



## **DO IMPRESSO AO DIGITAL: o processo de transição no jornalismo local e do ‘interior’**

**Ednilson Barbosa Santos<sup>1</sup>.**

Universidade Federal de Sergipe (UFS). Mestrando em Comunicação.

**Resumo:** O objetivo da pesquisa foi investigar as especificidades do processo de transição do meio impresso para o digital no ‘jornalismo local’ e do ‘interior’, tomando como exemplo duas experiências dessa transição na Região Nordeste: o semanal *Cinform*, da capital de SE; e o diário *O Mossoroense*, no interior do RN. Contou com aportes teóricos das Geografias da Comunicação, da Comunicação Regional, e do Jornalismo Digital e Hiperfídia. Uma pesquisa exploratória com fins descritivos, diagnósticos e prospectivos que lançou mão de uma combinação de procedimentos metodológicos. Foi possível demonstrar que o centenário diário potiguar manteve-se atualizado com as tecnologias de produção jornalística, enquanto o jovem semanário sergipano adotou modelo transpositivo da primeira era da Internet, cuja novidade consiste em distribuir a edição em pdf via aplicativo de mensagens de celular.

**Palavras-chave:** jornalismo local; local-regional; jornalismo do interior; jornalismo digital; geografias da comunicação.

### **1. Introdução**

O presente estudo parte da premissa de que a literatura sobre o jornalismo praticado no ambiente da Internet tem concentrado seus estudos empíricos na chamada gran-

---

<sup>1</sup> Jornalista, mestrando pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). E-mail: ednilsonjornalista@gmail.com

de imprensa, desconsiderando variáveis presentes em outros contextos e espacialidades que se diferenciam daquela onde está instalada essa grande imprensa.

Ao reconhecer essa lacuna, a pesquisa traz como principal objetivo investigar as especificidades do processo de transição do meio impresso para o digital no ‘jornalismo local’ e do ‘interior’. Para melhor compreender esse processo procurou-se refletir sobre os modelos de negócios, as opções tecnológicas e a influência do contexto geográfico observáveis em duas experiências recentes dessa transição de plataformas ocorridas na Região Nordeste: a do jornal semanal *Cinform*, de Aracaju (SE), e a do diário *O Mossoroense*, da cidade de Mossoró (RN).

A escolha não foi aleatória, pois são experiências de transição implementadas por empresas jornalísticas de grande influência local e regional, pioneiras em seus contextos sociogeográficos na iniciativa de mudar o modelo e o produto jornalístico. Ambas são caracterizadas como empresas jornalísticas familiares locais que atuam numa escala híbrida (local-regional), sendo que a empresa *Cinform* está sediada na capital e *O Mossoroense* no interior, conforme características apreendidas nos estudos realizados por Sonia Aguiar (2016), Beatriz Dorneles (2016), Francisco de Assis (2013), e Jacqueline Deolindo (2016).

O período de observação, considerando que se trata de estudo sincrônico, vai do início da implementação da experiência digital (com datas diferentes para as duas empresas jornalísticas estudadas) até 30 de maio de 2018. Para compreender determinadas características “congelou-se” as páginas das publicações durante os meses de março, abril e maio de 2018.

Pode-se dizer que existem ao menos duas motivações principais que instigaram a realização deste estudo: uma científica; outra relacionada ao contexto. A motivação científica carrega um sentido desafiador em relação à inclinação que os estudos de jornalismo têm de padronizar ou universalizar um modelo de jornalismo voltado para a Internet, como resultado da globalização econômica e da difusão das tecnologias digitais. Este trabalho segue uma reflexão trazida por Salovaara-Moring (2004), na qual a abordagem espacial/regional da comunicação midiática rejeita a perspectiva universalista da sociedade como um sistema único.

