

## ‘O Mossoroense’: A Dinâmica da Produção de Notícias no Jornalismo *Online*<sup>1</sup>

Luíza Fernandes MEDEIROS<sup>2</sup>

Pedro Victor do Vale CARLOS<sup>3</sup>

Prof. Me. Izaíra Thalita da Silva LIMA<sup>4</sup>

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

### RESUMO

Com o encerramento de suas versões impressas, diversos jornais passaram a produzir conteúdo noticioso apenas para os portais na internet. É o caso do jornal ‘O Mossoroense’, que colocou sua última edição impressa em 31 de dezembro de 2015, passando, então, a noticiar apenas na sua plataforma digital. Com isso, as rotinas produtivas das redações passaram a sofrer grandes transformações, modificando os processos de produção da notícia. O objetivo do presente artigo é entender como ‘O Mossoroense’ está lidando com a adaptação ao jornalismo *online*, quais as mudanças necessárias para a construção da notícia na plataforma digital e os desafios enfrentados pelo veículo nesse processo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Jornalismo *Online*; Produção de Notícias; Rotinas Produtivas; O Mossoroense.

### 1 INTRODUÇÃO

As versões impressas dos jornais estão se tornando escassas devido ao uso cada vez mais constante da internet, por parte da população. As empresas de comunicação que ainda as produzem, estão fechando suas portas ou migrando para as plataformas digitais, meio de circulação de notícia que vem ganhando grande força. Mossoró, por exemplo, desde o ano de 2016, conta com apenas um jornal impresso em circulação, o ‘Jornal de Fato’. Outros veículos como ‘O Mossoroense’, objeto de estudo do presente artigo, continuam em funcionando apenas na versão *online*.

Com essa adaptação aos meios digitais, a notícia ganha novos formatos, e a maneira como ela é produzida também passa por mudanças, pois há uma intensa necessidade de atualização dos portais na internet e, conseqüentemente, o número de produções diárias supera as do jornal impresso. Esse fato ocasiona informações cada vez

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ – Jornalismo do XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 5 a 7 de julho de 2018.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social – Hab. em Jornalismo da FAFIC – UERN, e-mail: [luizaf.m@hotmail.com](mailto:luizaf.m@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso de Comunicação Social – Hab. em Jornalismo da FAFIC – UERN, e-mail: [pedrovvc3@gmail.com](mailto:pedrovvc3@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social da FAFIC – UERN, e-mail: [izathalita@gmail.com](mailto:izathalita@gmail.com)

---

mais objetivas, curtas e que podem gerar comprometimento nas apurações, diante do menor número de fontes ouvidas, para que sejam publicadas rapidamente.

Outro fator que influencia a mudança na maneira como a informação passa a ser divulgada pelos jornais, são as rotinas produtivas dentro das redações, que também sofreram fortes transformações, pois estas estão cada vez mais “enxutas”, com o número de funcionários bastante inferior ao que se tinha antes. Ou seja, a quantidade de notícias produzidas diariamente é maior, em contrapartida, há menos funcionários nas redações para as escreverem, afetando diretamente a produção de notícias.

Para a elaboração deste artigo, utilizamos como objeto de estudo o jornal ‘O Mossoroense’<sup>5</sup> – um dos mais antigos do Brasil e da América Latina – que, devido ao pouco retorno financeiro, encerrou sua produção impressa no final de 2015 e agora opera apenas na plataforma digital. Com o objetivo de entender como esse processo de transição aconteceu e quais as dificuldades enfrentadas pelo veículo, bem como quais são as melhores maneiras de se manter na internet, utilizamos como referencial teórico estudos sobre as rotinas produtivas do jornalismo, o processo de construção de notícias e o jornalismo *online*.

## 2 METODOLOGIA

No presente artigo científico, utilizamos, em primeiro lugar, a metodologia de revisão bibliográfica. Esse método se dá devido à sua importância para que se possa fazer a análise e a interpretação adequadas de textos, livros e demais pesquisas, na área da Comunicação, sobre os temas e estudos aqui apresentados e que possuam ligação direta ou indireta com o objeto do artigo. A sua aplicabilidade, de acordo com Lakatos e Marconi (2010), acontece em razão da leitura do atual estado de conhecimento na fundamentação teórica, que age como a base que sustenta a pesquisa, mostrando-se imprescindível para o desenvolvimento e delimitação da problemática e do objeto de estudo de um trabalho científico.

