

## Um panorama dos estudos científicos sobre comentários de leitores

BUENO, Thaísa<sup>1</sup>

**Resumo:** Inseridos na imprensa online há mais de uma década os comentários de leitores, como parte da cultura participativa, continuam gerando controvérsia, seja por ser um recurso ainda subutilizado de maneira sistematizada na agenda da mídia, por não se configurar efetivamente como um espaço de colaboração do jornalismo (pelo menos no modelo tradicional de colaboração) ou por, na interação com outros internautas, ainda ser foco de críticas pela constante incivildade no conteúdo de muitos *posts* colocando em xeque a qualidade e necessidade de seus serviços. Diante dessa realidade a proposta deste artigo foi descrever o que tem sido pesquisado no país sobre o tema. O levantamento feito entre os meses de janeiro e março de 2014 analisou pesquisas nos 46 programas de pós-graduação em Comunicação Social (Mestrado e Doutorado) listado pela Capes ([www.capes.gov.br](http://www.capes.gov.br)). Nesse período não foi encontrada nenhuma publicação nesses níveis que tivessem a palavra “comentário” no seu título. Aprofundando a listagem para a leitura de resumos encontrou-se algumas teses e dissertações que adotam a análise de comentários em suas metodologias, embora a ferramenta não seja o foco principal do trabalho. O artigo, portanto, faz um panorama do tema e tenta classificar em que aspectos o assunto tem sido mais discutido ou ignorado pelos pesquisadores brasileiros.

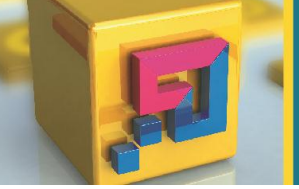
**Palavras-chave:** Comentários de leitores; Interatividade; Pesquisa

### 1. INTRODUÇÃO

Para que servem os comentários de leitores nos veículos jornalísticos da *web*? A resposta para essa pergunta é uma tentativa de entender qual a utilidade real no uso e adoção dessa ferramenta por meio de veículos e internautas uma vez que a sua inserção na mídia, há mais de uma década, continua gerando controvérsia, seja por ser um recurso ainda subutilizado de maneira sistematizada na agenda da mídia, por não se configurar efetivamente como um espaço de colaboração do jornalismo (pelo menos no modelo

---

<sup>1</sup> Graduado em Jornalismo; Especialista Imagem e Som pela UFMS; Mestre em Letras; Estudante do programa de Pós-Graduação, Doutorado em Comunicação na PUC-RS. Professora Assistente do curso de Jornalismo da UFMA-Imperatriz (MA). E-mail: [thaisabu@gmail.com](mailto:thaisabu@gmail.com)

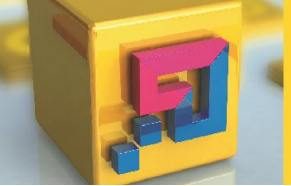


tradicional de colaboração) ou por, na interação com outros internautas, ainda ser foco de críticas pela constante incivilidade no conteúdo de muitos *posts* colocando em xeque a qualidade e necessidade de seus serviços.

Os comentários, como parte dessa nova postura tanto de veículos quanto de usuários na rede devem ser entendidos neste artigo como os textos inseridos por internautas na plataforma que os meios de comunicação disponibilizam como lugar de interação, diretamente ligados ao conteúdo produzido e veiculado pelo veículo. Comentários serão tomados aqui, portanto, como esses textos criados pelos leitores, com algum tipo de ponderação referente ao assunto tratado no conteúdo a ele vinculado ou mesmo postagem ali disponível sem relação alguma com o teor noticioso específico a ele atrelado. Ou seja, comentário aqui é qualquer texto do internauta, publicado no aparelho de interação disponibilizado ao receptor para que este opine ou contribua com o conteúdo produzido pela mídia. Comentário nesse caso não deve ser confundido com o tipo textual, classificado por Melo (2003) como um típico texto do gênero opinativo dos modelos de conteúdo jornalísticos, mas sim a postagem do internauta, livre ou moderada pelo veículo, independente do seu teor.

Conforme (Ilan, 2001) a tecnologia que permitiu a implantação dos comentários em sites de notícia começou em 2000, quando já popularizado nos blogs o programa que permitiu que os comentários fossem adicionados a páginas da *web* migrou para as *homepages* dos sites de notícia. Como bem pontua o autor, um método que fez grande sucesso, tanto entre os internautas, que podiam expor suas opiniões diretamente no material publicado; quanto entre os veículos, uma vez que o sistema permitia mais conhecimento sobre o conteúdo de interesse do seu receptor direto.

Na atualidade, de acordo com um levantamento feito na França por Eychenne (2010) circularam naquele país “1.000 comentários por dia no *lemonde.fr*, 100.000 por mês no *20minutes.fr* e 400.000 no *figaro.fr*”. Nos Estados Unidos, conforme estudo de Anderson (2012), três em cada dez norte-americanos, usuários da internet, já postaram comentários em notícias on-line. E em Israel, levantamento de Nagar (2011) mostra que



62% dos internautas relataram ler os comentários postados nas notícias e que 19% garantem que têm o costume de escrever pelo menos “de vez em quando”<sup>2</sup>.