Adota-se, assim, a perspectiva de observar a comunicação midiática e o jornalismo como experiências sociais formadas “por espaços-tempo específicos em lugares e comunidades interpretativas específicas, mantidas discursivamente” (SALOVAARA-MORING, 2004). Compreendem-se os meios locais e regionais como sendo subsistemas do sistema midiático que carrega particularidades identitárias importantes, que os diferenciam da mídia nacional (AGUIAR, 2017). Uma abordagem de investigação que considera a existência de experiências comunicacionais em escalas geográficas distintas (nacionais, regionais e locais) que evidenciam a existência também de práticas distintas e que merecem ser investigadas.

Outra motivação está ligada ao contexto contemporâneo em que o jornalismo está inserido, retratando mudanças significativas na experiência social com os meios de comunicação, cada vez interativos, multimidiáticos e apoiados nas tecnologias digitais. Particularmente nos interessam aqui as mudanças que impactam o modo de fazer do jornalismo digital, como transformações no hábito de acessar notícias, na gestão das empresas locais e regionais, nas reconfigurações dos produtos jornalísticos, dentre outros aspectos.

## **2. Percurso Teórico**

Passadas mais de duas décadas após a popularização da Internet no Brasil, é possível perceber uma importante produção acadêmica que investiga as reconfigurações pelas quais a teoria e a prática jornalísticas vêm passando, sobretudo por conta da expansão do jornalismo digital e suas várias possibilidades oferecidas pelas Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs).

Logo na virada do século, em 2003, o já clássico livro *Modelos de Jornalismo Digital*, organizado por Elias Machado e Marcos Palacios, reúne trabalhos pioneiros sobre os aspectos técnicos e tecnológicos que impactariam o jornalismo produzido para o ambiente da Internet nos anos seguintes. Entre os aspectos estão as seis principais características das primeiras gerações do jornalismo digital descritas por Palacios (multimedialidade, hipertextualidade, customização ou atualização contínua, memória, ins-

tantaneidade ou atualização contínua) apropriadas aqui como parâmetro para identificar experiências jornalísticas em transição.

As pesquisadoras Luciana Mielniczuk (2003), Carla Schwingel (2012) e Suzana Barbosa (2013) observam certo processo “evolutivo”, que as levam à identificação de “fases” ou “gerações” do jornalismo, da adoção mais rudimentar da linguagem html<sup>2</sup> à incorporação de “sistemas automatizados”. Mielniczuk aponta a trajetória percorrida pelos produtos jornalísticos desenvolvidos para a Web nas três primeiras gerações: produtos de primeira geração ou transposição; produtos de segunda geração ou fase da metáfora; e produtos de terceira geração ou fase da exploração das características do suporte web. Carla Schwingel trata da virada tecnológica da quarta geração do jornalismo digital acrescentando duas características as seis já citadas por Palacios: flexibilização dos limites de tempo e espaço como fator de produção; e, utilização de ferramentas automatizadas no processo de produção como definidor do ciberjornalismo. Já Suzana Barbosa completa o ciclo caracterizando a produção jornalística na contemporaneidade como “jornalismo convergente” da quinta geração, cujos traços constitutivos incluem uso das redes sociais e aplicativos autóctones para mídias móveis.

A pesquisa apoiou-se também nos estudos das Geografias da Comunicação e Geografias da Comunicação Regional para empreender uma contextualização espacial desse processo de circulação de notícias e de transição tecnológica, embora nem todos os autores e autoras citados consideram-se filiados ao campo das Geografias da Comunicação, preferindo enquadrar-se nos Estudos de Jornalismo ou nas Teorias da Comunicação.

Deparou-se aqui com o enfrentamento da imprecisão e “babel conceitual” apontadas por Aguiar (2016) na literatura acadêmica da área de Comunicação no Brasil, na qual expressões como “jornalismo local”, “jornalismo regional” e “jornalismo do interior” são utilizadas como se fossem sinônimos ou geograficamente equivalentes. Partindo dessa constatação, a pesquisa definiu pela abordagem trazida por esta autora de “região” e “local” como frações da escala geográfica de proximidade.

---

<sup>2</sup> A abreviação HTML vem do inglês e significa Hypertext Markup Language ou em português Linguagem de Marcação de Hipertexto. Foi criada por Tim Berners-Lee com o objetivo de padronizar a forma com que os dados são armazenados, exibidos e “consumidos” na web.

