



A CONSTITUIÇÃO DA AGÊNCIA E A PRODUÇÃO COLABORATIVA NOS COMENTÁRIOS DAS NOTÍCIAS DO MAIS GOIÁS, NO INSTAGRAM

Gleyciele de Sousa (POSLLI/UEG)¹

Resumo: O uso intensivo das tecnologias digitais, característico da sociedade atual, proporcionou não só o surgimento de novos gêneros textuais, mas também o uso de novos suportes para veicular formas antigas. Logo, as notícias, que eram veiculadas em jornais/revistas e, até mesmo em sites, ganharam como suporte também as redes sociais. Nesse sentido, para acompanhar tais mudanças, os leitores precisaram modificar os seus hábitos, bem como desenvolver novos letramentos para usufruir dos recursos disponíveis. Partindo dessa nova realidade, este estudo objetiva demonstrar como ocorre a produção colaborativa e o equilíbrio da agência em comentários de notícias publicadas no Instagram, de modo a evidenciar se o uso de um novo suporte contribui para que os leitores se tornem ativos e colaborativos. Para tanto, fundamenta-se nos pressupostos de autores representantes dos estudos sobre os letramentos (KALANTZIS; COPE; PINHEIRO, 2020; MONTE MÓR, 2017; ROJO, 2012). O *corpus* desta pesquisa constitui-se de duas notícias publicadas pelo Mais Goiás, no Instagram, e de comentários feitos pelos leitores destas notícias referentes ao mês de abril, do ano de 2022. Os resultados demonstraram que o novo suporte favoreceu a colaboração entre os usuários, não apenas por meio dos comentários, mas também pelo envio de vídeos à página do jornal. A partir dos exemplos apresentados, pudemos concluir que os leitores, anteriormente passivos, puderam se tornar ativos e contribuir com informações complementares para as notícias.

Palavras-chave: Letramento Digital. Produção Colaborativa. Redes Sociais.

INTRODUÇÃO

Devido as novas práticas sociais, novos gêneros surgem para suprir as necessidades dos falantes, e, com eles, novos (multi)letramentos (múltiplas culturas e múltiplas linguagens). Ademais, assim como surgem tais gêneros, novos suportes são utilizados para a sua veiculação. A notícia, por exemplo, que antes era veiculada em jornais impressos, passou a transitar, também, pelo meio digital. Porém, isso não se limitou a sites jornalísticos, como seria o esperado, já que, atualmente, elas são veiculadas, também por meio das redes sociais.

¹ Mestranda em Língua, Literatura e Interculturalidade - POSLLI/UEG. Graduada em Letras: Português/Inglês pela Universidade Estadual de Goiás (UEG) - Câmpus Cora Coralina - Cidade de Goiás. Participa do grupo de pesquisa "A transitividade verbal no português brasileiro". E-mail: gleyciele.98@aluno.ueg.br



De acordo com Marcushi (2010), a tecnologia favorece o surgimento de formas inovadoras, mas não absolutamente novas. Em nosso caso, o gênero notícia teve algumas modificações estruturais devido ao seu novo suporte, porém, o seu conteúdo permanece o mesmo. Isso porque as redes sociais conseguem, atualmente, alcançar um público maior do que outros veículos de comunicação com o suporte impresso, por exemplo.

Assim, conforme as novas práticas exigem novos hábitos, visto que “são as práticas sociais que colaboram para as transformações e não a tecnologia por si só, haja vista que o homem é um ser constituído sócio-histórico-ideologicamente” (STREET, 2014 apud SILVA, 2018, p. 15), acreditamos que, nesse suporte, os leitores não apenas recebem as notícias e as leem (como ocorria quando elas eram impressas), eles contribuem, ou melhor, colaboram (ROJO, 2012) para que as informações sobre determinado fato sejam compartilhadas de forma cada vez mais rápida.

Partindo da hipótese de que os leitores, ao comentar as notícias no Instagram, contribuem para a construção das notícias do jornal Mais Goiás, nesta pesquisa, nossa proposta intenta responder se para além das mudanças provocadas pelas novas relações sociais, a alteração do suporte (do impresso para o digital, do convencional para o incidental) fez com que os leitores passivos pudessem se tornar ativos.