Nagar (2011) descreve, ainda, que os usuários afirmaram ler os comentários para aprender sobre as opiniões dos outros e muitos participantes enfatizaram que, como cidadãos ativos, deveriam estar cientes sobre o que o público pensa sobre temas importantes. Ainda de acordo com a autora, os entrevistados disseram reconhecer que as opiniões expressas nos comentários não representam necessariamente o pensamento do público em geral, mas que acreditam que essas postagens podem incluir informações e opiniões que não são acessíveis em qualquer outro meio.

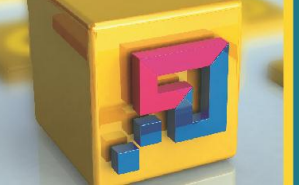
Ainda que não tenha localizado um estudo nesse formato no Brasil, os números divulgados por esses levantamentos, levando em conta as particularidades de cada país, nos dão uma noção de como a ferramenta tem se popularizado. Só para termos uma ideia dessa dimensão, vale olharmos para os grandes veículos de comunicação nacional que usam a ferramenta. Nessas mídias, em média, os comentários variam de 100 a 200 postagens por dia. No dia 9 de outubro, por exemplo, um dia absolutamente normal em termos de assuntos noticiosos, os jornais *Folha de S. Paulo*, que usa a mediação de comentários; e o jornal *O Globo*, que permite comentários sem restrições, mantiveram, ambos, média de 120 comentários na sua reportagem mais comentada. Na *Folha de S. Paulo* a publicação cujo título foi <sup>3</sup>*Para Haddad, privilegiar o carro é como privatizar São Paulo*, contabilizou 123 comentários em um dia; no jornal *O Globo* a reportagem <sup>4</sup>*Na cultura da Rede não há lugar para inimigo histórico dos trabalhadores rurais, diz Marina*, que apareceu como a mais comentada do dia, finalizou com 120 postagens. Mas a listagem pode ser ainda maior, com recorde de mais de 800 comentários em matérias de grande popularidade, como aconteceu com a notícia *Criança argentina de 6 anos pode mudar de sexo em documento*, publicada no dia 29 de outubro no site *G1*.

---

<sup>2</sup> Tradução livre

<sup>3</sup> <http://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2013/10/1353935-haddad-diz-que-esperava-perder-apoio-com-faixas-exclusivas-de-onibus.shtml>

<sup>4</sup> <http://oglobo.globo.com/pais/na-cultura-da-rede-nao-ha-lugar-para-inimigo-historico-dos-trabalhadores-rurais-diz-marina-1-10304486>



Embora não seja uma pesquisa formal, a enquete publicada no Blog do Sakamoto<sup>5</sup> (<http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/>) com o título *O que pensam e querem os que comentam textos na internet?*, em outubro de 2013, oferece algumas pistas sobre o comportamento também dos comentadores brasileiros. A sondagem mostra, por exemplo, uma efetiva insatisfação do internauta brasileiro com o conteúdo dos comentários e sua utilidade. Do total de votantes (5.500), 83,42% disseram que consideram os comentários dispensáveis, contra 14,14% que os veem como essenciais. Por outro lado, expõe que de alguma forma o internauta costuma ler e até se deixa influenciar por essas postagens: a maioria admitiu que já mudou de opinião sobre um assunto ao ler o que pensavam os outros leitores. Outro dado curioso da enquete era sobre com o internauta enxerga as opiniões postadas na *web* por meio da plataforma: 45,12% acreditam que as postagens retratam a opinião da sociedade, contra 48,31% que acreditam que esses textos são mais conservadores que a sociedade. Por fim, a enquete questionava sobre o papel democrático desse recurso interativo. O resultado ratifica a dificuldade ainda latente de entender a função efetiva da plataforma. De acordo com o resultado, 57,66% acreditam que os comentários contribuem com o acirramento de ânimos e a manutenção de preconceitos; já 42,34% defendem que estes ajudam no debate<sup>6</sup>.

Se o internauta está confuso sobre a função do recurso, a mídia parece que também está. Uma prova disso é que, apesar da popularidade nas postagens, muitos veículos estão caminhando na contramão dessa construção. No início de 2012 o jornal *Folha de S. Paulo*, que mantinha livre a postagem de comentários em sua versão digital limitou comentários a 20 matérias por dia, previamente selecionadas pelo jornal. Eles alegaram que se inspiraram numa postura adotada, naquele mesmo ano, pelo jornal americano *NY Times*, depois de ter de responderem a diversos questionamentos do Ministério Público sobre o conteúdo pouco civilizado dos *posts* de parte de seus leitores.

---

<sup>5</sup> Leonardo Sakamoto é doutor em Ciência Política e professor de Jornalismo na PUC-SP.

<sup>6</sup> Para ter acesso a enquete completa: <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2013/10/22/enquete-o-que-pensam-e-querem-os-que-comentam-textos-na-internet/>.