Outra metodologia aplicada na produção deste artigo científico foi a observação participante. Tendo em vista que pretendemos fazer uma análise a respeito da atuação do jornal ‘O Mossoroense’ nas plataformas digitais, esse método foi útil por permitir observar e interpretar as informações e a rotina produtiva do objeto de estudo da pesquisa

---

<sup>5</sup> O jornal ‘O Mossoroense’ está disponível em plataforma digital e pode ser acessado no link: <http://www.omossoroense.com.br/>

dentro de seu próprio ambiente. A observação participante, que neste durou cerca de uma semana, no mês de setembro de 2017, realizada tanto em análises ao portal do veículo, como em visita à redação, contribui para o compartilhamento das experiências, atividades e interesses do veículo de comunicação na opinião dos envolvidos nessas questões. Para isso, utilizamos como fontes de informação os próprios funcionários e gestores do veículo, por meio de entrevistas, buscando compreender a situação pela qual o veículo passa atualmente.

### **3 AS ROTINAS PRODUTIVAS DO JORNALISMO**

As rotinas produtivas são a parte principal do processo informativo. Zélia Adghirni (2002) cita que esses processos informativos são constituídos por diversas fases, que podem variar de acordo com a organização do trabalho dentro de cada redação e de cada meio de comunicação. Para Mario Wolf essas fases são: a coleta da informação, a seleção e a apresentação da notícia.

A coleta consiste na busca por informações, seja nas ruas ou diretamente com as fontes – que podem ser assessorias, agências de notícias, etc. O modo de coleta da informação, a escolha das fontes ou até mesmo a quantidade delas que serão ouvidas e a forma de abordagem, irão variar de acordo com cada meio e veículo de comunicação. Fatores como o tempo podem influenciar nesse processo, portanto, se dentro de uma redação houver poucos funcionários para realizar esse trabalho, a forma de coleta da informação pode sofrer uma alteração em comparação com outra em que há mais jornalistas.

A seleção faz parte do processo de escolha do que será noticiado dentre os materiais colhidos e, até mesmo, os que são recebidos nas redações pelas assessorias de imprensa. Nessa fase são utilizados os critérios de noticiabilidade, por exemplo. Ou seja, as informações serão selecionadas de acordo com o grau de relevância para que sejam publicadas. A partir disso é que o texto começará a ser produzido.

Apresentação é a parte de construção da notícia propriamente dita, onde se escolhe a linguagem, visando sempre o público que terá acesso ao material pronto. É nessa fase onde as informações também são moldadas aos formatos do meio da qual elas serão divulgadas. Há o trabalho dos jornalistas que irão redigir o texto e dos editores, que deixarão a notícia pronta para a apresentação ao público.

---

Adghirni (2002) cita que as rotinas produtivas começam nas reuniões de pauta, onde são decididas as notícias que devem ser veiculadas:

De acordo com as observações dos alunos-pesquisadores, as rotinas produtivas começam com as reuniões de pauta das editorias estudadas. A editoria de Economia de O Globo, por exemplo, se reúne todas as segundas-feiras sob orientação do coordenador e discutem os assuntos a serem cobertos naquela semana. (ADGHIRNI, Zélia Leal. In: PORTO, Sérgio Dayrell, 2002, p. 453)

Logo após a reunião de pauta, onde as notícias que serão publicados no dia ou na semana são selecionadas, inicia-se o processamento da informação, onde ela passará pelas fases citadas, da coleta, da seleção e da apresentação. Cada veículo de comunicação possui sua forma de conduzir esses processos até a informação se transformar em notícia.

#### **4 OS PROCESSOS DE PRODUÇÃO DA NOTÍCIA**

A partir da chegada e conseqüente popularização da internet, além dos diversos benefícios que ela traz (como maior rapidez e praticidade nas relações comunicacionais), a prática jornalística passou a ser influenciada a se moldar a essa nova realidade. De acordo com essa perspectiva, então, os jornalistas passaram a sentir maior necessidade de buscar velocidade e imediatismo no seu exercício profissional. A produção das notícias<sup>6</sup>, um dos exercícios dos jornalistas, teve de ser repensada para se ajustar à nova plataforma e às novas demandas de seu público no meio digital.

