

AS FINALIDADES DO JORNALISMO PARA OS LEITORES: estudo da audiência dos jornais Folha, Globo e Estadão¹

THE PURPOSES OF JOURNALISM ACCORDING TO THE READERS: audience research of newspapers Folha, Globo and Estadão

Gisele Reginato²
Marcia Benetti³

Resumo: Este artigo mostra como os leitores percebem as finalidades do jornalismo. A investigação mapeia comentários coletados nos sites e em páginas no Facebook dos três maiores jornais de referência brasileiros (Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo), utilizando como método a Análise de Discurso. O trabalho revela que, para os leitores, o jornalismo tem 11 finalidades a cumprir. As quatro finalidades principais são, nesta ordem de importância: a) fiscalizar o poder e fortalecer a democracia, b) informar, c) esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade e d) verificar a veracidade das informações. Essas quatro finalidades são percebidas pelos leitores em mais de 75% dos trechos analisados. As outras funções são: e) selecionar o que é relevante, f) investigar, g) registrar história e construir memória, h) interpretar e analisar a realidade, i) defender o cidadão, j) fazer a mediação entre os fatos e o leitor e k) integrar e mobilizar as pessoas.

Palavras-Chave: Finalidades do jornalismo. Leitor. Jornais de referência.

Abstract: This paper shows how readers perceive the purposes of journalism. The investigation maps comments collected on the websites and Facebook pages of the three major reference Brazilian newspapers (Folha de S. Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo), using Discourse Analysis as methodology. The analysis reveals that, for the readers, journalism has 11 purposes to fulfill. The main role of journalism are, in this sequence of importance: a) watching over how power is exerted in society and strengthening democracy, b) informing, c) clarifying issues for citizens and providing them with a plurality of society, and d) checking the veracity of information. These four purposes are present in more than 75% of the examined texts. The other functions are: e) selecting what is relevant, f) investigating, g) recording history and constructing memory, h) interpreting and analyzing the reality, i) defending citizens; j) mediating between facts and readers, and k) integrating and mobilizing people.

Keywords: Purposes of journalism. Readers. Reference newspapers.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Estudos de Jornalismo do XXVI Encontro Anual da Compós, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo - SP, 06 a 09 de junho de 2017.

² Doutora em Comunicação e Informação pela UFRGS, pesquisadora do Núcleo de Pesquisa em Jornalismo (UFRGS/CNPq), giselereginato@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação pela PUC-SP, professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da UFRGS, pesquisadora do CNPq, marcia.benetti@gmail.com.

1. Introdução

Num contexto de jornalismo em rede (HEINRICH, 2011)⁴, a interatividade propiciada pela internet e disseminada pelos aplicativos dos dispositivos móveis acelera o ciclo das notícias e tem marcado, nos últimos anos, uma nova fase no relacionamento entre jornalistas e leitores. Embora os leitores possam buscar certas informações diretamente das fontes, sem mediação jornalística, o jornalismo ainda ocupa um lugar fundamental no processo de apuração, seleção, contextualização e oferta de informações.

O leitor espera que o jornalismo organize as informações e as disponibilize. Essa expectativa deriva da percepção, construída ao longo da história, de que o jornalismo é um sistema perito (MIGUEL, 1999), especializado, cujos profissionais dominam os processos e as técnicas da produção de notícias e estão movidos pelo interesse público. Com base nessa expectativa, e porque não têm acesso nem aos bastidores da produção noticiosa nem a todos os fatos do mundo, os leitores se veem compelidos a confiar no jornalismo. Como diz Miguel (1999), o leitor adota uma atitude de confiança quanto à veracidade das informações publicadas, à justeza na seleção de notícias diante do estoque de fatos disponíveis e à hierarquização dos elementos importantes ao relato. De modo geral, os leitores acompanham as notícias acreditando que elas são um índice do real e que os jornalistas não irão ultrapassar a fronteira entre a realidade e a ficção (TRAQUINA, 1999).

Evidentemente essa confiança não é absoluta nem linear, sendo colocada à prova em diversos momentos. Cada vez mais, interações entre leitores, veículos, jornalistas e fontes em novos ambientes tensionam o campo jornalístico. Em blogs e sites de redes sociais, há comentaristas que criticam, corrigem e desafiam o jornalismo convencional, fazendo reverberar sentidos sobre o que deve ser o bom jornalismo.

Consideramos fundamental estudar o leitor real para compreender as dinâmicas e os valores capazes de manter o jornalismo como relevante para seu público. Na literatura internacional, autores vêm destacando a lacuna de estudos que examinem como a audiência percebe o papel do jornalismo (NAH; CHUNG, 2012; VAN DER WURFF; SHOENBACH, 2014). Com esse propósito, perguntamos que percepção os leitores têm sobre o papel do

⁴ Essa definição parte da emergência de um jornalismo caracterizado por um fluxo cada vez mais global de notícias. Nesse processo, não são só os profissionais de organizações noticiosas que produzem conteúdos. O que Heinrich (2011) chama de jornalismo em rede é constituído pelas conexões interativas entre os vários nós que ocupam atualmente a esfera de troca de informações.

jornalismo na sociedade. É isso que buscamos responder neste artigo⁵, que discute o sujeito leitor e apresenta os sentidos presentes no discurso da audiência, mapeados em comentários coletados nos sites e em páginas no Facebook dos três maiores jornais de referência brasileiros (Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo).

2. O leitor

No jornalismo em rede, os leitores podem utilizar sites de redes sociais tanto para comentar quanto para filtrar (postar pequenas notas, links ou manchetes), contribuindo para uma recirculação jornalística (ZAGO, 2013) e fazendo uma curadoria colaborativa de notícias (BRUNS, 2011). Nas redes sociais, são incorporadas novas camadas de significação, e o leitor cria seu “próprio design no entrelaçamento dos fluxos informacionais” (SANTAELLA; LEMOS, 2010, p. 93), sendo que a ênfase não está na informação que nós buscamos, mas sim na informação que recebemos através de nossas conexões sociais.

Entender o que pensa, sente e quer esse leitor é uma das grandes questões de pesquisa, mas não é novidade. Já em 1945 Berelson (1949) estudou a reação dos leitores a uma greve de jornais em Nova York, concluindo que eles sentiram mais falta do prazer de ler do que propriamente das informações contidas nas notícias. Além disso, os leitores perceberam que a ausência de notícias esvaziou suas conversas cotidianas. Embora fundamental, compreender a importância do jornalismo para o leitor não é um tema simples. Hagen (2012, p. 303, grifos nossos) aponta que é um desafio entender como, de fato, o leitor se apropria das informações:

*Decodificar as mediações expressas pelo jornalismo vai além da compreensão do que é notícia: também está na apropriação de variados sentidos reprocessados por quem consome informações. É desse lugar de onde se posiciona para compreender o jornalismo que o público assume o controle da interação, criando *um dos mais intrincados quebra-cabeças para a área da recepção: o que o receptor realmente lê, ouve e vê; e como as informações são apropriadas, compreendidas, contestadas ou refutadas.**

As peculiaridades do contexto atual, com a constituição do que chamamos de audiências ativas (HEINRICH, 2011; MASIP, 2016), complexificam a relação entre

⁵ A discussão deste artigo parte dos resultados da tese de doutorado (REGINATO, 2016) que, além do discurso dos leitores, também mapeou a percepção de veículos (Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo) e de 85 jornalistas brasileiros para discutir as finalidades do jornalismo. A pesquisa trata das principais finalidades apontadas por veículos, jornalistas e leitores e problematiza as aproximações e as distinções entre os seus discursos.

jornalistas e leitores. “A audiência tem dramaticamente diferentes capacidades, expectativas e comportamentos do que tinha antes da ascensão da Internet”, reflete Singer (2015, tradução nossa)⁶. O leitor, embora circunscrito a um ambiente criado e controlado pelos veículos, exerce sua subjetividade e deixa no espaço dos comentários diversos registros que representam quem ele é, o que sente e o que pensa. Mapeando o discurso desses leitores em diferentes lugares de fala, é possível responder a nossa questão, apreendendo o que o leitor pensa do papel do jornalismo.