Em 2013 a revista <sup>7</sup>*Popular Science* publicou um editorial explicando ao seu leitor porque não permitiria mais postagens de comentários em suas matérias. Eles trouxeram dois estudos que mostraram o caráter nocivo que comentários, na maioria ignorantes e incivilizados, podia trazer para os seus leitores. Em um dos estudos, cujo título foi *The Social Context of Online News: How Incivility in Online Comments Impacts Public Perceptions of and Public Engagement with Science (Ashley A. Anderson)*, o jornalista diz que a incivilidade dos comentários afeta o entendimento da notícia. No levantamento foram avaliados os níveis de incivilidade em mais de 100 mil comentários. Entre as conclusões está a de que ao ler esses comentários pouco educados nas matérias, além de diminuir o entendimento efetivo do conteúdo os leitores ficavam mais deprimidos.

Em abril de 2014 o site da *MacMagazine (www.macmagazine.com.br)*, que além de vender mercadorias da marca *Apple* também disponibiliza notícias referentes aos lançamentos e usos dos seus produtos, excluiu a plataforma de comentários de leitores sua página sob a alegação que:

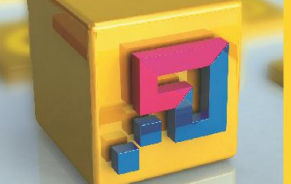
A grande maioria dos comentários postados pouco acrescentam ao tema e/ou são repetitivos. Em outras palavras, acaba se tornando uma grande perda de tempo para todos. Sem falar que, mesmo na fase do Facebook, ainda enfrentamos eventualmente problemas com pessoas desrespeitosas, que só querem tumultuar o espaço (MACMAGAZINE – on-line)

O grupo que cuida do conteúdo da página alegou que sua equipe passou pelo que denominaram “fases” do comentário de leitores – sistema próprio de cadastro de usuários, inserção de recursos interativos na plataforma, autorização rigorosa de registro dos comentadores e parceira de cadastro com a rede social *Facebook* – na tentativa de potencializar o debate no formulário até tomarem a decisão de excluir o dispositivo da página.

Como se não bastassem os pontos negativos que citamos, muita gente adorava usar a área de comentários para apontar erros em nossas matérias. Embora sejamos ‘muito’ gratos a todos os leitores que nos ajudam na revisão de *posts*, os

---

<sup>7</sup> <http://www.popsoci.com/science/article/2013-09/why-were-shutting-our-comments>



comentários nunca foram a melhor forma de emitir esses alertas. (MACMAGAZINE – on-line)

No Brasil, o portal R7, por exemplo, que é uma mídia tipicamente da *web*, não adota a ferramenta de comentários, apesar de ser isso uma exceção. O jornal o *Estado de S. Paulo*, um dos mais importantes do país, também não faz uso da ferramenta.

Por outro lado outros veículos estão investindo na plataforma, em março de 2014 o jornal O *Globo*, que prefere a moderação posterior as postagens (o modelo também chamado de “não-moderado” ou “livre”) anunciou mudanças na sua equipe de redação e abriu cinco vagas para repórteres que iriam atuar na “mediação de comentários” mostrando que o setor tem recebido mais atenção de sua equipe editorial.

Hoje muitos veículos contratam a terceirização do serviço de mediação de *posts* de leitores, sendo essa ferramenta, que materializa a proximidade com o receptor, segundo Hermida & Thurman (2008), a maior inquietação dos editores de mídia. Conforme a autora, os comentários de leitores são a “zona cinzenta” entre os modelos de participação implementados pelas empresas de mídia e a grande preocupação dos empresários no que diz respeito à identidade e a reputação de suas marcas.

Ocupando um lugar ainda pouco sedimentado, o fato é que a mudança que os comentários trouxeram à forma como consumimos o conteúdo gerado pela imprensa é tão significativa que o assunto até mesmo foi incorporado como um dos tópicos a ser debatido no projeto de lei (PL 2126/2011) que ficou conhecido como Marco Civil da Internet. Aprovado em 22 de abril no Senado Federal a nova lei pode pôr fim à moderação dos veículos. O artigo 20 do projeto retira a responsabilidade dos *sites* sobre os conteúdos gerados por terceiros, acabando com a insegurança jurídica que justifica hoje a moderação. Antes dessa regulamentação, a falta de leis sobre o assunto gerava insegurança aos donos de *sítios* noticiosos que hospedam conteúdos de leitores. Com medo de sanções e de serem responsabilizados por postagens de seus clientes, estes preferiam retirar o que consideram de teor duvidoso. Com a mudança, também o internauta terá de repensar sua postura – a incivilidade é um tema bastante corrente entre

pesquisadores quando o assunto é participação nesta plataforma -, já que será sua a responsabilidade jurídica sobre o que inserir na plataforma.