Pensando em uma visão mais geral, o processo de construção de uma notícia jornalística se desenvolve a partir de duas perspectivas principais: a cultura e rotina profissionais do jornalista e a organização dos trabalhos e dos processos de produção em uma redação. Uma notícia será bem construída e, posteriormente, veiculada se esses dois aspectos estiverem bem conectados entre si. Dessa maneira, temos, de um lado, a cultura profissional de um jornalista e, do outro, características e impedimentos relacionados à organização para qual trabalha, que é quem terá a última palavra para determinar se um fato será noticiado ou não para a sociedade, bem como de que ponto de vista será abordado.

Nesse quadro, o entrelaçamento entre características da organização do trabalho nos aparatos da mídia e elementos da cultura profissional é

---

<sup>6</sup> Termo muitas vezes também referenciado como *newsmaking*.

---

absolutamente restrito e vinculador, e isso define justamente o conjunto de características devem possuir (ou apresentar aos olhos dos jornalistas) para poder ser transformados em notícias. (WOLF, 2003, p. 195).

Dentro desse cenário, também se faz importante compreendermos que, para um acontecimento ser noticiado por um veículo, é determinada uma série de critérios (os chamados valores/notícia). A partir desses critérios, uma organização jornalística consegue definir o que é considerado como noticiável, ou seja, um evento ou acontecimento que tem probabilidade de ser transformado em uma notícia de fato. De acordo com Mauro Wolf, esses valores/notícia fazem considerações referentes a cinco itens: critérios substantivos, produto informativo, meio de comunicação, público e concorrência.

Na perspectiva de Wolf, portanto, o jornalista deve pensar a respeito de critérios substantivos, dando importância a todos os indivíduos envolvidos no ocorrido, ao impacto que esse acontecimento trará ao interesse nacional, à quantidade de pessoas que podem ser atingidas por essa notícia e à relevância do evento em relação aos desenvolvimentos futuros de uma determinada situação. Quanto ao produto informativo, deve-se considerar a disponibilidade de recursos para a produção da notícia, como materiais, informações, fontes e caracteres específicos do texto, pois, caso não haja essa disponibilidade, será mais difícil criar um texto relevante para o público.

Como terceiro critério para a construção de uma notícia, relacionado aos meios de comunicação, Wolf considera que devem ser realizadas conexões e avaliações com os demais valores/notícia. Essa consideração diz respeito aos meios de comunicação terem a finalidade de entreter ou de disponibilizar um produto que interesse seu público, atentando-se para não cair no sensacionalismo. Ainda nesse critério, é necessário também entender o tempo para que um evento adquira significado diante da sociedade. Nessa perspectiva, quanto mais a frequência de um acontecimento for correspondente à frequência de um veículo, maior é a chance desse acontecimento ser selecionado como informação para se tornar uma notícia.

Quanto ao público, Wolf (2003) afirma que é necessário estabelecer uma estratégia para conseguir lidar com a ambiguidade de dar importância tanto aos leitores do veículo quanto ao produto noticioso em si. E, por fim, quanto à concorrência, o autor ainda fala que é comum jornalistas utilizarem o famoso “furo de reportagem” para tentar atrair mais atenção do público e se sobressair em relação aos seus rivais. Com isso, é

---

gerada uma expectativa nos jornais por se esperar que veículos de comunicação diferentes reportem um mesmo acontecimento. Essas expectativas, no entanto, diminuem e desencorajam as inovações na seleção do que pode se transformar em notícia ou não, o que contribui para a semelhança de noticiabilidade entre os jornais e mídias concorrentes.

## 5 O JORNALISMO *ONLINE*

Um dos fatores que colaboraram com crise que se instalou nas redações dos jornais impressos, foi a crescente popularização da internet. Os jornalistas se viram no desafio de adaptação às novas plataformas digitais, pois os leitores que já haviam migrado para outras mídias, como rádio e televisão, passaram a acessar informações por meio da internet.

