! Os critérios de desempate são: Bens e serviços produzidos no país; produzidos ou prestados por empresas brasileiras; produzidos ou prestados por empresas que invistam em pesquisa e desenvolvimento de tecnologia no país e; que comprovem cumprimento de reserva de vagas para PCDs; (Nessa ordem)*

A partir da formulação de Swales (1990, 2016) e da análise do espaço de comentários, entendo que os leitores formam uma comunidade discursiva com estas características: 1) os membros possuem objetivos em comum (opinar, criticar, elogiar, avaliar, sugerir, informar, protestar, debater, divertir-se); 2) existem recursos de intercomunicação entre os membros, pelas ferramentas que permitem apreciar um comentário e responder diretamente a outro leitor; 3) existe um gênero discursivo próprio, que é o comentário do leitor, e este gênero possui atributos textuais que devem ser dominados pelos membros da comunidade; 4) há aquisição de algum léxico específico, pelo uso de abreviações, ausência ou uso não-convencional de acentuação e pontuação, uso de rébus, *emoticons* e *hashtags*; 5) existem regras para o funcionamento da comunidade, embora nem sempre elas sejam cumpridas; 6) essas regras indicam um horizonte de expectativas sobre o comportamento desejado naquele ambiente; 7) os membros desenvolvem uma relação dialógica; 8) alguns membros produzem conteúdo mais relevante.

### Considerações finais

O espaço de comentários dos veículos jornalísticos nos sites e perfis em redes sociais é um ambiente complexo. A existência de robôs e perfis falsos, por exemplo, é um complicador com o qual jornalistas, leitores e pesquisadores são obrigados a lidar. Esse complicador, porém, não anula a legitimidade da opinião e da participação dos leitores reais. Nesse ambiente há dissenso, disputa, disseminação de conteúdos ambíguos e falsos, escrita desconexa e intolerância. Também há diálogo, esclarecimento, expectativa sobre o comportamento dos outros e convergência para um conjunto de objetivos.

A prática discursiva dos leitores e a adoção de certa padronização pelos veículos acabaram por estabelecer um novo gênero discursivo, o comentário do leitor. É um texto curto, opinativo, assíncrono, fortemente orientado pela oralidade, aderido a uma temática, condicionado a um letramento digital e vinculado a uma autoria. Não é uma carta enviada à redação e não é uma postagem em blog, embora ambas sejam opinativas e estejam à disposição do leitor. Quem reconhece as regras do gênero parte de certas expectativas e tem uma noção razoável do que vai encontrar ao abrir a caixa de comentários.

A instituição do comentário como um gênero também cria as condições para a existência de uma comunidade discursiva. É preciso perceber essa comunidade a partir de uma visão ampla, não restrita ao espaço de comentários de *um* jornal em *uma* plataforma, menos ainda restrita aos comentários sobre *uma* matéria jornalística. Estamos falando de uma prática discursiva que se dá em diversos lugares, com



variações determinadas pelas regras das plataformas e pelas possibilidades tecnológicas oferecidas por elas. Neste artigo, sistematizei a comunidade discursiva dos leitores a partir da proposta de Swales (2016) e da observação de um caso empírico, mas evidentemente essas características podem e devem ser problematizadas a partir da análise em outras plataformas.

A noção de que os leitores formam uma comunidade discursiva permite aprofundar o debate sobre a interação no espaço de comentários. Os leitores ali expressam suas opiniões e sabem o que os outros pensam, mas também se relacionam com esses outros sujeitos. Essas relações se dão por juízos de valor, por aprovação e reprovação, por aproximação e afastamento, e contribuem para a constituição da subjetividade. Por fim, essa noção também permite, aos pesquisadores, coletar e analisar o que podemos chamar de “discurso do leitor” ou “discursos dos leitores”, cuja existência é possível a partir da configuração de comunidades discursivas.

## Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal; BAESSE, Jurema. Gêneros opinativos e internet: mais espaço para o leitor. *In*: MELO, José Marques de et al (org.). **Gêneros jornalísticos: teoria e práxis**. Blumenau: Edifurb, 2012.

AMARAL, Márcia Franz. **Jornalismo popular**. São Paulo: Contexto, 2006.

ANDRADE, Felipe Sousa de. **O comentário no site www.papodehomem.com.br: reflexão sobre prática de escrita e leitura, gênero discursivo e contínuo dialógico**. 2016. 144f. Dissertação (Mestrado em Linguística e Língua Portuguesa), Universidade Estadual Paulista, Araraquara, 2016.