## **2 PESQUISAS CONTRIBUEM PARA ENTENDER A FERRAMENTA**

Em meio a tudo isso parece razoável tentar entender, por fim, a que essa plataforma se dispõe, afinal, mesmo sendo, ao que parece, o ícone do modelo participativo da atualidade, sua adoção e, particularmente, seu formato de uso, ainda tem gerado muito debate e dividido opiniões. Fora isso, embora tenha sido a pauta de discussões em várias instâncias da sociedade, o fato é que ainda há poucas pesquisas que tratem de comentários no Brasil, particularmente no que tange sua utilidade, tanto na perspectiva do que está previsto na sua estrutura (suporte) quanto do ponto de vista do uso (ressignificação cultural e social), e nesse caso, tanto no que tange a apropriação do próprio veículo que o disponibiliza ou do usuário que lhe dá novas funções.

McLuhan (1964) já dizia que nós criamos nossas ferramentas e, depois, essas mesmas ferramentas nos moldam. Entender isso é tentar contribuir para conhecer não mais um aparato, mas toda a experiência social que ele agrega. Afinal de contas, apreciar as tecnologias é também incorporar à memória a história das ações dos homens a quem essas ferramentas estão circunscritas.

Sendo assim era importante conhecer o que se estava pesquisando no país sobre o tema comentários de leitores. Em levantamento feito para este artigo entre os meses de janeiro e março de 2014, nos 46 programas de pós-graduação em Comunicação Social (Mestrado e Doutorado) listado pela Capes ([www.capes.gov.br](http://www.capes.gov.br)) não foi encontrada nenhuma publicação nesses níveis que tivessem a palavra “comentário” no seu título<sup>8</sup>. Aprofundando a listagem para a leitura de resumos encontrou-se algumas teses e dissertações que adotam a análise de comentários em suas metodologias, embora a ferramenta não seja o foco principal do trabalho. Só para exemplificar, é o caso dos

---

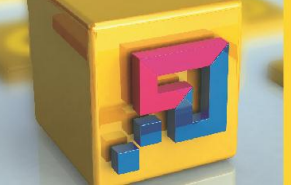
<sup>8</sup> Entendemos que nem todos os programas mantêm seu sistema atualizado e muitos deles só disponibilizam material até 2012. Outras áreas do conhecimento como Linguagens, Letras e Tecnológicas, que poderiam também ter interesse por este assunto, não estão contemplados nesse levantamento.

estudos de Nunes (2013) e Dalpiaz (2013), que trazem contribuições sobre a postura do internauta no uso da ferramenta, embora a análise de comentários seja apenas uma parte metodológica de seus estudos, que tinham, ambos, objetivos diferentes daquelas pesquisas que adotam o comentário como objeto de estudo.

Nunes (2013), por exemplo, busca entender o perfil editorial do veículo *The Daily*, a primeira publicação no seu modelo exclusiva para *tablets*. A autora investigou os comentários na tentativa de averiguar se o seu leitor divagava sobre questões editoriais ou construção do *ethos* do jornal. No entanto, na leitura dos *posts* percebeu que nenhum comentário estava focado na construção editorial do veículo - “O estudo mostrou que esses *posts* não traziam subsídios da completude do produto, apenas de questões editoriais isoladas e certas questões de linguagem” (p. 77). Já o trabalho de Dalpiaz (2013) usou os comentários para complementar seu estudo que tinha como objetivo principal conhecer a identidade brasileira construída no jornal *The Guardian*. Os comentários ajudaram a entender como as matérias que reportavam assuntos nacionais eram recebidas pelos leitores do veículo.

Nesse formato, mas no âmbito da pesquisa aplicada, também é interessante destacar o relato de Kerber (2009). O autor descreve um experimento aplicado no Laboratório de Pesquisa em Jornalismo Digital do Mestrado em Jornalismo da UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina) que analisa o processo de apuração de informações nas plataformas do *Slashdot* e *Kuro5hin*, duas ferramentas que permitem a inserção de conteúdo por pessoas leigas e que são usadas na produção das matérias. Mesmo com um foco um pouco diferente dos estudos específicos de comentários de leitores, o experimento traz algumas particularidades interessantes no diálogo com essa plataforma. O *Slashdot*, por exemplo, avalia as contribuições categorizando-as como “ruim, boa ou moderada” e isso cria uma espécie de hierarquia de comentadores e conteúdos. No caso do *Kuro5hin*, o colaborador cria e seleciona um filtro para os comentários que devem ser exibidos, que podem ser por ordem de postagem ou cotação, há, também, a opção de cadastrar-se como comentador de postagem ou colaborador.





Ainda que não sejam modelos de plataforma para comentários na sua essência, mas ferramentas colaborativas de produção, as duas estratégias permitem pensar em formatos para, quem sabe, mudar também a relação no modelo tradicional de comentários de leitores, já que a classificação de *post*, que já faz parte, por exemplo, do modelo adotado nos sites de Israel (Nagar, 2011), poderia de alguma forma elevar o nível do conteúdo das notas dos participantes no modelo mais tradicional; e a opção de cadastro como colaborador iria instigar uma relação de proximidade com o veículo, duas estratégias que ainda não são encontradas nos dispositivos atuais disponíveis nos *sites* pelo Brasil.