Os jornais em plataformas digitais se tornaram mais comuns apenas no século XXI. No cenário brasileiro, essa inovação já foi implantada em 1995 pelo ‘Jornal do Brasil’. Segundo relatório da ONU<sup>7</sup> publicado em 2017, o Brasil é o 4º país com o maior número de usuários da internet, com isso, os portais digitais ganharam espaço entre esses internautas, possuindo um público grande e diverso. Tornou-se mais prático ter acesso às informações cotidianas através de computadores e smartphones, onde o leitor consegue, rapidamente, visitar sites de notícias, de onde quer que esteja e no momento em que desejar.

Além da praticidade na busca da informação, os jornais *online* oferecem outra característica crucial para que a migração do leitor do impresso ao digital possa ocorrer, que é a constante atualização de notícias nos portais. No século onde o tempo possui um valor cada vez maior, ter que esperar o outro dia para ter acesso às notícias do mundo e da sua cidade, estado ou país, é manter-se desinformado e desatualizado do que acontece em sua volta.

Essa transformação no jornalismo ainda está em processo. Muitas empresas de comunicação ainda contam com suas versões impressas em circulação. No entanto, outros veículos já encerraram suas produções do jornal impresso, e os que não fecharam suas portas, tiveram que se adaptar às novas tecnologias de informação e comunicação, mantendo apenas a versão digital.

---

<sup>7</sup> Relatório disponível em: < <http://www.telesintese.com.br/brasil-e-o-4o-pais-com-mais-usuarios-de-internet-diz-relatorio-da-onu/>> Acesso em: 7 out. 2017.

---

Com a mudança na forma de circulação da notícia, outros fatores também estão sofrendo com fortes alterações dentro das redações:

Desde 1994, quando foi ao ar nos Estados Unidos o primeiro jornal online, a Internet se transformou em importante plataforma para todos os meios de comunicação. Assim, independente do formato original – texto, áudio ou vídeo –, a indústria de notícias estendeu sua atuação para o ambiente web, alterando rotinas de trabalho e impondo a exigência de novas qualificações. (RODRIGUES, Carla. In: RODRIGUES, Carla, 2009, p. 19)

As rotinas produtivas são um desses fatores que sofreram transformações, como citado por Carla Rodrigues, pois nos sites e portais, as notícias precisam ser veiculadas em grande quantidade e com bastante frequência. Isso exige certo teor de agilidade do jornalista, que precisa produzir muito mais para o jornalismo *online*. Porém, com a crise financeira enfrentada pelos veículos, boa parte das redações tiveram o número de funcionários reduzido. Isso ocorreu por diversos fatores, como a publicidade, por exemplo, pois nem todos os anunciantes do jornal impresso migraram para o digital, muito devido às outras formas de divulgação que também são oferecidas pela internet e com um custo financeiro inferior.

Com menos jornalistas para a produção de notícias, os textos jornalísticos elaborados tornaram-se mais curtos – o que também é preferência de grande parte do público leitor, que exige bastante informação do que se passa em sua volta, mas de forma concisa e objetiva. Nessa perspectiva, as três fases dos processos informativos (coleta, seleção e apresentação), que fazem parte das rotinas produtivas das redações e são citadas por Mauro Wolf, sofrem alterações. Os jornalistas precisam de agilidade para coletar informações sobre determinado acontecimento, fazendo com que muitas fontes não sejam ouvidas ou consideradas. No processo de seleção do que foi colhido, muitas dessas informações podem ser descartadas para que o texto fique mais curto.

Como já exposto neste artigo, os processos de produção da notícia se articulam a partir de dois pontos vitais: a cultura profissional do jornalista e a organização do trabalho e dos processos de produção. Portanto, esses processos também mudaram no jornalismo *online*, em conjunto com as outras transformações ocorridas. Isso porque os textos publicados nessa plataforma contêm algumas características diferentes dos publicado no jornal impresso, como o tamanho, por exemplo.

---

Dessa maneira, no jornalismo *online*, podemos encontrar seis características fundamentais para o desenvolvimento do processo de construção de notícia, de acordo com o estudo de Marcos Palácios (2003): hipertextualidade, interatividade, multimídia, personalização do conteúdo, memória e instantaneidade do acesso. Essas características, quando aplicadas nos veículos de comunicação que operam na plataforma digital, podem contribuir positivamente para a dinâmica da prática jornalística.