ASKEHAVE, Inger; SWALES, John. Genre identification and communicative purpose: a problem and a possible solution. **Applied Linguistics**, v. 22, n. 2, 2001, p. 195-212.

BAUER, Martin; AARTS, Bas. A construção do corpus: um princípio para a coleta de dados qualitativos. *In*: BAUER, Martin; GASKELL, George (org.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BECKER, Beatriz. Televisão e novas mídias: repensando o papel das audiências nos telejornais. **E-compós**, Brasília, v. 17, n. 2, p. 1-16, 2014.

BELL, Emily; OWEN, Taylor. A imprensa nas plataformas. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, v. 6, n. 20, 2017, p. 48-83.

BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**, São Paulo, n. 15, p. 13-28, 2008.

BENETTI, Marcia. A apropriação discursiva da morte pelo leitor. *In*: MAROCCO, Beatriz et al (org.). **Jornalismo e acontecimento: diante da morte**, v. 3. Florianópolis: Insular, 2012.

BENETTI, Marcia. **Os vínculos dos leitores com o jornalismo: emoção, ethos e leitura como prática discursiva**. Projeto de pesquisa, CNPq, 2014.

BENETTI, Marcia. Análise de Discurso como método de pesquisa em Comunicação. *In*: MOURA, Cláudia Peixoto de; LOPES, Maria Immacolata Vassallo de (org.). **Pesquisa em Comunicação: metodologias e práticas acadêmicas**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2016. BENETTI, Marcia; DALMASO, Silvana. Jornalismo, imaginário e leitores: os sentidos do real e da ficção sobre o avião desaparecido da Malaysia Airlines. **Verso e Reverso**, São Leopoldo, v. 28, p. 166-173, 2014.

BENETTI, Marcia; REGINATO, Gisele. O vínculo emocional do leitor ao jornalismo: estudo da revista Veja no Facebook. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p. 878-896, 2014.

BERGSTRÖM, Annika; WADBRING, Ingela Wadbring. Beneficial yet crappy: journalists and audiences on obstacles and opportunities in reader comments. **European Journal of Communication**, v. 30, n. 2, p. 137-151, 2015.

CAMINADA, Thiago. **Erro jornalístico nos comentários das redes sociais: interações entre leitores e veículos**. 2015. 202f. Dissertação (Mestrado em Jornalismo). Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2015.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2006.

CHARAUDEAU, Patrick. Discurso jornalístico e posicionamentos enunciativos: fronteiras e distanciamentos. **Parágrafo**, São Paulo, v. 4, n. 1, p. 7-15, 2016.

COELHO, Maria das Graças Pinto; OLIVEIRA, Geilson Fernandes de. Impeachment, emoções e conflitos: a emergência da raiva nos comentários da página da revista Veja no Facebook. **Âncora**, João Pessoa, v. 5, n. 2, p. 127-144, 2018.

DALMASO, Silvana. **Jornalismo e relevância: o discurso dos leitores dos jornais de referência no Facebook**. 2017. 212f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

DIAZ NOCI, Javier et al. Comments in news, democracy booster or journalistic nightmare: assessing the quality and dynamics of citizen debates in Catalan online newspapers. **International Symposium on Online Journalism**, 2010, Austin. **Anais...** Austin, 2010.

ELLISON, Nicole B.; BOYD, Danah. Sociality through social network sites. *In*: DUTTON, William H. (org.). **The Oxford handbook of internet studies**. Oxford: Oxford University Press, 2013.

FISH, Stanley. **Is there a text in this class?** Cambridge: Harvard University Press, 1980.

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie (org.). **Jornalismo, “fake news” e desinformação**. Unesco, 2019.

KOMESU, Fabiana; TENANI, Luciani. Considerações sobre o conceito de “internetês” nos estudos da linguagem. **Linguagem em (Disc)curso**, Palhoça, v. 9, n. 3, 2009, p. 621-643.

KOMESU, Fabiana; TENANI, Luciani. Práticas de letramento/escrita no contexto da tecnologia digital. **Revista Eutomia**, v. 3, n. 1, 2010, p. 1-15.

LISBOA, Silvia; BENETTI, Marcia. Credibilidade no jornalismo: uma nova abordagem. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 51-62, 2017.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas tendências em análise do discurso**. Campinas: Pontes, 1989.

MAINGUENEAU, Dominique. **Gênese dos discursos**. São Paulo: Parábola, 2008.

MANOSEVITCH, Edith; WALKER, Dana. Reader comments to online opinion journalism: a space of public deliberation. **International Symposium on Online Journalism**, Austin, 2009. **Anais...** Austin, 2009.

MASIP, Pere. Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. **El profesional de la información**, v. 25, n. 3, p. 323-330, 2016.