Quando o leitor real decide ocupar um espaço concedido pelo jornalismo – o dos comentários –, [...] existe um novo reposicionamento em todos os lugares. Sendo o discurso essencialmente dinâmico, a reversibilidade de papéis do *eu que enuncio* e do *tu que interpretas* acaba por construir um novo espaço discursivo de pesquisa. Posso observar este leitor que enuncia e que, ao fazê-lo, torna-se “um eu”. E posso, por meio do discurso produzido por este leitor, compreender um pouco mais do poder de significação do jornalismo (BENETTI, 2012, p. 153, grifos da autora).

Para tratar de como os leitores percebem as finalidades do jornalismo, é fundamental entender que o jornalismo, como discurso, só existe na relação entre os sujeitos da interlocução (ORLANDI, 2007) e que todo discurso é norteado pelo que se imagina do outro e de si mesmo (PÊCHEUX, 1993). Sendo o jornalismo um gênero discursivo particular (BENETTI, 2008), este discurso só acontece se os interlocutores reconhecerem as permissões e restrições que definem o gênero, de forma que os sujeitos estão ligados por um contrato de comunicação (CHARAUDEAU, 2007). Um dos elementos desse contrato é a condição de *finalidade (para quem se diz)*⁷, que implica que todo ato de linguagem seja ordenado em função de um objetivo. A finalidade se define “através da expectativa de sentido em que se baseia a troca, expectativa de sentido que deve permitir responder à pergunta: ‘Estamos aqui para dizer o quê?’” (CHARAUDEAU, 2007, p. 69). Essa é a questão que guia as expectativas e exigências dos leitores sobre o jornalismo.

⁶ “[...] The audience has dramatically different capabilities, expectations, and behaviors than it did before the rise of the Internet”.

⁷ As demais condições do contrato são: de propósito (*o que se diz*), de identidade (*quem diz e para quem*), de dispositivo (*em que condições se diz*) e textual (*como se diz*). O contrato de comunicação implica a existência de três elementos: a) de pelo menos dois sujeitos em relação de intersubjetividade; b) de convenções, normas e acordos que regulamentam as trocas discursivas; c) de saberes comuns que permitem que se estabeleça uma intercompreensão do todo em certa situação de comunicação (CHARAUDEAU, 2007).

No estudo do leitor real⁸, uma preocupação importante na definição do *corpus* de análise é construir uma amostra representativa, pois é sobre a frequência dos sentidos que se repetem que o analista poderá trabalhar. É preciso considerar que, ao lidar com esse tipo de objeto empírico, o *corpus* é apenas relativamente estável: a etapa de coleta é sempre o recorte da “amostra existente naquele momento”, já que os sites e as redes sociais são dinâmicos e o número de comentários pode aumentar ao longo do tempo – mesmo que o post ao qual se referem seja antigo (BENETTI, 2014, p. 31).

Neste trabalho, o discurso dos leitores é estudado a partir da análise dos comentários coletados nos sites e em páginas no Facebook dos três jornais (Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo). Esse material é bastante fértil, já que os comentários são espontâneos, estão disponíveis em páginas públicas e não sofrem qualquer interferência ou condução de um pesquisador (HAGEN, 2012). Os comentários são espaços de intervenção que cristalizam, materializam e manifestam a atividade de reconhecimento que o leitor faz do discurso jornalístico (ANSELMINO, 2012). Os comentários dos leitores são o que podemos chamar, nos termos de Mouillaud (2012), de “leitura pública” que dá um retorno aos enunciados, à leitura privada que o público faz dos exemplares.

O corpus selecionado foi de **279 comentários** sobre as finalidades do jornalismo, postados por **250 leitores** nos sites e em páginas no Facebook dos três jornais. Além dos sites oficiais que condensam a produção jornalística e o material institucional dos jornais, a escolha do Facebook como espaço de análise se dá em função de as redes sociais criarem um ambiente rico para investigar o funcionamento do jornalismo, em razão das conexões entre os atores sociais e dos laços permitidos por essas conexões (GARTON *et al*, 1997). Plataformas como o Facebook servem para acelerar ainda mais a velocidade em que as matérias noticiosas são compartilhadas, debatidas e às vezes desacreditadas. Através dos comentários dos leitores tanto nos sites quanto no Facebook, é possível perceber os movimentos de reconhecimento que o leitor faz para pensar as finalidades do jornalismo, e isso exige que o leitor ocupe determinado lugar de fala e de interpretação.

Os jornais Folha de S.Paulo, O Globo e O Estado de S. Paulo possuem páginas no Facebook com uma quantidade bastante expressiva de curtidores, ou seja, com um número de

⁸ Discursivamente, o sujeito leitor se desdobra em dois: o **leitor real**, que efetivamente interpreta o texto, e o **leitor imaginado**, que existe apenas virtualmente e guia a produção do discurso (ORLANDI, 2007).

pessoas que assinam o canal personalizado de distribuição de informações desses jornais⁹. As páginas têm espaço para os comentários dos seguidores em cada texto postado e, internamente, também há espaço para interação entre os comentadores. O discurso é interativo e, no caso dos comentários dos leitores, vemos muitas vezes gerar uma conversação.

3. Percepções dos leitores sobre as finalidades do jornalismo

A análise indica que, para os leitores, o jornalismo tem 11 finalidades a cumprir (Figura 01). A principal finalidade do jornalismo para os leitores é fiscalizar o poder e fortalecer a democracia – esse sentido é reiterado em 91 sequências discursivas (SDs)¹⁰. A segunda finalidade mais reconhecida pelos leitores é informar (44 SDs). A terceira é esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade (43 SDs), e a quarta é verificar a veracidade das informações (33 SDs). Essas quatro finalidades são percebidas pelos leitores em mais de 75% dos trechos analisados.

As finalidades seguintes são: selecionar o que é relevante (31 SDs); investigar (21 SDs); registrar história e construir memória (18 SDs); interpretar e analisar a realidade (13 SDs); defender o cidadão (10 SDs); fazer a mediação entre os fatos e o leitor (5 SDs); integrar e mobilizar as pessoas (1 SD). Diferentemente do discurso de veículos e jornalistas, os leitores não consideram que divertir seja finalidade do jornalismo, por isso esse papel não consta na análise.