A hipertextualidade possibilita a conexão entre diferentes materiais informativos na plataforma digital através de links, que podem levar a outros textos, fotos, vídeos ou áudios que tenham a ver com o conteúdo que o leitor estava consumindo inicialmente. A interatividade é a encarregada de estabelecer um diálogo entre o leitor e o jornalista, fazendo com que o público se sinta mais participativo no processo de produção da notícia ao enviar comentários, trocar e-mails, participar de fóruns e entrevistas, etc. A multimídia é a característica responsável pela convergência entre os formatos dos meios de comunicação (como jornal, rádio e televisão) para se noticiar um conteúdo ao público, agindo como uma continuidade da informação.

Personalização do conteúdo se refere à possibilidade do público de escolher e organizar os materiais jornalísticos de acordo com a sua preferência ou o seu interesse, permitindo que se realize uma hierarquização no consumo de notícias por meio de busca e seleção de conteúdo. A memória diz respeito ao fato de que se tornou possível acumular uma quantidade muito grande de informação dentro de sistemas de arquivamento digital, fazendo com que conteúdos possam ser acessados de maneira mais fácil, tanto do ponto de vista técnico e econômico até o ecológico. Para finalizar, a última das características do jornalismo *online* é a instantaneidade, que atua capacitando a veiculação imediata e constante de conteúdos que podem ser atualizados continuamente, dando a sensação de que o público obtém informações em tempo real.

## **6 ‘O MOSSOROENSE’ NA ADAPTAÇÃO AO JORNALISMO *ONLINE***

O jornal ‘O Mossoroense’, fundado em 17 de outubro de 1872 na cidade de Mossoró (RN) por Jeremias da Rocha, é o terceiro mais antigo do Brasil. O veículo passou por quatro fases, geradas por fechamentos de motivos distintos. Também possuiu proprietários como João da Escóssia e seus filhos, Augusto e Lauro da Escóssia, este último tendo vendido o jornal para a família Rosado em 1975, grupo político da cidade

de Mossoró-RN. Ao longo dos anos, o veículo também passou por mudanças tecnológicas, tornando-se um dos pioneiros do Rio Grande do Norte na informatização de redações, quando em 1987 houve a primeira compra de dois computadores. A internet chegou ao jornal dez anos depois, em 1997, mas sua *homepage* foi estreada apenas no ano de 2000.

‘O Mossoroense’ também foi atingindo com a crise que vem afetando diversas redações no Brasil, isso fez com que, em 31 de dezembro de 2015, o jornal circulasse pela última vez sua versão impressa. Mas, apesar da veiculação de notícias no papel ter sido encerrada, a versão digital do jornal continuou disponível para os leitores.

Embora o veículo já possuísse sua versão *online*, o foco de produção de notícias sempre esteve presente no impresso, até o momento do seu fechamento. A partir desse ponto, a produção foi totalmente voltada para o meio digital, que, embora permita a produção de textos mais sucintos, exige uma constante atualização de informações ao longo do dia. Mas a redação também sofreu com o corte de funcionários após o encerramento do impresso, onde o número de jornalistas diminuiu de catorze para somente três.

O enxugamento da redação e o processamento das informações exclusivamente para o meio digital, alterando rotinas produtivas e processo de produção das notícias, são fatores que fazem parte da adaptação do jornalismo impresso para o *online* no jornal ‘O Mossoroense’. Esse processo altera não só o meio pelo qual se veicula a notícia, mas também a forma como ela é apurada, editada e apresentada ao seu público leitor e, automaticamente, o modo de trabalho do jornalista.

## **6.1 OS DESAFIOS ENFRENTADOS NO PROCESSO DE TRANSIÇÃO**

A adaptação a outro tipo de meio que, embora já fosse utilizado para a circulação de notícias, não tinha a mesma força do impresso, representou mais uma fase das quais o jornal ‘O Mossoroense’ passou, quando os desafios não podiam deixar de fazer parte, a começar pelo enxugamento da redação, pois com a diminuição de catorze para três jornalistas, o acúmulo de funções se tornou comum entre os funcionários. Ana Paula Cardoso, uma das jornalistas que trabalha para o veículo, informou, durante a entrevista realizada para a presente pesquisa, que além de repórter, também é editora e diagramadora do jornal.