MASIP, Pere et al. Audiencias activas y periodismo: ¿ciudadanos implicados o consumidores motivados? **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 11, n. 1, p. 240-261, 2015.

MASIP, Pere; SUAÚ, Jaume. Active audiences and participation models in Spanish media. **Hipertext.net**, n. 12, p. 1-16, 2014.

MASIP, Pere; SUAÚ, Jaume. Informação e participação na era da televisão ubíqua. *In*: SERRA, Paulo et al (org.). **A televisão ubíqua**. Covilhã: UBI, 2015.

MERSEY, Rachel et al. Focusing on the reader: engagement trumps satisfaction. **Journalism & Mass Communication Quarterly**, v. 89, n. 4, p. 695-709, 2012.

MESQUITA, Giovana Borges. **Intervenho, logo existo**: a audiência potente e as novas relações no jornalismo. 2014. 198f. Tese (Doutorado em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

MITTMANN, Solange. Autoria e tradução: da dispersão às identificações. *In*: MITTMANN, Solange et al (org.). **Práticas discursivas e identitárias**: sujeito e língua. Porto Alegre: Nova Prova, 2008.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 3.ed. Campinas: Pontes, 2001.

ORLANDI, Eni. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. 4.ed. Campinas: Pontes, 2004.

PECHÊUX, Michel. Análise Automática do Discurso (AAD-69). *In*: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Editora Unicamp, 1990.

PETERS, Chris. Introduction: the places and the spaces of news audience. **Journalism Studies**, v. 16, n. 1, p. 1-11, 2015.

PETERS, Chris. Spaces and places of news consumption. *In*: WITSCHGE, Tamara et al (org.). **The Sage handbook of digital journalism**. London: Sage, 2016a.

PETERS, Chris. The spatiotemporal dynamics of digital news audience. *In*: FRANKLIN, Bob; ELDRIDGE II, Scott. (org.). **Routledge companion to digital journalism studies**. London: Routledge, 2016b.

QUADROS, Claudia et al. Nos bastidores das interações: a comunicação entre leitor e jornalista. **Líbero**, São Paulo, v. 19, n. 37, p. 103-116, 2016.

QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van. **Manual de investigação em Ciências Sociais**. Lisboa: Gradiva, 1992.

READER, Bill. Audience feedback in the news media. New York: Routledge, 2015.  
RUIZ, Carlos et al. Conversación 2.0 y democracia: análisis de los contenidos de los lectores en la prensa digital catalana. **Comunicación y Sociedad**, v. 23, n. 2, p. 7-39, 2010.

SAL PAZ, Julio César. Comentario digital: género medular de las prácticas discursivas de la cibercultura. **Caracteres**, v. 2, n. 2, p. 152-171, 2013.

SAMPAIO, Rafael Cardoso; BARROS, Samuel Anderson Rocha. Os sites de notícias podem estimular a deliberação online? Um estudo dos comentários de leitores postados no folha.com **Brazilian Journalism Research**, Brasília, v. 8, n. 2, p. 192-211, 2012.

SANTOS, Luciane Justus dos; BRONOSKY, Marcelo Engel. Comentários dos leitores no Jornal da Manhã: lógicas de apropriações dos contrafluxos. In: GUERRA, Jose-nildo et al (org.). **Crítica do jornalismo no Brasil**. Covilhã: UBI, 2016.

STORCH, Laura. **Atividades de leitura no jornalismo online**: a reformulação do discurso jornalístico a partir da participação de leitores escritores. 2009. 220f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2009.

SWALES, John. **Genre analysis**: English in academic and research settings. New York: Cambridge University Press, 1990.

SWALES, John. Genre and engagement. **Revue Belge de Philologie et d'Histoire**, n. 71, 1993, p. 687-698.

SWALES, John. **Research genres**: explorations and applications. Cambridge: Cambridge University Press, 2004.

SWALES, John. Reflections on the concept of discourse community. **ASp**, n. 69, p. 1-13, 2016.

TERMOS de uso do Instagram. Revisado em 19 abr 2018. [www.facebook.com/help/instagram/478745558852511](http://www.facebook.com/help/instagram/478745558852511) Acesso em 30 set 2019.

VAN DER WURFF, Richard; SCHOENBACH, Klaus. Civic and citizen demands of new media and journalists: what does the audience expect from good journalism? **Journalism & Mass Communication Quarterly**, London, v. 91, p. 433-451, 2014.

WAHL-JORGENSEN, Karin. **Journalists and the public**: newsroom culture, letters to the editor, and democracy. Cresskill: Hampton Press, 2007.