Mas se não há muitas teses e dissertações que tenham os comentários como objeto de estudo específico é possível encontrar trabalhos interessantes em formato de artigo nos bancos de pesquisas e revistas científicas nacionais e internacionais, ainda que, mesmo estes, na sua maioria não contemplem a questão norteadora dessa tese – sentidos produzidos na dicotomia plataforma e apropriação de uso.

Entre as poucas investigações nesse foco de análise encontramos o trabalho de Herculano (2011) e Díaz Noci *et all* (2010). O primeiro faz uma descrição das ferramentas e sua potencialidade. Embora sua observação não traga um mapeamento empírico, apenas teórico, ratifica a importância do suporte na construção dos sentidos desse formulário, tanto para os usuários quanto para o veículo. No entanto, sua sondagem destaca, quase que exclusivamente, o fato desses formulários permitirem uma nova configuração para o texto, não ampliando a avaliação para outras finalidades e apropriações. Já o trabalho de Díaz Noci *et all* (2010) apresenta um levantamento empírico bem detalhado sobre a finalidade da ferramenta, com entrevistas com editores e comentaristas. No entanto, suas conclusões são dirigidas à discussão de serem ou não, esses recursos, promotores de uma sociedade mais democrática, tendo como foco principal as análises de conteúdo das postagens.

Na verdade, se esses dois levantamentos ainda têm uma aproximação mais direta com a investigação proposta nessa tese, o fato que a grande maioria dos estudos encontrados sobre o tema comentário trata de outros enfoques. De uma maneira geral

podemos dividir a maioria dos estudos sobre comentários, pelo menos os levantados até aqui, em três grandes categorias:

- *Conteúdo colaborativo* – estudos cujo foco é discutir os comentários na perspectiva do conteúdo gerado pelo usuário, na produção de novas narrativas, criação de novos gêneros, extensão do sentido das notícias e participação na rotina das empresas de comunicação;
- *Ferramenta de conversação* – pesquisas que têm como interesse a interação dos usuários por meio das postagens. Boa parte desses estudos visam a descrição detalhada das estratégias de conversação e discutem a configuração ou não de um novo formato de diálogo;
- *Perfil Deliberativo* – pesquisas que buscam enxergar um viés democrático na adoção dessas plataformas como ferramentas que instigam ou não a capacidade crítica de seus usuários e tentam descrever casos em que as postagens podem ganhar *status* de opinião pública. Entram também nessa categoria pesquisas sobre a incivilidade dos *posts*.

Dessa divisão não seria arriscado dizer que a colaboração é uma das perspectivas que mais encontra eco nas análises sobre essa temática. Domingo (2008) chega a defender que se nos anos 1990 a palavra-chave para entender a mudanças da mídia era Interatividade, agora é Participação. O autor cria duas categorias de comentários, uma contempla os comentários de usuários – cuja postura é mais focada no consumo de bens - e outra comentários em notícias, argumentando que esta seria uma forma de aproximar o leitor do jornalista, podendo este contribuir para novas histórias, enviando *links* e complementando a narrativa com suas observações.

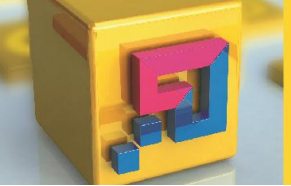
Sem fugir do olhar colaborativo e também norteada pela mesma pergunta que move essa tese, Storch (2009) indaga: O que faz quem comenta o jornalismo e para que servem, efetivamente, esses espaços de participação? Seu levantamento analisou postagens, incluindo comentários, nas páginas dos veículos *Zero Hora*, *O Globo* e *Estado de São Paulo* afim de identificar o modo como os leitores se apropriam dos espaços de

participação disponibilizados a eles pelos veículos. Ao descrever o processo que ela chama de “leitura ativa”, a autora cria uma classificação, focada na relação do leitor com o veículo, interessante para entender a funcionalidade dos comentários. O estudo mostra que apenas 5% das postagens de leitores podem ser classificadas como o que ela chama de *Intervenções de Cunho Jornalístico* (Correção de erros, complementação de fontes para o conteúdo da matéria, discussões acerca da organização da notícia ou conteúdo editorial). Embora não trate de outros modelos de intervenção, mostra que, inicialmente, a função dada ao espaço pelo internauta não é efetivamente de diálogo com a imprensa. A própria autora conclui que embora os comentários, funcionando como uma linguagem hipertextual, interfiram na materialidade da notícia, estes não têm relação de proximidade com a rotina dos veículos.

O hipertexto tem pouca (ou nenhuma) interferência no processo produtivo das notícias, e a alteração mais facilmente visível e não menos impactante para a prática jornalística é, enfim, discursiva. Nesse cenário, da construção discursiva, já podemos perceber as manifestações de coautoria e colaboração entre jornalistas e leitores – que, mesmo insipientes, são reveladoras de um processo de transformação na prática profissional e no próprio gênero discursivo do jornalismo (STORCH, 2009, p. 17)

A questão hipertextual dos comentários inclusive mereceu um estudo que buscou a origem dessa característica. Entre os pouquíssimos levantamentos sobre a história dos comentários de leitores está o resgate de Palácios (2012). Nessa pesquisa o autor, que em 2009 já antecipava seu posicionamento sobre os comentários serem apenas uma estratégia mercadológica dos veículos para fidelizar leitores, busca uma aproximação do modelo de colaboração do leitor por meio de comentários com as marginalias, apontamentos manuscritos redigidos nas bordas dos livros na Idade Média. O estudo, ainda que busque um foco histórico da ferramenta, mantém a proximidade com as discussões colaborativas do tema uma vez que do ponto de vista semântico essa interferências seriam propulsoras de um novo modelo de texto.