A seguir, apresentamos as finalidades do jornalismo na percepção dos leitores, identificando em negrito as marcas que dão sentido aos trechos. Optamos por preservar a grafia dos comentários dos leitores como no original, ou seja, os eventuais erros de digitação ou gramática foram mantidos.

⁹ Em 20 de janeiro de 2017, o número de curtidores das páginas do Facebook dos três jornais é:

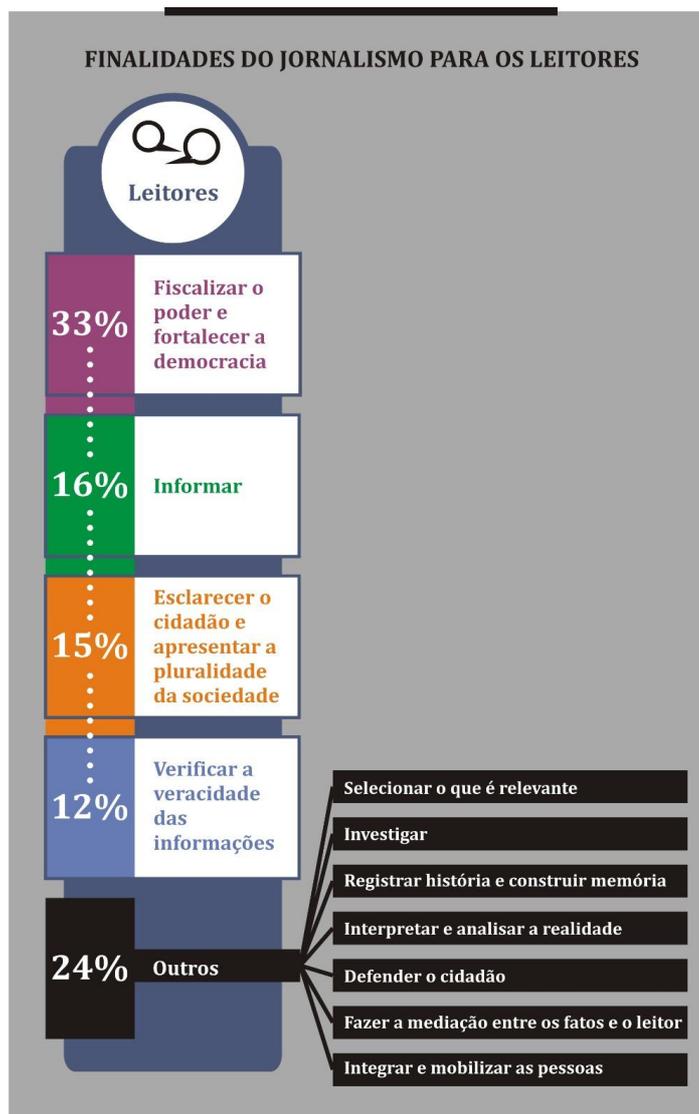
Folha - 5.806.072 (www.facebook.com/pg/folhadesp/);

O Globo - 5.140.315 (www.facebook.com/jornaloglobo/);

Estadão - 3.397.624 curtidores (www.facebook.com/estadao/).

¹⁰ Em Análise do Discurso, sequências discursivas (SDs) são trechos que o pesquisador recorta do texto que está analisando, cujo início e cujo final são delimitados pela identificação de sentidos que respondam à problemática de pesquisa ou ao que esteja sendo particularmente investigado. Posteriormente, servem para ilustrar o relato da pesquisa.

Figura 01 – Finalidades do jornalismo para os leitores



Fonte: as autoras

a) Fiscalizar o poder e fortalecer a democracia

A finalidade de *fiscalizar o poder e fortalecer a democracia* é a mais ressaltada pelos leitores. E, de fato, ela é bastante representativa: os leitores reconhecem essa função em 91 SDs, o que significa 33% das menções. Os leitores consideram que o jornalismo tem o papel de defender e fortalecer a democracia, o que só acontece se houver liberdade de imprensa e de expressão. Aliás, é no discurso dos leitores, em comparação com o dos outros sujeitos, que aparece mais a preocupação com a liberdade de imprensa.

“Grande Jornal. Grande feito, como sempre, e **viva a liberdade de imprensa base de toda democracia**” – Leitor Folha.

“Parabéns Folha! A família Frias, juntamente com a família Mesquita, são **baluartes da democracia no país**. Continue, sempre, neste rumo. **Nós leitores esperamos de vocês**” – Leitor Folha.

Para os leitores, a democracia deve ser defendida pelo jornalismo permanentemente. É interessante observar os sentidos que eles produzem nas datas de aniversário dos veículos, mostrando que esta é a imagem mais “forte” associada ao jornalismo e, por isso, a escolhida para representar o que eles esperam do jornal.

“Cumprimento o Grupo Estado e a família Mesquita pelo aniversário de 140 anos do jornal ‘O Estado de S. Paulo’, destacando a **importância do matutino em defesa da democracia**, da liberdade de imprensa, sempre combativo e presente nas grandes lutas nacionais, bem como nas coberturas internacionais” – Leitor Estadão.

“Louvo a Folha pela sua contínua **defesa dos ideais democráticos** e sua posição de vanguarda no aperfeiçoamento dos direitos individuais. A sociedade brasileira não pode prescindir de uma imprensa livre e da autonomia do judiciário” – Leitor Folha.

Associado ao fortalecimento da democracia, os leitores apontam que o jornalismo deve fiscalizar o poder, pois ao jornalismo cabe revelar manobras ilegais e prejudiciais à sociedade. Deve, portanto, denunciar o que está errado e pressionar as fontes nas entrevistas: “É impressão minha ou todos que o entrevistam [Eduardo Cunha] deixam ele falar o que quer, **ninguém tem coragem de perguntar sobre as denúncias** contra ele?; “Entrevista bem fraca, **não pressionaram**” (leitores Folha). Há também, no discurso do leitor, a avaliação de que as acusações feitas pelos jornais ajudam na resolução dos problemas e auxiliam o cidadão, que, bem informado, pode tomar decisões mais corretas: “Vejo nesse jornal a **única saída para denunciar os desmandos do governador de Minas**, pois aqui a imprensa está a serviço dele e do 4º senador do Rio, Aécio Neves” (leitor Folha).

Os leitores expressam alívio ao perceber que podem contar com o jornalismo porque, se a imprensa não cumprisse a finalidade de fiscalizar o poder, eles não tomariam conhecimento de muitas revelações – especialmente do campo político.

“A imprensa no (B)rasil faz um **papel importante principalmente de fiscalização e vigilância...**, com a imprensa completamente ativa nossos digníssimos fazem todos os tipos de maracutaias e falcaturas..., **imaginem se não tivéssemos a imprensa..., tudo passaria despercebido, às escondidas**” – Leitor Folha.

“Brilhante texto. Necessitamos do protagonismo da imprensa para tornar o país num figurante ativo de líder da América Latina. **Apenas a imprensa tem como influenciar as forças políticas** para a transformação tão necessária!” – Leitor O Globo.

b) Informar

A finalidade de *informar* é a segunda mais apontada pelos leitores, com 44 SDs. O leitor demonstra que depende do jornalismo para ter acesso às informações e o jornalismo deve prestar este serviço, dando-lhe a oportunidade de ficar bem informado.