A prestação de contas realizada com os funcionários que foram demitidos, alguns destes que já trabalhavam há mais 30 anos, ocasionou uma maior desestabilidade financeira no veículo. Como relatado por Maricélia Carlos, servidora do setor administrativo do local, outro obstáculo enfrentado é a resistência de anunciantes para a plataforma digital do jornal, pois a maioria das organizações que antes faziam divulgação por meio do impresso, não continuaram após a mudança para o jornalismo *online*. A tentativa de firmar novas parcerias tornou-se um grande desafio, principalmente porque há uma expansão da concorrência na internet, pois além da existência de outros jornais digitais que oferecem informações da cidade de Mossoró-RN, há diversos *blogs* noticiosos que também possuem grande quantidade de acessos diários, e tornam-se mais uma opção de divulgação de anúncios.

## **6.2 AS MUDANÇAS NA CONSTRUÇÃO DA NOTÍCIA PARA A INTERNET**

Os principais desafios enfrentados pelo ‘O Mossoroense’ no processo de adaptação, foram as mudanças ocorridas dentro da redação, tanto financeiramente quanto na organização do trabalho jornalístico. Com a produção da notícia voltada para meio digital, o processamento da informação passou por alterações, das quais os jornalistas tiveram que acompanhar, mudando sua rotina de trabalho, pois os leitores dessa mídia, além de diversificados, tornaram-se mais exigentes.

Com menos tempo e menos jornalistas para apurar informações, redigi-las e editá-las com frequência no portal, as notícias do veículo, que é objeto de estudo do presente artigo, tornaram-se mais curtas do que as que produzidas para o jornal impresso. O número de fontes ouvidas durante a apuração diminuiu, com exceção de casos mais complexos, que envolvam muitos fatores, organizações, instituições etc. Como exemplos estão acontecimentos que, em uma mesma situação, precisem ser ouvidos os lados da prefeitura, de sindicatos e do Ministério Público. Em casos relacionados à violência, como assaltos e assassinatos, a principal fonte é a polícia, e dependendo de como o fato ocorreu, é a única ouvida.

Como demais jornais, ‘O Mossoroense’ possui seus critérios de noticiabilidade para a construção das notícias. Embora a versão *online* ofereça maior expansão do público, permitindo o acesso a pessoas de outras cidades, estados e países, a maior parte dos leitores são de Mossoró-RN e de regiões circunvizinhas, que buscam informações que estejam relacionadas aos seus cotidianos. Por isso, o principal critério é o de

localização geográfica. Os acontecimentos locais ganham prioridade, mas, para que sejam noticiados, também dependem de outros fatores que os torne relevantes o suficiente para serem apresentados ao público.

As notícias que possuam assuntos de interesse do público também são critérios fundamentais para que sejam veiculadas pelo jornal. Não só pela localização geográfica, mas também pelo tema que ela abordará, o tipo de acontecimento de que se trata. As matérias que abordam assuntos policiais são comuns, porque atribuem um alto número de acessos ao portal ‘O Mossoroense’.

### **6.3 AS INOVAÇÕES PARA OBTER LEITORES NAS NOVAS PLATAFORMAS**

As redes sociais estão ganhando, cada vez mais, espaço entre os internautas, especialmente após o surgimento dos smartphones. Essas redes não podem deixar de fazer parte do processo de adaptação do jornal impresso para o digital, pois por meio delas, o compartilhamento da informação ganha maiores proporções, levando o endereço de acesso ao portal para mais leitores. É necessário que haja a junção de diversas ferramentas que o meio digital pode oferecer, para que o jornalismo possa acompanhar o seu público nos processos de informatização.

A interatividade passa a ser essencial na era em que a comunicação é cada vez mais facilitada pelas tecnologias. Os portais e sites de notícias oferecem ferramentas de interação para que se possa inserir comentários nas matérias jornalísticas, permitindo ao leitor dar o seu *feedback* ao jornal. Mas é por meio das redes sociais que as notícias ganham um maior alcance. Isso porque elas permitem que o jornal, através das páginas oficiais mantidas nessas redes, obtenha um grande número de seguidores e assim, um rápido compartilhamento das informações pelos próprios leitores. Além disso, também possibilitam abrir um maior espaço para que o público interaja de diversas maneiras, como curtidas e reações, que também passam mensagens aos veículos.