Diante disso, nosso objetivo principal é demonstrar como ocorre a produção colaborativa e o equilíbrio da agência nos comentários das notícias publicadas no Instagram, de acordo com os pressupostos de autores representantes dos estudos sobre os letramentos. Para isso, retomamos os conceitos de: produção colaborativa, de acordo com Rojo (2012); e agência, de acordo com Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), para, finalmente, compreender se a alteração do suporte pode contribuir para a mudança dos hábitos de leitores de notícias.

Para podermos descrever nosso objeto, já que recorreremos à abordagem qualitativa, utilizamos a pesquisa documental. O *corpus* desta pesquisa foi copilado na rede social Instagram, mais especificamente, na página @maisgoiás que representa um jornal popularmente conhecido no estado de Goiás. Por meio deste, coletamos duas notícias publicadas, respectivamente, nos dias 25 e 28 de abril, no ano de 2022. Após isso, fizemos a descrição dos comentários e demais elementos apresentados, dialogando com as proposições de Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020), Monte Mór (2017) e Rojo (2012).



Portanto, é sob o viés de autores representativos dos estudos sobre os letramentos (KALANTZIS; COPE; PINHEIRO, 2020; MONTE MÓR, 2017; ROJO, 2012) que acreditamos ser possível a descrição dos fenômenos de agência e produção colaborativa nos comentários das postagens de notícias no Instagram.

LETRAMENTO DIGITAL

O momento sócio-histórico atual pode ser caracterizado pelo que Kalantsiz, Cope e Pinheiro (2020) definem como “multissinóptico”, uma vez que estamos inseridos em um mundo globalizado, cujo desenvolvimento e o uso da internet é cada vez mais intenso. Nesse sentido, segundo os autores, muitos observam muitos por meio de uma multi-interação constante que é propiciada pela internet.

Para fazer parte desse mundo, que é cada vez mais digital, é necessário ter acesso a algumas ferramentas. Uma dessas ferramentas é a tecnologia digital e, para que os usuários das redes consigam fazer uso de seus benefícios, são necessários novos conhecimentos e, com eles, novos multiletramentos. Vale salientar que tais conhecimentos são diferentes dos exigidos ao utilizarmos a tecnologia analógica, uma vez que a tecnologia digital possibilita novos meios de interação e, até mesmo, de colaboração.

Ao tratar da produção dos conhecimentos proporcionados pela tecnologia digital, Monte Mór (2017, p. 8) faz uma comparação entre o processo realizado por um fotógrafo (para representar o conhecimento mecânico e analógico), em oposição ao processo em que pessoas comuns fariam para tirar uma foto (para representar o conhecimento digital). Dessa forma, a autora simula a diferença entre os conhecimentos denominados como mecânico/analógico *versus* digital. Da comparação estabelecida, compreendemos que, na sociedade digital, as pessoas se tornam produtoras de seu próprio conteúdo, ou seja, podem fazer uso de um celular ou máquina fotográfica para tirar fotos, enquanto anteriormente, era necessário um profissional específico para realizar trabalhos como esse.

O aspecto de tecnologia digital explicitado por Monte Mór (2017) nos faz retomar um conceito apresentado por Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) denominado “Equilíbrio da agência”. Ao referir-se a esse conceito, os autores afirmam que “Temos sido, portanto, guiados por uma lógica na qual, em vez de sermos receptores passivos da cultura de massa, nos tornamos



criadores ativos de informações e cocriadores de nosso próprio entretenimento” (KALANTZIS; COPE; PINHEIRO, 2020, p. 65). Nessa nova realidade, não apenas recebemos as informações, mas conseguimos agir, comentar e até mesmo modificá-las no ambiente digital. Nesse sentido, novos (multi)letramentos são exigidos, já que estamos tratando de múltiplas linguagens e culturas envolvidas nesse processo de interação.

A esse respeito, os autores ainda salientam que “Em vez de apenas assistirmos a vídeos, podemos filmar e editar nosso próprio vídeo em um dispositivo tão onipresente quanto o nosso telefone e transmiti-lo ao mundo pela internet” (KALANTZIS; COPE; PINHEIRO, 2020, p. 65). Ou seja, somos mais que leitores ou telespectadores de um conteúdo pronto e acabado. Somos atores, jogadores, agentes e usuários.