Nessa linha de perceber o comentário como um elemento que vai permitir a construção de um novo gênero textual na imprensa, Cunha (2012) compara o modelo de comentários em textos opinativos, nos quais percebeu que o perfil de *posts* trava mais um



debate temático; e informativo, que tinham um tom mais lúdico e interativo. De alguma forma é um olhar que ajuda a perceber também a serventia do ponto de vista da apropriação e uso, embora o foco principal, neste caso, não seja este, mas sim entender e descrever o conteúdo colaborativo do internauta.

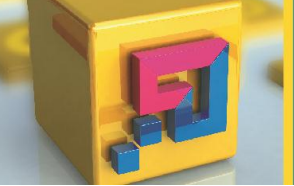
Além desses, outros estudos estrangeiros nessa linha de análise trazem boas contribuições, entre eles Bergstrom (2008), Freund (2011) e Hermida & Thurman (2008).

Hermida & Thurman (2008), por exemplo, ao estudar os sites de notícias britânicos, mostram que os editores estão cada vez mais dispostos a usar o conteúdo disponibilizado pelos comentadores amadores nos *posts* de notícia, ainda que tenham receio que o uso indiscriminado desse conteúdo comprometa a credibilidade dos veículos.

Já Bergstrom (2008) faz um estudo com sites suecos e analisa o nível de interesse do internauta em colaborar com a mídia. O autor conclui que os usuários não estão muito motivados para gerar conteúdo e que consideram escrever comentários um ato criativo, uma atividade de lazer e não uma oportunidade de exercer os seus direitos democráticos.

Por fim, Freund (2011) discorre sobre os comentários de leitores nos sites de notícias alemães. O autor inicialmente assume que a seção de comentários é uma ferramenta colaborativa e pensada para promover a interação entre seus usuários. No entanto, seu estudo revela que a maioria dos comentários ali disponibilizados são de natureza declarativa e menos reativa ou interativa.

Outra categoria bastante debatida nas pesquisas sobre comentário é o seu caráter conversacional, que repagina a desenho do tradicional diálogo. Um dos trabalhos mais consistente e atuais nessa linha talvez seja o de Recuero (2012). A pesquisa, organizada no livro “Conversação em Rede” (Editora Sulina) traz uma descrição minuciosa do processo de interação, por meio de conversa, nas postagens de comentários em diferentes plataformas na rede. O rastreamento inclui a intermediação desses diálogos nas redes *Twitter*, *Orkut* e *Facebook*, mas adentra *chats*, fóruns e similares. Uma conversa que, conforme pontua a autora, escancara mais que uma troca de opiniões e revela bastante sobre sentimentos



coletivos e tendências, além de ser uma forma eficiente de promover fenômenos de espalhamento de informações e agrupamentos.

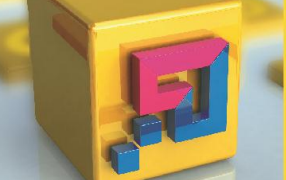
Mas além da autora, outros estudos, tanto na comunicação quanto também na área da linguística, têm contribuído para pensarmos para que servem esses dispositivos. Santos (2012), por exemplo, é um deles. Assim como livro de Recuero, seu estudo busca catalogar as marcas conversacionais presentes em um registro escrito nas páginas pessoais da rede social *Facebook*. Entre as perguntas que norteiam esse estudo, a autora questiona se os comentários podem ser considerados formadores de um diálogo espontâneo e se possuem a finalidade de estabelecer uma conversa.

Também olhando para o comentário como forma de conversação, o pesquisador Alex Primo, que tem um estudo de referência sobre interatividade, deixa sua contribuição às pesquisas sobre comentários de leitores ao analisar o conteúdo inserido nessas plataformas disponibilizadas em blogs. Mesmo sendo em mídias diferentes, o estudo de Primo e Smaniotto (2006) dialoga com essa tese ao fazer uma classificação da conversação típica dos blogs e que mesmo não sendo um modelo idêntico ao que acontece nos *sites* permite entender distintas formas de apropriação. Nesse estudo ele consegue classificar tipos de conversa através dos posts:

a) post de opinião, no qual se define um tópico, normalmente incluindo links; b) post de voto, onde se concorda ou não com o anterior; c) post de reação, que traz uma resposta a um post específico em outro blog; d) e post de resumo, no qual um blogueiro resenha os posts de outros blogs sobre o tópico” (p. 8).

Além do diálogo com o outro, o texto mostra distinto modelo de conversação, a conversação *self*, ou seja, um diálogo consigo mesmo. De acordo com o autor é uma narrativa simples usada para organizar o pensamento próprio no blog.