“É direito constitucional do cidadão ter acesso às informações e **é dever dos veículos de comunicação oferecê-las**” – Leitor Folha.

“A presidenta Dilma Rousseff, que disse que ‘não é função do jornalismo investigar’, entre tantas outras coisas, ignora **as funções básicas do jornalismo independente: divulgar, informar**, investigar e opinar” – Leitor Estadão.

“se n divulgarem n saberíamos **dependemos de vcs p ficarmos informados**” – Leitor Folha.

Observamos dois níveis de percepção sobre o papel de informar no discurso dos leitores: a) informar como um **processo finalístico**, que possui um fim em si mesmo e não precisa ser explicado; b) informar como um **processo qualificado**, que deve cumprir certas exigências e distingue informação (e conteúdo) de *informação jornalística*. No primeiro nível, a percepção da audiência é de que a realidade disponibiliza “claramente” o que deve ser noticiado e cabe ao jornalismo “apenas informar” e relatar. Nesse sentido, alguns leitores apontam que a notícia “é o que é” e, sendo boa ou ruim, o jornalismo deve informá-la. É o leitor quem deve pensar e tirar conclusões.

“vcs jornalista **deveriam apenas dar ha noticia e guardar seus comentarios para si proprio** porque ninguem pessa as baboseiras iguais a vcs tolos” – Leitor O Globo.

“**JORNAL NÃO PENSA, INFORMA, RELATA OS FATOS !!!** Por favor **relatem os fatos como são e imparcialmente de todos os pontos de vista que tiramos nossas conclusões sozinhos**. Estou cansado tambem dos pontos de vista de seus colunistas boys, escritos dentro de um apartamento no Morumbi” – Leitor Folha.

“**Jornalismo é relatar os fatos e deixar as pessoas pensarem sobre eles**. E não influencia-las” – Leitor Estadão.

No segundo nível, mais sofisticado, o leitor avalia que *informar requer atributos*. A informação deve ser imparcial, objetiva, antecipada, completa, isenta, clara, correta e verdadeira. O leitor difere informação de opinião, afirmando que nas notícias é imprescindível que o jornalista apresente esses valores. O público interpela o jornalista para que cumpra essa finalidade: “jornalista, trabalhe direito” (leitor Folha).

“Um bom jornal tem como objetivo trazer notícias a seus leitores, com alguma análise para esclarecer aspectos relevantes. Quem compra um jornal quer saber o que aconteceu, de forma **verdadeira, clara e isenta**. [...]” – Leitor Folha.

“[...] liberdade, ética e **informação correta** sempre foram, são e, tenho certeza, serão - por muitos e muitos anos - o compromisso desse responsável jornal com os seus leitores e o nosso país. Para o bem de todos nós” – Leitor Estadão.

c) Esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade

A finalidade de *esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade* foi expressa pelos leitores em 43 SDs. Eles avaliam que o jornalismo contribui para dar conhecimento às pessoas e “iluminar” o debate sobre os problemas, possibilitando o acesso a diferentes pontos de vista. O leitor reafirma seu vínculo com o jornal sempre que encontra uma finalidade sendo cumprida, uma expectativa sua sendo alcançada.

“Como ponto de vista do contraditório, necessário à boa saúde democrática, a Folha está de parabéns” – Leitor Folha.

“Indo ao encontro da coluna de Leonardo Padura, quero parabenizar a Folha. Leio quatro jornais por dia e ela, sem dúvidas, é a que **mais valoriza o divergente**. Precisamos de mais e mais dissidência. Parabéns ao jornal por **respeitar a pluralidade de opinião e ideologia**” – Leitor Folha.

O *esclarecimento* também se associa a contribuir com o debate público em torno de um tema que o leitor considera fundamental. Os temas políticos, especialmente no período eleitoral, ganham destaque nas avaliações do leitor.

“A entrevista “Potências falam de paz, mas enviam armas” [...], com perguntas bastante informadas sobre a conjuntura atual na Síria, **desvendou a ambiguidade** dos países envolvidos com a guerra na Síria, **notável contribuição para o debate público** neste momento em que se caminha para uma nova negociação” – Leitor Estadão.

“Os jornalistas DO O GLOBO , estão de parabens , quer dizer EU sou um nada, apenas uma eleitora , mas vou te dizer depois que **fui esclarecida pelas notícias do o globo** [...] – Leitor O Globo.

Ao tratar da finalidade de esclarecer o cidadão, o leitor afirma que a imprensa ajuda na formação da opinião, seja para mudar pensamentos ou para reforçar convicções. O leitor não quer só informação, quer que seja qualificada e plural para lhe ser útil.

“Parabéns à Folha. Acompanho suas páginas há pelo menos vinte anos e sempre **encontro informação útil e pontos de vista a serem analisados (mesmo que possam ser discordantes dos meus)**” – Leitor Folha.

“**O papel social, educacional e de utilidade pública** desempenhado pelo ‘Estadão’ ao longo de tantos anos se reforça a cada edição. [...] **O jornalismo sério mais uma vez vence, ajudando a reforçar convicções, até mudar de opiniões. É o verdadeiro papel da mídia sendo exercido em sua plenitude**” – Leitor Estadão.

“Cumprimento a postura transparente do jornal em deixar clara sua visão política por meio de seu editorial, mas também de proporcionar uma **análise crítica, inteligente e plural por meio de seus textos, fotos e vídeos**. Independentemente da postura política que possamos adotar, é este o jornalismo que nos leva até as notícias para **consolidarmos, modificarmos e aprofundarmos nossa compreensão de Brasil e de mundo**” – Leitor Estadão.

É presente a compreensão de que o jornalista deve ouvir “todos os lados”, sem fazer julgamentos, deve buscar um equilíbrio de pontos de vista. Apresentar opiniões divergentes seria um dos modos de alcançar a imparcialidade e a independência. E o leitor pede “por favor” para o jornal não abandoná-lo e “se esforçar” para cumprir essa finalidade.

“Muito triste esse jornal. Não é função de jornalista julgar. Com relação a crise das escolas em São Paulo, **a função do jornalista é ouvir não só as pessoas que estão ocupando a escola, mas também os que querem estudar, fazer prova, pegar o seu diploma**. Como uma turma se auto intitula representante de todos os outros alunos, e resolve trocar o cadeado das escolas, mandar a diretora, os outros alunos e os professores passear? Isso é democracia ou ganha quem grita mais alto?” – Leitor Folha.

“Parabéns ao melhor jornal do país, obrigado por existirem e por salvar a pátria ao **manter um meio termo tão difícil de conseguir** ; mesmo sendo difícil este meio termo **por favor continuem a se esforçar para mantê-lo, o Povo precisa de vocês, não nos abandonem**” - Leitor Folha.

“Simpatizo com as ideias liberais e gostaria de ver uma avaliação imparcial da Folha. **Espero matérias abordando os dois lados da notícia, como manda o jornalismo sério**” – Leitor Folha.