Nesse mesmo contexto, assim como houve com o mundo do trabalho, em que a linguagem veio sendo modificada devido ao surgimento das novas tecnologias, nesse novo meio, cada vez mais digital e multimodal, a linguagem também sofreu alterações. Um exemplo disso, é o surgimento da multimodalidade ou multissemiose presente nos textos contemporâneos. Ou seja, ao invés de um único tipo de linguagem (letra preta no papel branco), temos “textos compostos de muitas linguagens (ou modos, ou semioses) e que exigem capacidades e práticas de compreensão e produção de cada uma delas (multiletramentos) para fazer significar” (ROJO, 2012, p. 19).

Outra mudança, refere-se à concepção de linguagem adotada nos novos meios digitais. Partindo de uma concepção em que “o falante tem em sua mente uma mensagem a transmitir a um ouvinte, isto é, informações que quer repassar a outro” (GOMES, 2013, p. 44) e apenas isso; passamos, agora, a uma concepção em que

a linguagem é vista como atividade de **interação humana** e por intermédio dela os indivíduos praticam ações, que envolvem tanto fala quanto escrita, considerando o contexto sócio-histórico e ideológico que estão envolvidos no ato comunicativo, ou seja, para essa concepção a língua é encarada como um conjunto de práticas sociais e de linguagem historicamente situadas, em diversas esferas de comunicação da atividade humana. (GOMES, 2013, p. 44, grifo do autor)

Em outras palavras, além de uma multiplicidade de semioses encontradas nos textos contemporâneos, passou-se de uma concepção de linguagem vista apenas como um instrumento de comunicação (simplesmente transmitir informações a outrem); para linguagem como um meio de interação social (que permite realizar ações, agir sobre o interlocutor).



Dentre as mudanças elencadas, é importante salientar, ainda, que de acordo com Rojo (2012, p. 24), a mídia digital possibilitou para além da interação, a produção colaborativa. Nesse sentido, a autora afirma que

Essa mudança de concepção e de atuação, já prevista nas próprias características da mídia digital e da web, faz com que o computador, o celular e a TV cada vez mais se distanciem de uma máquina de reprodução e se aproximem de máquinas de produção colaborativa. (ROJO, 2012, p. 24)

Logo, ao invés de as ferramentas digitais serem meros utensílios, servindo como veículos repetidores das informações prontas, nesta nova realidade, os usuários ao se apropriar delas se tornaram produtores (criando o próprio conteúdo) e colaboradores (contribuindo com novas informações).

METODOLOGIA

Este estudo, conforme apresentamos na introdução, objetiva demonstrar como os seguidores da página do Mais Goiás, no Instagram, podem agir sobre as notícias e colaborar para a sua compreensão por meio dos comentários que delas fazem. Para isso, utilizamos a abordagem qualitativa. O método escolhido foi o da pesquisa documental, uma vez que foi utilizado material já elaborado, ou seja, uma página da rede social Instagram. Nessa rede social, foram copiladas duas notícias nos dias 25 e 28 de abril, do ano de 2022, referentes às publicações diárias do perfil denominado Mais Goiás.

Desse modo, com base nas contribuições de autores representativos da teoria dos letramentos (KALANTZIS; COPE; PINHEIRO, 2020; MONTE MÓR, 2017; ROJO, 2012), selecionamos e apresentamos as notícias cuja temática era: acidente de trânsito, para demonstrar o processo de produção colaborativa e o equilíbrio da agência propiciados pelos consumidores desse jornal.

AGÊNCIA E PRODUÇÃO COLABORATIVA NO INSTAGRAM

Ao observarmos uma página de jornal que veicula notícias do Estado de Goiás na rede social supracitada, é possível verificar se há o que Kalantzis, Cope e Pinheiro (2020) denominam de “Equilíbrio da agência”, bem como a produção colaborativa abordada por Rojo (2012), dentro do âmbito do letramento digital, conforme apresentado também por Monte Mór (2017).



Na imagem abaixo, temos a linguagem verbal (modo escrito) e não verbal (foto e vídeo) que constituem a notícia publicada pela página @maisgoiás. Tal notícia, cujo título é “**Ciclista morre após ser atropelado por caminhão no Jardim Botânico de Goiânia**”, relata um acidente de trânsito em que um caminhão atropela um ciclista.