Falando sozinho ou interagindo com seus iguais o fato é que a postura do comentarista é outro perspectiva de apreciação que tem gerado vigilância dos pesquisadores, seja na descrição de incivilidade - Cunha (2013) - ou nas discussões sobre ser essa ferramenta uma plataforma de deliberação política - Sampaio & Barros (2010) e Barros (2009).

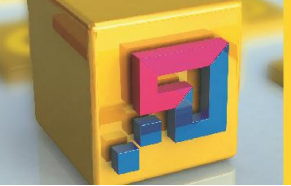


Cunha (2013) analisa o funcionamento da violência verbal nos comentários de leitores postados em *sites* de notícias e revela que as ofensas verbais dos leitores na *web* explicam-se pelas posições políticas e preconceituosas dos internautas e que os debates que se criam em torno das postagens transformam-se em “vetores de discriminação e estigmatização”. Ela inclusive conclui que é necessário um trabalho educativo que ajude a construir um debate mais cidadão na *web*.

Um debate mais cívico é o tema que move também as pesquisas guiadas pelo tripé: comentário, deliberação e opinião pública. Sampaio & Barros (2010) avaliam o nível de deliberação dos comentários de leitores no site da *Folha de S. Paulo*. Além do conteúdo dos textos ali disponíveis os autores catalogaram o posicionamento político dos comentadores. E o estudo conclui que sim, há um papel relevante dos comentários na discussão entre os participantes, mas que estes buscam mais serem vitoriosos na contenda que promoverem um debate propositivo. Entre as curiosidades, notou que a grande maioria das postagens são anônimas, em formato de diálogo entre os comentadores, e que a maioria tinha um tom agressivo.

Por um lado, nosso estudo demonstra que as ferramentas discursivas oferecidas por jornais online têm grande potencial deliberativo, inclusive segundo os padrões exigentes do liberacionismo, mesmo com intensas contendas argumentativas. Por outro lado, a total ausência da presença institucional do jornal e de qualquer impacto dessas discussões aponta para a constatação de Palacios (2009) de que os jornais parecem mais interessados em fidelizar os eleitores que considerar suas opiniões nas rotinas de produção jornalística.” (SAMPAIO & BARROS, 2010, p. 197)

Seguindo essa linha de investigação Barros (2009) promoveu uma sondagem em que apura se os ambientes de interação na internet configuram-se espaços de troca de ideias sobre assuntos de interesse coletivo, e se os debates são pautados pela ética, inclusão e racionalidade. O recorte também versou sobre os *posts* da *Folha de S. Paulo*. Por fim, a conclusão a que o autor chega é que as interações viabilizada na rede não podem ser entendidas como uma esfera pública e que cada caso deve ser analisado separadamente.



Longe do Brasil dois estudos também mostram que a deliberação e a postura incivilizada parece uma constante quando o assunto é a análise das postagens de comentaristas leitores na *web*. Nagar (2011) conclui isso ao comparar a postura dos comentaristas britânicos e israelitas. Também em terras estrangeiras o estudo de Abdul-Mageed (2008) analisa o perfil de comentaristas no jornal Al Jazeera Arabic e destaca a incivilidade e agressividade, principalmente nas inserções de assuntos delicados àquela nação, como política, violência policial e religião.

### 3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Obviamente que esse apanhado de trabalhos não tem a pretensão de contemplar todas as pesquisas sobre o assunto, mas o levantamento ajuda a entender melhor o perfil das análises e ratifica a importância e a necessidade de aprofundarmos os estudos sobre os comentários de leitores por outros pontos de vista, como o que se propõe nessa tese.

### 4 REFERÊNCIAS

ABDUL-MAGEED, M. **Online News Sites and Journalism 2.0: Reader Comments on Al Jazeera Arabic Muhammad**. 2008. Disponível em: <http://www.triple-c.at>. Acesso em: 10 de julho de 2014.

ANDERSON, Ashley. **The Social Context of Online News: How Incivility in Online Comments Impacts Public**. 2012. Disponível em: <http://gradworks.umi.com/35/18/3518536.html>. Acesso em: 10 de julho de 2014.

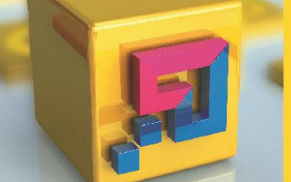
BARROS, Manoel. **Livro sobre nada**. Rio de Janeiro: Editora Record, 1998.

BERGSTRÖM, Annika. **The Reluctant Audience: Online Participation in the Swedish Journalistic Context**. Department of Journalism and Mass Communication, University of Gothenburg. Disponível em: [https://www.westminster.ac.uk/data/assets/pdf\\_file/0012/20019/005WPCC-Vol5-No2-Annika\\_Bergstrom.pdf](https://www.westminster.ac.uk/data/assets/pdf_file/0012/20019/005WPCC-Vol5-No2-Annika_Bergstrom.pdf). Acesso em: 10 de julho de 2014.