Grande parte dos leitores não percebe a pluralidade no sentido de mostrar o mundo em todas as suas facetas. O que eles consideram de fato é que a pluralidade implica

apresentar as diferentes opiniões, mesmo que desagradem a linha editorial do jornal e que sejam diversas da sua própria (alguns leitores reconhecem ser positivo ver opiniões que não são as suas). Ao falar sobre a pluralidade, os leitores abordam repetidamente a atuação dos colunistas dos jornais. Às vezes consideram que o colunista está cumprindo a finalidade que eles esperavam que as notícias também cumprissem. Uma ponderação bastante razoável feita por muitos leitores é a exigência de que os colunistas respeitem a diversidade e não só critiquem, mas façam uma análise qualificada. Os leitores percebem o que muitos jornais parecem ignorar: opinião é diferente de crítica.

“Ótima coluna. Mais uma vez JF [Janio de Freitas] forçando a **expansão do horizonte de visão** numa mídia e jogo político cada vez mais simplificadores e estreitos” – Leitor Folha.

“Só faltou falar que **fazer só crítica não é um bom jornalismo**. A honestidade intelectual implica em **ajudar a divulgar o que está bem, para que todos tenham orgulho de ser brasileiros**” – Leitor Folha.

“**Abomino esse tipo de opinião e de artigo** [o leitor está criticando o artigo de Eugênio Bucci ‘A cadeira vazia do jornalismo’] **sem fundamentação clara e considero venerável a posição pluralista do ‘Estadão’, que oferece espaço a todos**” – Leitor Estadão.

d) Verificar a veracidade das informações

A finalidade de *verificar a veracidade das informações*, expressa em 33 SDs, mostra a importância da apuração dos fatos para o leitor. As notícias devem ser verificadas e ter provas que demonstrem como as coisas “de fato” são. A sociedade espera que o jornalismo cumpra esse papel.

“Notícia não precisa ser inventada ou criada,tem que ter **credibilidade,verdade.....além da verdade**,com ética e responsabilidade!” – Leitor O Globo.

“Caro Editorial, Louvável a intenção de se **buscar equidistância na apuração dos fatos** e manter-se imparcial na divulgação das reportagens. **É o que o leitor e a sociedade de qualidade esperam e prestigiam de quem o faça**. Parabéns e sucesso nesse objetivo” – Leitor Folha.

O público reconhece que o jornalismo deve sempre se pautar pela verdade, “doa a quem doer”. O leitor associa essa finalidade à delimitação do jornalismo como gênero

discursivo: se não tiver provas verificadas ou não apresentar uma relação “isenta” com as fontes, torna-se leviano, mau jornalismo, ficção.

“Parabéns a todos vocês pelos 140 anos de informações sem nunca baixar a guarda e **primar sempre pela verdade, doa a quem doer**” – Leitor Estadão.

“Como fazer em um dia em que parece não haver notícia? O Lauro [Jardim] **inventa uma e dane-se o compromisso com a verdade**” – Leitor O Globo.

“Que reportagem esquisita, **parece roteiro de ficção: quem são as fontes? É o de sempre ‘pessoas próximas’?** O julgamento acabou há pouco, como poderia almoçar com ele como se soubesse do resultado? Jornal já começa a criar narrativas. Impressionante. **Daria para dissecar esse texto em uma aula de jornalismo do que não se deve fazer**” – Leitor Folha.

“**Quero uma reportagem mais séria, de verdade, que apure de fato se houve ou não esse problema** de transmissão q estão falando q teve. Ligar nos responsáveis por essas linhas, ir na cidade, usar contatos de jornalistas no local, viajar para lá, conversar com os técnicos da transmissora, **não sei, mas apurar a existência do fato. Qd o jornalista afirma ‘conforme apurou’, quero saber como apurou**” – Leitor Folha.

e) Selecionar o que é relevante

A finalidade de *selecionar o que é relevante* é citada pelos leitores em 31 SDs. O leitor discute constantemente a relevância das pautas, criticando os critérios para a escolha dos temas e também os enquadramentos utilizados para cobrir os assuntos. Destacar o que é relevante é fazer bom jornalismo e fortalece o vínculo da audiência com o jornal.

“No mesmo dia em que 12 pessoas foram assassinadas em Paris num atentado ao jornal ‘Charlie Hebdo’, centenas de pessoas morreram num ataque do grupo radical islâmico Boko Haram, na Nigéria. Enquanto o terrível ataque na França mereceu o destaque principal na primeira página do ‘Estadão’ e dos principais veículos da mídia no mundo, a notícia sobre as mortes na Nigéria praticamente não existiu. **Por que a vida de uma dúzia de vítimas merece mais destaque do que a vida de centenas de vítimas?** Afinal, se somos ‘Charlie’, somos também Nigéria” – Leitor Estadão.

“Parabenizo a Folha pela sensibilidade e **lição de bom jornalismo** por haver publicado na capa as imagens da selvageria em Curitiba. **Impressionante verificar que outros jornais não deram destaque ao acontecimento histórico** na praça dos Três Poderes do Paraná. **Mais uma vez, a Folha saiu na frente do restante da mídia impressa nacional**” – Leitor Folha.

Por outro lado, o leitor expressa afastamento quando avalia a irrelevância dos assuntos abordados, especialmente quando a pauta é sobre a vida de celebridades. O leitor aponta claramente: isso não me interessa, a finalidade do jornalismo não é essa.

“**Quanta informação desperdiçada!** !!!Eu lá quero saber onde a Giseli [Gisele Bündchen] toma banho de mar????Pior que isso,só Big Brother” – Leitor O Globo.

“Folha de S.Paulo: ‘Vanessa Gerbelli está namorando protagonista de ‘Malhação’, que é 17 anos mais novo’. **Se isso é assunto relevante, não quero nem imaginar o que a Folha de S.Paulo pensa que é irrelevante**” – Leitor Folha.

“**Tanta coisa importante pra mostra** aí vem mostra isso, o que de fato isso agrega a nossa vida? Nada. **O que agrega de fato eles não mostram**, agora o que desagrega, á isso pra eles é importante. Que mídia vazia essa nossa” – Leitor O Globo.

É bastante comum que os leitores associem aos “estagiários” dos jornais a escolha de um tema que consideram irrelevante. Mostra, no jogo das relações imaginárias, que o leitor imagina o jornalista como um profissional que estudou e tem experiência, portanto teria condições de cumprir a finalidade de selecionar o que é relevante. Um leitor também critica que o veículo só alterou uma imagem em uma notícia depois da reclamação do público: para ele, o jornal deveria ter avaliado antes que a imagem não era apropriada.

“**Deve ser um estagiário que está atualizando essa página do O Globo.** Pelo amor de Deus meu filho... **Vc não tem assunto melhor? Tanta coisa acontecendo no mundo.** Quanta imaturidade!!!! Vai estudar, vai...” – Leitor O Globo.

“Desculpa que nada. **Teve todo o tempo p analisar a impropriedade da divulgação.** Só recuou ante as incontáveis críticas” – Leitor Folha.

f) Investigar

A finalidade de *investigar* foi reafirmada pelos leitores em 21 SDs. O público valoriza a investigação como uma missão do jornalismo: ela garante um jornalismo questionador, “independente” e de boa qualidade. Para o leitor, investigar é um valor basilar da notícia e da reportagem e é o que as distingue da parte opinativa do jornal.