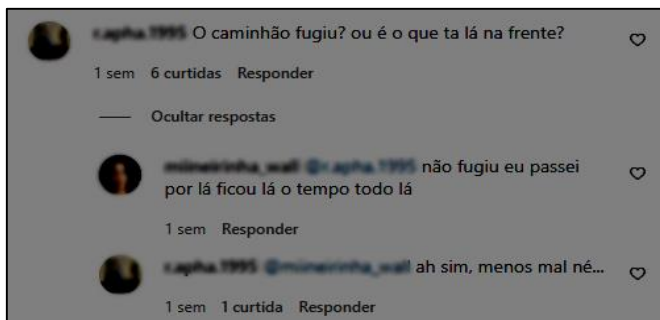
Figura 1 – NOTÍCIA 1



Fonte: Instagram (2022)

A seguir, são apresentados os três comentários principais e suas respectivas respostas sobre a notícia (1). A partir deles, faremos a exposição da análise empreendida na presente pesquisa.

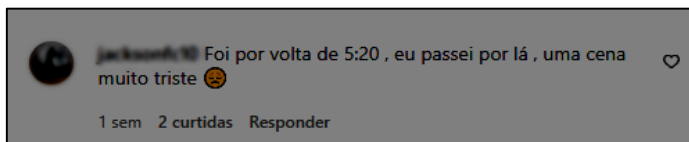
Figura 2 – Comentário (01)



Fonte: Instagram (2022)

Analisando o primeiro comentário acerca da mesma notícia, podemos observar que uma seguidora questiona sobre uma das informações implícitas citadas anteriormente. Ela indaga: “O caminhão fugiu?”. A partir dessa pergunta, outro seguidor responde: “Não fugiu” e ainda buscando confirmar a sua informação, conta que passou pelo local.

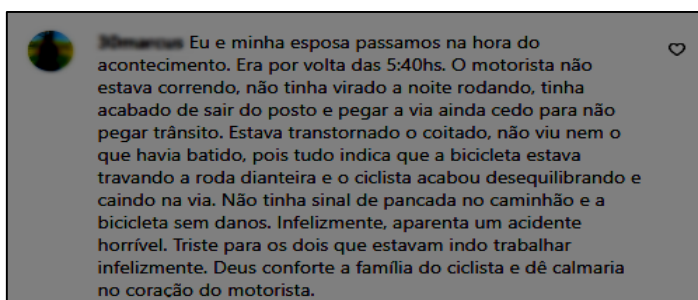
Figura 3 – Comentário (02)



Fonte: Instagram (2022)

No comentário (2), temos outra informação implícita na notícia publicada, ou seja, o horário em que o acidente ocorreu, e que, segundo o usuário, “foi por volta de 5:20”. Novamente, o seguidor, em busca de confirmar o ocorrido infere “eu passei por lá”.

Figura 4 – Comentário (03)





Fonte: Instagram (2022)

Caso os leitores da notícia queiram saber se as informações prestadas conferem, basta observar outros comentários. No comentário (3), por exemplo, temos uma descrição dos fatos com mais detalhes, baseadas na passagem do leitor pelo local, alguns minutos após o afirmado pelo seguidor anterior. Nesse comentário, o seguidor relata: “o motorista não estava correndo, não tinha virado a noite rodando” e faz uma suposição com base no que presenciou “tudo indica que a bicicleta estava travando a roda dianteira e o ciclista acabou desequilibrando e caindo na via.”

Conforme observamos nos comentários selecionados a respeito da notícia (1), podemos notar que houve um processo em que os leitores completaram as informações que não foram contempladas na notícia pelo jornalista. A partir desse ato, esses leitores deixaram de ser apenas observadores e se tornaram agentes, pois ao comentarem as notícias corroboraram com as informações que possuíam, muitas vezes adquiridas ao passar pelo local onde o acidente ocorreu.

Vale mencionar, ainda, que o vídeo que é divulgado não foi produzido pelo jornal responsável pela sua publicação, mas sim por um “leitor do mais goiás”, ou seja, aqui o seguidor da página fez uso de uma ferramenta (celular/câmera) para produzir seu próprio conteúdo e, para além disso, contribuiu para a propagação de uma informação se tornando um agente e não um mero receptor.