CUNHA, Dóris de Arruda C. da. **Reflexões sobre o ponto de vista e a construção discursiva de comentários de leitores na web**. Revista Investigações, Volume 25, nº 2, julho de 2012.

\_\_\_\_\_. **Violência verbal nos comentários de leitores publicados em sites de notícia**. Revista Calidoscopio. Volume 11, nº 3, setembro de 2013.

DALPIAZ, Jamile Gamba. **Representações do Brasil na Imprensa Britânica: uma análise cultural do jornal The Guardian**. Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em



Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul como requisito parcial à obtenção do grau de doutor. Porto Alegre, 2013

DÍAZ NOCI, Javier; DOMINGO, MASIP, Pere; MICÓ, Josep; RUIZ, Carles. **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, Austin, Texas – 23 abr. 2010. Disponível em: <https://online.journalism.utexas.edu/2010/papers/Nocietal10.pdf>. Acesso em: 10 de julho de 2014.

EYCHENNE, A. **Internet, la parole est aux lecteurs, mémoire de maîtrise.** Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/48206354/Internet-la-parole-est-aux-lecteurs>. Acesso em: 10 de julho de 2014.

FREUND, Eilika, **'Discuss This Article!': Participatory Uses of Comment Sections on SPIEGEL ONLINE: A Content Analysis.** Disponível em: <http://www.lse.ac.uk/collections/media@lse/mediaWorkingPapers/>. Acesso em: 11 de julho de 2014.

HERCULANO, Isolda Santos. **Formulário de Comentários: o Fim do Leitor Passivo na Internet.** Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, 2011.

HERMIDA, A. & THURMAN, N. **A clash of cultures: The integration of user-generated content within professional journalistic frameworks at British newspaper websites.** *Journalism Practice*. 2008. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1080/17512780802054538>. Acesso em: 10 de julho de 2014.

KERBER, Diego Acássio Beal. **A apuração no jornalismo digital em base de dados.** Trabalho apresentado ao Intercom Junior, na Divisão Temática de Jornalismo, do X Congresso de Ciências da Comunicação Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação na Região Sul – Blumenau – 28 a 30 de maio de 2009.

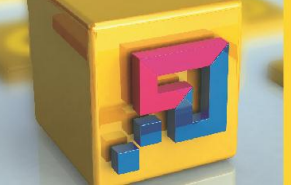
MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** São Paulo: Cultrix, 1964.

MELO, José Marques de. **Jornalismo Opinativo.** São Paulo: Mantiqueira, 2003.

NAGAR, Na'ama. **The Loud Public: the case of user comments in online news media.** A Dissertation Submitted to the University at Albany, State University of New York in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Philosophy Rockefeller College of Public Affairs Department of Political Science. (2011). Disponível em: <https://online.journalism.utexas.edu/2009/papers/Nagar09.pdf>. Acesso em: 10 de julho de 2014.

NUNES, Ana Cecília Bisso. **A convergência midiática e editorial no jornalismo móvel: uma análise do The Daily.** Dissertação apresentada como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.





PALACIOS, Marcos. **Dossiê: Marginália, “Zeitgeist” e memória do tempo presente – os comentários de leitores no ciberjornalismo.** Revista Brazilian Journalism Research. Volume 8, nº1, 2012.

PRIMO, Alex ; SMANIOTTO, Ana Maria Reczek . **Comunidades de blogs e espaços conversacionais.** Prisma.com, v. 3, p. 1-15, 2006.

\_\_\_\_\_. **Blogs como espaços de conversação: interações conversacionais na comunidade de blogs insanus.** e Compos, v. 1, n. 5, p. 1-21, 2006.

RECUERO, Raquel. **A conversação em Rede: Comunicação Mediada pelo Computador e Redes Sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2012.

RODRIGUES, Adriano D. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio D. O jornal: da forma ao sentido. Brasília: Paralelo 15, 1997. p. 217-233.

SAMPAIO, R. C.; BARROS, S. A. R. **Deliberação no jornalismo online: um estudo dos comentários do Folha.com.** Intexto, Porto Alegre, v. 2, n. 23 p. 183- 202, Jul./Dez. 2010.

\_\_\_\_\_. **Os sites de notícias podem estimular a deliberação online? Um estudo dos comentários de leitores postados no Folha.com.** Brazilian Journalism Research (Online), v. 8, p. 192-211, 2012.

\_\_\_\_\_. **Como avaliar a deliberação online?: um mapeamento de critérios relevantes.** Opinião Pública (UNICAMP. Impresso), v. 18, p. 470-489, 2012.

SANTOS, Roberta Kerr dos. **Análise do discurso e interação na web através da rede social facebook: comentários utilizados para fins de conversação.** Revista Philologus, Ano 18, N° 53 – Suplemento. Rio de Janeiro: CIFEFiL, maio/ago. 2012

STORCH, Laura Strelow. **O que faz quem comenta o jornalismo?** Atividades de leitura e espaços de colaboração no hipertexto. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, USP (Universidade de São Paulo), novembro de 2009.

SOUZA, Rafael. **O zapping jornalístico: da sedução visual ao mito da velocidade.** Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica). São Paulo: PUC-SP, 1996.