“**JORNALISMO CLASSE ‘A’.** Continuem assim, **corajosos, independentes e investigativos**” – Leitor Folha.

“Esta semana, o “Bom Dia Brasil”, da TV Globo, veiculou uma matéria sobre o perfil dos ciclistas em São Paulo e constatou o óbvio: a maioria dos ciclistas que circulam pela cidade é trabalhador de bairros periféricos e não conta com sistema cicloviário. Que coisa! Era um fato desconhecido? Não, definitivamente não! Não sabia quem não queria ou não tinha interesse. **Há duas questões aí. Primeira, um jornalismo que não investiga, de péssima qualidade**, que não faz ideia do que é trânsito e segurança do trânsito, muito menos pedestres e ciclistas. [...] **O jornalismo não questiona, simplesmente acredita, aceita e divulga.** Não é um problema exclusivo da TV Globo, mas de toda a imprensa” – Leitor Estadão.

“**O jornal investiga, e oferece a notícia.** Os comentaristas que criem os seus próprios Blogs. Se forem bons, manter-se-ão. Se ninguém se interessar, paciência. É da vida. Impressiona os assinantes a grande quantidade de colunistas que se ocupam apenas em fazer proselitismo” – Leitor Folha.

Os leitores reconhecem que investigar leva ao cumprimento da finalidade de fiscalizar o poder e fortalecer a democracia. Alguns citam o caso exemplar de Watergate para defender que esta seja a missão do jornalismo.

“Calar a imprensa é coisa própria de governos ditatoriais. **Só o jornalismo investigativo livre, sem peias, pode levar ao conhecimento dos brasileiros os casos de doenças administrativas patológicas como são os casos de corrupção,** ativa e passiva, quase endêmica, que assola este país e que tanto aflige os cidadãos de bem, conspurcando a cidadania brasileira” – Leitor Estadão.

“**É, sim, função da imprensa investigar.** Se não fosse a investigação de dois repórteres do jornal ‘Washington Post’, na década de 1970, nos EUA, o escândalo Watergate não teria dado em nada. Mas graças ao trabalho da imprensa o caso veio à tona e obrigou o então presidente republicano, Richard Nixon, a renunciar” – Leitor Estadão.

Alguns leitores recusam a função do jornalismo de “apenas informar”, problematizando que o investigar é o que garante um jornalismo com apuração, relacionando aqui com a finalidade de verificar a veracidade das informações.

“Sra. presidente Dilma, com os meus respeitos, penso em dizer que **a função precípua do bom jornalismo investigativo é efetivamente apurar se a informação é verdadeira ou não – para não deturpá-la.** [...] O bom jornalismo investigativo serve, e muito, para tentar depurar as mazelas que infestam os poderes, digamos, constituídos. Sejam eles municipais, estaduais ou federal. Isso em se tratando de política. **Se a função do jornalismo ficar apenas em noticiar, deixo, a partir de hoje, de ler, ouvir rádio e assistir ao noticiário de TV**” – Leitor Estadão.

g) Registrar a história e construir memória

A finalidade de *registrar história e construir memória* foi trazida pelos leitores em 18 SDs. Ao jornalismo cabe documentar os fatos mais importantes que ajudam a sociedade a entender seu tempo.

“Cumprimentos também pela edição histórica do caderno referente aos 140 anos de vida do Estadão, que apresenta **um grande e oportuno apanhado de fatos da nossa História, registrada cotidianamente nas páginas do jornal,** desde a primeira edição de A Província de São Paulo, em 1875, até os dias atuais” – Leitor Estadão.

“**O que você chama de história, a gente já chamou de notícia.**’ Recentemente assisti ao filme ‘Getúlio’, que narra com muita fidelidade as últimas semanas da vida do ex-presidente Vargas; filme que, além de bem feito, muito me emocionou, trazendo recordações de um importante e traumático **pedaço da nossa História, o qual acompanhei, dia a dia, lendo o ‘Estadão’**. Parabéns a esse magnífico e insubstituível jornal, pelos seus 140 anos exemplarmente vividos” – Leitor Estadão.

“**Com uma aula magna quer de História, quer de jornalismo,** o caderno comemorativo dos 140 anos do Estadão, quero crer, atendeu às melhores expectativas de seus incontáveis leitores. Parabéns ao jornal mais querido do Brasil pela **espetacular síntese dos fatos que marcaram cada ano** de vida desse consagrado matutino” – Leitor Estadão.

Os jornais também servem para que, no futuro, as pessoas possam se recordar de momentos fundamentais da história, podendo também ser utilizados de forma pedagógica nas escolas. Para o leitor, esse registro é um grande serviço prestado pelo jornalismo.

“Parabéns pela edição do conteúdo digital sobre os 50 anos do golpe. Trata-se de um trabalho de alta qualidade. **Sou professora de história do Brasil e creio que o material pode ser de grande utilidade para os alunos**” – Leitor Folha.

“Gosto da língua culta, do português bem escrito. Isso encontro nos artigos e matérias do ‘Estadão’. **Uso reportagens antigas para ilustrar minhas aulas de Processo Penal na PUC-SP**” – Leitor Estadão.

h) Interpretar e analisar a realidade

A finalidade de *interpretar e analisar a realidade* foi destacada pelos leitores em 13 SDs. O sentido principal é de que o jornalismo deve avaliar os fatos que acontecem e explicá-los de forma aprofundada à sociedade.

“Que o ‘Estadão’ mantenha seu estilo ético, sério e profundo, **pleno de textos densos, bem escritos e com análises detalhadas.** Que não ceda às tentações da ‘tabloidização’ e do sensacionalismo a que tantos outros jornais cederam, supostamente para atrair mais público, porém contribuindo para idiotizar ainda mais nossa nação” – Leitor Estadão.

“Parabéns pelos 141 anos de **jornalismo que prima pela observação, análise,** prudência e a experiência, virtudes insubstituíveis à crível informação. O ‘Estadão’ orgulha o Brasil e, em especial, a nós, paulistas” – Leitor Estadão.

É a função que o jornalismo *deveria* cumprir, mas que alguns leitores observam não estar cumprindo.

“Clareza para avaliação e serenidade para **interpretação. Não é pedir muito** [da imprensa]. **Mas ultimamente, vem sendo artigo de luxo**” – Leitor Folha.

“**Um bom jornal tem como objetivo** trazer notícias a seus leitores, **com alguma análise para esclarecer aspectos relevantes**. Quem compra um jornal quer saber o que aconteceu, de forma verdadeira, clara e isenta. Esta foi a razão da consolidação da Folha como veículo de notícias. **Por alguma razão, o jornal decidiu se distanciar dessa linha. Passou a noticiar o futuro. Faz especulações**, dedica manchetes e páginas a pesquisas eleitorais e de avaliação do governo” – Leitor Folha.

Sejam os colunistas jornalistas ou não, o leitor exige que eles cumpram as finalidades do jornalismo por estarem ocupando um espaço nobre no jornal. A interpretação é uma dessas exigências.

“[...] **O jornalismo precisa de excelentes colunistas** para concorrer com outras fontes de informação, como a TV e a internet. **Eles são os que aprofundam as análises e trazem o que de fato ocorre por trás das notícias oficiais**” – Leitor Folha.