Portanto, para além da reprodução das informações, tanto em relação aos comentários postados pelos leitores, quanto em relação ao vídeo enviado por um seguidor, houve a produção colaborativa (ROJO, 2017, p. 24). Vejamos agora outra notícia publicada na mesma página, porém em data diferente: 28 de abril de 2022.

A notícia (2), que tem como título “**Carro capota e deixa 2 feridos ao colidir com moto em cruzamento da Vila São José**”, também relata um acidente de trânsito. Na imagem, é possível observarmos novamente o uso da linguagem verbal (modo escrito) e não verbal (imagem e vídeo).

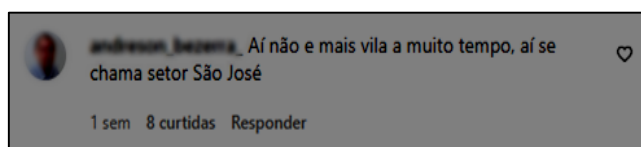
Figura 5 – NOTÍCIA 2



Fonte: Instagram (2022)

Logo abaixo foram selecionados quatro comentários principais e suas respectivas respostas sobre informações ausentes ou até mesmo incorretas sobre a notícia 2. Seguindo o que fora proposto na notícia (1), continuaremos nossa análise:

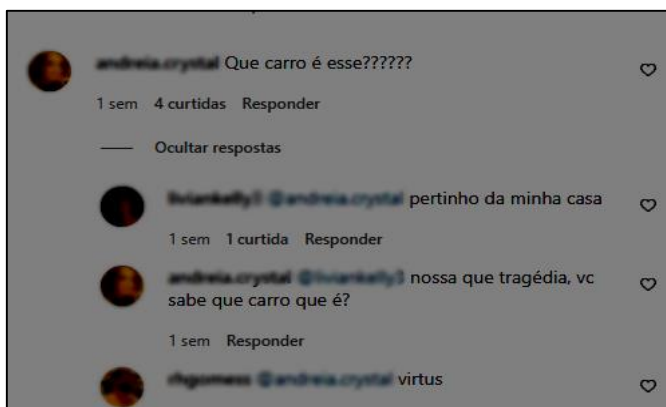
Figura 6 – Comentário (1)



Fonte: Instagram (2022)

A partir do primeiro comentário, podemos notar um leitor que tenta corrigir o nome do setor, que, na notícia, estaria incorreto. Caso o jornalista responsável pela publicação desta notícia achasse pertinente, ele poderia substituir o nome do setor para o que foi sugerido pelo leitor editando a notícia, o que a rede social possibilita.

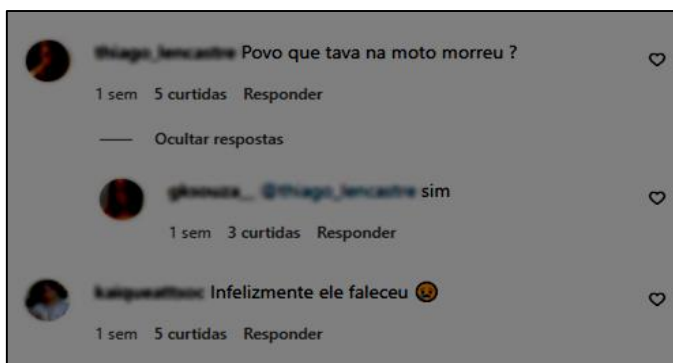
Figura – 7 Comentário (2)



Fonte: Instagram (2022)

O comentário (2) apresenta uma indagação de uma leitora que busca saber qual é o nome do carro envolvido no acidente. Vale lembrar que esta informação não foi inserida na notícia. Assim, a leitora só pôde ter acesso a tal informação por meio do comentário de outro leitor que responde “virtus”.