‘O Mossoroense’ utiliza as plataformas do *Facebook*, *Twitter*, *YouTube* e *Soundcloud* como forma de compartilhamento das notícias em formatos multimídias, como vídeos, áudios, fotos e textos. Essa é uma maneira de atrair leitores e estar presente nas diversas redes sociais que são acessadas pelo seu público, para que haja, por parte dele, um acompanhamento das notícias veiculadas pelo jornal não apenas através do site, mas de outros ambientes virtuais acessados pelas pessoas que o acompanham.

---

## 7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o surgimento, desenvolvimento e popularização da internet e das redes sociais, especialmente no início do século XXI, tornou-se muito mais fácil para os leitores e consumidores de forma geral acessarem conteúdos através da plataforma digital. Isso acontece devido à internet demandar menos tempo de espera para que o público obtenha novos produtos, ao mesmo tempo em que garante maior velocidade e facilidade de acesso, dando a sensação de que as pessoas estão adquirindo informações sobre o que acontece em sua região, país e até mesmo no mundo inteiro em tempo real.

Esses avanços tecnológicos, no entanto, também trouxeram consigo grandes dificuldades para os meios de comunicação de massa, como o jornalismo impresso, que passou a ver seu público migrar, pouco a pouco, para a internet. Essa perda de público fez com que boa parte dos jornais impressos entrassem em crise, pois já não obtinham bons retornos financeiros. Com isso, muitos desses veículos não conseguiram mais se manter e tiveram que encerrar todas as suas atividades, enquanto outros apenas fecharam suas versões físicas e passaram a operar completamente na plataforma digital, na tentativa de atrair um novo tipo de público, como foi o caso do ‘O Mossoroense’.

Para alcançar o objetivo de atrair um público leitor e conseguir se manter no mercado do jornalismo, é necessário que ‘O Mossoroense’ – bem como outros jornais e meios de comunicação de massa – entenda que, apesar de continuar em funcionamento, sua plataforma de operação mudou do impresso para o *online*. A plataforma digital, assim como todas as outras, possui suas próprias características, fundamentais para realizar suas atividades de forma adequada.

Nessa perspectiva, não basta simplesmente transportar o material do impresso para o *online*, mas compreender que a produção desse material deve ser pensada em razão da nova plataforma, seus novos leitores e exigências. As rotinas produtivas e os processos de produção das notícias devem mudar e se adaptar ao seu novo público, pois não é o jornalismo como atividade que está em crise; ele apenas mudou de plataforma. O que se encontra em crise é a forma como o jornalismo está sendo exercido.

## 8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. Rotinas Produtivas do Jornalismo em Brasília. In: PORTO, Sérgio Dayrell (Org.). **O jornal: da forma ao sentido**. 2. ed. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002, p. 449-468.

---

BAPTISTA, E. C. A. **As Rotinas Produtivas da Imprensa e as Fontes de Informação: A interfluência entre as fontes de rotina e os processos produtivos da redação.** 2013. 70 f. Relatório de Estágio (Mestrado em Comunicação e Jornalismo) – Faculdade de Letras, Universidade de Coimbra, Coimbra. 2013.

FERRARI, Pollyana. **Jornalismo digital.** 4. ed. São Pulo: Contexto, 2010.

JORNAL O MOSSOROENSE. **Jornal O Mossoroense, Um Novo Desafio.** Disponível em: <<http://www.omossoroense.com.br/jornal-o-mossoroense-um-novo-desafio/>> Acesso em: 7 out. 2017.

LAKATOS, Eva Maria. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). **Modelos de jornalismo digital.** Salvador: Calandra/Edições GJOL, 2003, p. 13-36.

RODRIGUES, Carla. Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In: RODRIGUES, Carla (Org.). **Jornalismo online: modos de fazer.** Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009, p. 13-33.

TELE SÍNTESE. **Brasil é o 4º país com mais usuários de internet, diz relatório da ONU.** Disponível em: <<http://www.telesintese.com.br/brasil-e-o-4o-pais-com-mais-usuarios-de-internet-diz-relatorio-da-onu/>> Acesso em: 7 out. 2017.

UOL. **O Jornal O Mossoroense.** Disponível em: <<http://www2.uol.com.br/omossoroense/2101/ojornal.htm>> Acesso em: 7 out. 2017.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.