“A linha defendida por Carlos Alberto Di Franco é primorosa (“Jornal, âncora da democracia”, 25/5, A2). **A boa imprensa é aquela que não se furta a trazer opinião, mas com a atenção para o devido aprofundamento e análise**, quesitos distantes das redes sociais [...]” – Leitor Estadão.

i) Defender o cidadão

A finalidade de *defender o cidadão* está presente em 10 SDs. O leitor expressa felicidade, satisfação ou gratidão ao depositar a expectativa de que o jornalismo proteja a sociedade. Nesta finalidade se enquadra a expectativa do público de que o jornalismo seja porta-voz do cidadão.

“Meus sinceros parabéns, **vocês são o olho, ouvido e olfato do povo Brasileiro**, pois sem vocês somos cegos, mocos e insensíveis, continuem a nos informar, **proteger** e ensinar” – Leitor Folha.

“**Ficaremos muito mais felizes** ainda com a Folha, se ela **instruir as famílias das vítimas**, a serem indenizadas pelo estado!” – Leitor Folha.

“**Manifesto minha satisfação em ver que ainda temos jornalismo sério, que defende os direitos de quem realmente trabalha neste país**. Registro meu elogio à matéria que falou sobre os desmandos ocorridos com o plano de previdência dos funcionários dos Correios” – Leitor Estadão.

Os leitores associam essa finalidade com a de fiscalizar o poder e fortalecer a democracia, ao avaliar que as denúncias feitas pelos jornais são eficazes, pois dão retorno.

Um leitor demonstra a expectativa de que, com a publicação de fatos relacionados à violência, aumente o policiamento. Outro registra que é “devedor” por o jornal cumprir essa finalidade.

“Também chamada de quarto poder a imprensa, é sem dúvida a que mais defende a sociedade, e com uma eficiência e eficácia muito maior, seu efeito é imediato. A Folha de São Paulo, patrimônio Nacional, faz com extrema imparcialidade seu democrático trabalho, atestado pelos depoimentos dos mais brilhantes colunistas do Brasil, os que lá estão e os que por lá passaram. A Folha e o Estadão, são orgulho de nós paulistas. A Folha denuncia, a repercussão é imediata, portanto eficaz” – Leitor Folha.

j) Fazer a mediação entre os fatos e o leitor

Em apenas 5 SDs, o leitor considera a finalidade do jornalismo de *fazer a mediação entre os fatos e o leitor*, especialmente tornando a linguagem mais acessível a diferentes públicos.

“Sensacional o caderno ‘O incrível mensalão’ (19/8). **Simples, didático**, esclarecedor. Deveria ser usado nas escolas. Os desenhos de Angeli, perfeitos, são até reveladores. **Ótimo jornalismo**” – Leitor Folha.

“Gostaria de cumprimentar o jornal ‘O Estado de S. Paulo’ pelos seus 141 anos de fundação. Antes de assiná-lo, há cerca de um ano, lia, vez ou outra, outros dos grandes diários do País e me incomodava muito a maneira com que tratavam a notícia: **sem nenhuma didática, presumindo que os leitores teriam um conhecimento preadquirido sobre tudo, e sem um aprofundamento maior**” – Leitor Estadão.

O didatismo é bastante associado a essa função, e o leitor espera que o jornalismo saiba que ele não tem conhecimento amplo sobre todos os assuntos. O jornalismo deve mediar, fazendo a interpretação, para esclarecer o leitor – aí se percebe no discurso do leitor a conexão da finalidade de interpretar e analisar a realidade com a de esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade.

k) Integrar e mobilizar as pessoas

A finalidade de *integrar e mobilizar as pessoas* aparece em somente 1 SD no *corpus* em análise, apontando que o jornalismo teria o papel de ajudar, com as suas informações, a sociedade a se mobilizar.

“O editorial ‘Já chega’ merece ser reproduzido em todos os cantos do nosso continental Brasil. Elaborado em bom português, **veicula o que todo brasileiro precisa saber para ajudar a mudar** o quadro preocupante da vida nacional” – Leitor Folha.

4. Considerações finais

Os resultados de nossa análise mostram que o leitor espera que o jornalismo cumpra principalmente quatro finalidades: fiscalizar o poder e fortalecer a democracia; informar; esclarecer o cidadão e apresentar a pluralidade da sociedade; verificar a veracidade das informações.

Na avaliação das finalidades do jornalismo, os leitores destacam a imagem que fazem do jornalista como um profissional que deve ser isento, credível, imparcial, sério, crítico, independente e apartidário e demonstram a expectativa de que as funções sejam cumpridas. A pesquisa comprova que, num contexto de jornalismo em rede, a audiência é ativa, decidindo que informação é ou não credível, que informação é mais ou menos credível (SERRA, 2006), que finalidades estão ou não sendo cumpridas. Fica clara a postura vigilante do público. Ao avaliar o jornalismo, o leitor se coloca discursivamente, construindo um lugar de fala para si, para os outros leitores e para os jornalistas. Ao se posicionar, o leitor real se relaciona com uma identidade esperada de um “bom jornalista”, que é a de um profissional ético, comprometido com a verdade, criterioso no julgamento do que possui interesse público, competente nos procedimentos de apuração e informado sobre a atualidade.

O leitor demonstra que tem expectativa de que o jornalismo cumpra suas finalidades e expressa o vínculo quando vê que elas estão sendo cumpridas: “Obrigado Folha **acredito** em vocês”; “**Adoro o ESTADÃO**, independente de opções políticas e partidárias...”. Se a expectativa não é cumprida, gera nos leitores decepção, indignação e constrangimento: “estou **indignada**”; “estou **decepcionada**”; “sou assinante deste jornal há muitos anos e **estou perplexa e constrangida**”; “senti-me **insultado**”. A não identificação com o jornal pode gerar a ruptura do contrato de comunicação: “**Parando de seguir!**”; “**Vou cancelar minha assinatura**”. Muitos comentários enfatizam que os jornais subestimam a inteligência e a capacidade de avaliação do leitor.

Os leitores também demonstram o vínculo com o jornal – e então com o jornalismo – ao construírem para si um lugar de leitor qualificado e antigo do jornal. Isso os legitima para

elogiar o bom jornalismo praticado e também para criticar o que não está sendo bem feito: “**Como leitora assídua deste jornal, venho manifestar a minha indignação** ao editorial”. O leitor também reafirma o laço com o jornal quando este se desculpa: ele entende que existe um processo de produção e que o jornal pode errar, mas quer que o jornal corrija, seja transparente. Quando sugere alguma correção ou alteração e o veículo a acata, o leitor se sente agradecido, recompensado, importante: “É ótimo saber que **vocês nos escutam**”; “**Que bom que a Folha ouviu seus leitores**, primeira vez que vejo isso”.