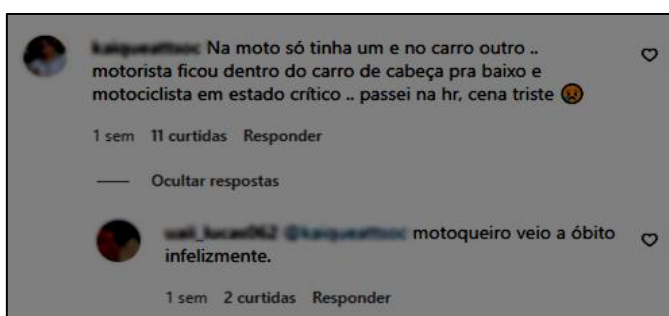
Figura 8 – Comentário (3)



Fonte: Instagram (2022)

O comentário (3) refere-se a um fato muito importante que diz respeito ao estado de saúde das vítimas. Aqui, a leitora questiona se o “povo que tava na moto morreu”. Em seguida, outra leitora responde “sim”, o que é reafirmado por outra leitora “infelizmente ele faleceu”.

Figura 9 – Comentário (4)



Fonte: Instagram (2022)

Já o comentário (4) traz informações mais detalhadas, por exemplo: a quantidade de ocupantes da moto e do carro; a posição em que o motorista se encontrava no veículo; e o estado de saúde do motociclista. Em seguida, em uma resposta ao comentário, a constatação de que o motociclista “veio a óbito infelizmente”.

Diante da análise, podemos inferir que assim como ocorreu na notícia (1), os comentários e o vídeo acrescentados à notícia, podem ser classificados como resultantes de um processo de produção colaborativa, em que os leitores/seguidores se tornaram agentes e puderam expor alguns fatos que os jornalistas, ou não poderiam afirmar no momento da publicação da notícia, ou não tinham conhecimento sobre tais acontecimentos. Ademais, em relação ao vídeo apresentado na notícia, este também foi enviado por um leitor da página, o que corrobora para o fato de que os leitores contribuem também com o envio de outros tipos de conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em diálogo com a teoria dos letramentos, pudemos observar nos comentários do Mais Goiás que os leitores passaram de passivos a ativos, bem como para além de interagir, colaborar. Na notícia 1, ao tratar sobre um acidente de trânsito, os leitores complementaram as



informações nos comentários sobre o possível crime do caminhoneiro de ter se ausentado do local; sobre o que poderia ter causado o acidente; e sobre o horário em que o acidente ocorreu. Na notícia 2, além de complementar as descrições implícitas (qual o carro, estado de saúde dos indivíduos e como se encontravam durante o acidente), eles corrigiram as informações que acreditavam ser incorretas (o nome do setor).

A partir do exposto, foi possível observar que a mudança do suporte contribuiu para que os leitores se tornassem: autores – já que escreviam com ideias advindas de suas experiências; colaboradores – para inserir tais experiências como uma contribuição para o entendimento de outros leitores da notícia; e agentes – por não apenas receberem a informação, mas também sugerir, acrescentar e até mesmo confrontar o que estava sendo apresentado como fato. Além disso, os leitores não contribuem apenas nos comentários, eles enviam vídeos que fazem parte da composição da notícia.

REFERÊNCIAS

- GOMES, R. As concepções de linguagem e o ensino de língua materna: um percurso. **Letras Escreve**, v. 3, n. 1, p. 41-48, 2015.
- KALANTZIS, M.; COPE, B.; PINHEIRO, P. **Letramentos**. Campinas/SP: Editora da Unicamp, 2020.
- MARCUSCHI, L. A. Gêneros textuais: definição e funcionalidade. *In*: DIONÍSIO, A. P.; MACHADO, A. R.; BEZERRA, M. A. (Org.). **Gêneros textuais e ensino**. São Paulo: Parábola Editorial, 2010.
- MONTE MÓR, W. 2017. Sociedade da Escrita e Sociedade Digital: Línguas e Linguagens em Revisão. *In*: TAKAKI, N.; MONTE MÓR, W. (org.). **Construções de Sentido e Letramento Digital Crítico na Área de Línguas/Linguagens**. Campinas: Ed. Pontes, 2017, p. 267-286.
- ROJO, R. **Pedagogia dos Multiletramentos**: diversidade cultural e de linguagem na escola. *In*: ROJO, R.; MOURA, E. **Multiletramentos na escola**. São Paulo: Parábola Editorial, 2012. p. 11-31.
- SILVA, L. C. **Produção colaborativa**: potencialidades para o (re)significar do aprendiz e das práticas na sala de aula. 2018. Dissertação. (Mestrado em Linguagem e Ensino) – Universidade Federal de Campina Grande, Campina Grande, 2018.