Esses resultados ajudam a desconstruir uma possível imagem de que a audiência seria despreparada ou ignorante sobre a produção jornalística. Pelo contrário, o que observamos foram alguns leitores com plena consciência do que esperam do jornalismo. O leitor sabe que os veículos possuem uma linha editorial que guia seus conteúdos: “‘Jornal não tem que pensar. Jornal não tem que ter ponto de vista.’ – **Linha editorial manda abraços**”. O leitor conhece os limites que singularizam o jornalismo como gênero discursivo e tem a expectativa de que o jornalista – e especialmente o editor – tenha essa noção: “Publicar esse texto no jornal, sem conhecer a história direito, é irresponsável. [...] **Não são jornalismo, são comentários de compartilhamento de rede social**. Especialmente havendo uma criança envolvida, **não entendo como passou pelo editor**”. O leitor reconhece os tipos de textos jornalísticos, ironizando a partir da diferenciação entre informação e opinião: “Reportagem absurda. Aliás, **é reportagem ou coluna?**”.

Além disso, o leitor sabe que existe fonte em off, reconhece que há negociação na relação entre jornalistas e entrevistados. Também percebe o jogo de interesses da linha ideológica do jornal e faz a associação entre veículos, interpelando o jornal ou o jornalista: “Que é isso, colunista? **Tá "Vejando", foi o ANunes que pediu pra vc escrever isso?**”. O leitor distingue propaganda de jornalismo: “Qd este jornal pedir desculpas pela **propaganda política de oposição diuturna (muito diferente de jornalismo)** que há doze anos faz contra o governo, vai poder ter o mínimo de decência possível de exigir desculpas dos outros”. Por fim, o leitor expressa que constrói sua expectativa do jornalismo conforme o tipo de veículo, segmentado por público: “A manchete, **descuidada para um jornal que se diz sério, faz lembrar as gazetinhas de bairro** rodadas com poucos recursos. É pena!”.

Esses resultados vão ao encontro do que Van der Wurff e Schoenbach (2014) descobriram em uma pesquisa sobre o que a audiência da Holanda espera do bom jornalismo. Eles concluem que atualmente, assim como os jornalistas, os leitores têm uma visão mais

complexa dos papéis do jornalismo na sociedade. A pesquisa desses autores revelou que o público holandês faz a distinção entre notícias e publicidade, separa fatos e opinião, considera importante que as notícias abertamente admitam erros e sejam independentes. Encontramos o mesmo: o leitor espera que o jornalismo seja transparente no seu trabalho e responda às reclamações e demandas da audiência.

[...] A audiência – como o próprio jornalismo – mostra uma compreensão complexa dos papéis que a mídia deve desempenhar na sociedade e os valores que jornalistas, nesse sentido, deveriam sustentar. Crucialmente, a audiência compartilha com os jornalistas a noção de que os meios de comunicação têm uma função importante e independente nas democracias modernas (VAN DER WURFF; SHOENBACH, 2014, p. 15, tradução nossa).¹¹

Apesar da concepção sempre presente no discurso de veículos e jornalistas de que é o leitor que justifica o papel social do jornalismo, nossa pesquisa mostra que os comentários dos leitores não são bem aproveitados pelos jornalistas e pelos veículos brasileiros, havendo pouca ou nenhuma interlocução com a audiência. O que fica evidente é que o espaço dos comentários está repleto de informações que não podemos desprezar: os leitores estão, sim, discutindo as finalidades e o que eles esperam do jornalismo.

Referências

- ANSELMINO, Natalia Raimondo. **La prensa online y su público**: un estudio de los espacios de intervención y participación del lector em Clarín y La Nación. Buenos Aires: Editorial Teseo, 2012.
- BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. **Galáxia**. N. 14. São Paulo: PUC-SP, 2008.
- BENETTI, Marcia. A apropriação discursiva da morte pelo leitor. In: MAROCCO, Beatriz; BERGER, Christa; HENN, Ronaldo (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 apresentado ao CNPq. Porto Alegre: UFRGS, 2014.
- BERELSON, Bernard. What missing the newspaper means. In: LAZARFELD, Paul; STANTON, Frank (org.). **Communications research 1948–9**. New York: Harper and Brothers, 1949.
- BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching, realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**. V. 7, n. 2. Brasília: SBPJor, 2011.
- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das mídias**. São Paulo: Contexto, 2007.
- GARTON, Laura *et al.* Studying online social networks. **Journal of Computer-Mediated Communication**. V. 1, n. 3, 1997.

¹¹ “[...] The audience – like journalism itself – shows a complex understanding of the roles that media should play in society and the values that journalists, accordingly, should uphold. Crucially, the audience shares with journalists the notion that news media have an important and independent function in modern democracies”.

- HAGEN, Sean. A web 2.0 como ambiente de recepção jornalística: os sentidos produzidos pelos leitores em *sites*, blogs e redes sociais. In: GOMES, Itania (org.). **Análise de telejornalismo**: desafios teórico-metodológicos. Salvador: EDUFBA, 2012.
- HEINRICH, Ansgard. **Network journalism**: journalistic practice in interactive spheres. London: Routledge, 2011.
- MASIP, Pere. Investigar el periodismo desde la perspectiva de las audiencias. **El profesional de la información**. V. 25, n. 3, 2016.
- MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Tempo Social**. Revista de Sociologia da USP. V. 11, n. 1. São Paulo: USP, 1999.
- MOUILLAUD, Maurice. O nome do jornal. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio (org.). **O jornal da forma ao sentido**. Brasília: Paralelo 15, 2012.
- NAH, Seungahn; CHUNG, Deborah. When citizens meet both professional and citizen journalists: social trust, media credibility, and perceived journalistic roles among online community news readers. **Journalism**. V. 13, n. 6. Londres: Sage: 2012.
- ORLANDI, Eni. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas: Pontes, 2007.
- PÊCHEUX, Michel. Análise automática do discurso. In: GADET, Françoise; HAK, Tony (org.). **Por uma análise automática do discurso**: uma introdução à obra de Michel Pêcheux. Campinas: Editora da Unicamp, 1993.
- REGINATO, Gisele Dotto. **As finalidades do jornalismo**: o que pensam veículos, jornalistas e leitores. Tese de Doutorado: UFRGS, 2016. Disponível em: <<http://goo.gl/gLYBDo>>.
- SANTAELLA, Lucia; LEMOS, Renata. **Redes sociais digitais**: a cognição conectiva do Twitter. São Paulo: Paulus, 2010.
- SERRA, Paulo. A credibilidade da informação na web. **BOCC**. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2006.
- SINGER, Jane. User-generated visibility: secondary gatekeeping in a shared media space. **new media & society**. V. 16, n. 1. London: Sage, 2014.
- SINGER, Jane. Leaning Conservative: innovation and presidential campaign coverage. **International Symposium on Online Journalism**. V. 5, n. 1. 2015.
- TRAQUINA, Nelson. As notícias. In: TRAQUINA, Nelson (org.). **Jornalismo**: questões, teorias e “estórias”. Lisboa: Vega, 1999.
- VAN DER WURFF, Richard; SCHOENBACH, Klaus. Civic and citizen demands of news media and journalists: what does the audience expect from good journalism? **Journalism & Mass Communication Quarterly**. London: Sage, 20 jun. 2014.
- ZAGO, Gabriela da Silva. Da circulação à recirculação jornalística: filtro e comentário de notícias por interagentes no Twitter. In: PRIMO, Alex (org.). **Interações em rede**. Porto Alegre: Sulina, 2013.