Tomando como referência esta classificação, considera-se “jornal regional” aquele que opera sua mediação e circulação dentro de um determinado recorte geográfico específico, localizado entre a escala local e a nacional que, por sua vez, pode estar subdividido em quatro níveis (ou fração de escala), conforme apresentado no Quadro 1. A mesma lógica se dá para o “jornal local” sob sua respectiva escala enquanto categoria georreferenciada. O trabalho desta autora contribui com a possibilidade de examinar o objeto empírico a partir do que ela chama de escala híbrida, ou seja, a estratégia de atuação midiática não é apenas local ou apenas regional, mas “local-regional”.

**Quadro 1 - Níveis das escalas local e regional**

Escala	Níveis	Recortes espaciais
Local	mesolocal	município, cidade, centro urbano
	macrolocal	metrópole, região metropolitana
Regional	microrregião	aglomerado de pequenas cidades
	mesorregião	aglomerado de cidades em torno de uma cidade-polo
	Estado	unidade da federação
	macrorregião	divisão político-administrativa

Fonte: Sonia Aguiar (2016, p. 57) com base na proposta de Marcelo Lopes de Souza (2010).

Sonia Aguiar redescobre e faz uma releitura da análise sobre a “região jornalística” proposta por Milton Santos em 1955<sup>3</sup>, a partir da qual apresenta a distinção conceitual entre regiões jornalísticas e regiões midiáticas. Segundo ela, os espaços que servem de referência para as mediações entre os acontecimentos e as audiências configuram as “regiões jornalísticas”; e, aos recortes espaciais que servem de referência para a atuação mercadológica operada por grupos midiáticos propõe-se denominar “regiões midiáticas” (AGUIAR, 2016, p. 120).

Para esta pesquisa estabelece-se uma distinção clara e específica sobre “jornalismo do interior”. A cidade do interior é compreendida nos termos defendidos por Jaqueline Deolindo (2016) como aquela localizada fora das regiões metropolitanas. Logo, os jornais do interior são aqueles que atendem às demandas de notícia e informação do lugar imediato em que está sediada (local) e/ou da sua área de influência (região), fora do espaço metropolitano.

<sup>3</sup> A expressão “regiões jornalísticas” foi resgatada de um texto de Milton Santos apresentado no IV Congresso Nacional de Jornalista, em Belo Horizonte, em setembro de 1955, no qual propõe uma classificação funcional dos jornais brasileiros da época, com base nas áreas de cobertura e circulação.

Jacqueline Deolindo (2016) e a finlandesa Salovaara-Moring (2004), corroboram com este trabalho a partir dos resultados convergentes de suas pesquisas sobre o jornalismo local-regional que dão especial atenção à área de cobertura jornalística, à área de negociação publicitária e à área de circulação. Entre os aspectos convergentes das autoras estão a natureza dual da empresa jornalística (informação e venda de anúncios), a economia regional como nicho de mercado e a valorização econômica e social das empresas jornalísticas regionais.

### **3. Procedimentos metodológicos**

O percurso metodológico seguido não se restringiu a uma técnica ou procedimento, mas consistiu em uma combinação de várias ações de coleta e análise de dados interconectadas numa observação sistemática: visita técnica, análise documental, entrevista em profundidade e análise de conteúdo (nas respectivas plataformas digitais do *Cinform* e *O Mossoroense*), para finalmente chegar à descrição interpretativa do processo de transição do impresso ao digital. Não houve, nesse percurso, uma ordem de prioridade ou uma hierarquia entre os procedimentos; cada qual foi programado e realizado conforme as condições objetivas da pesquisa, dentro de uma perspectiva exploratória (sem parâmetros de estudos semelhantes consolidados anteriormente) com fins descritivos, diagnósticos e prospectivos.

Para análise comparativa dos produtos resultantes da transição do impresso para o digital, foram coletadas páginas dos dois jornais em períodos iguais de três meses, entre 1º de março e 30 de maio de 2018. Contudo, em função dos formatos diferenciados adotados, foram utilizados procedimentos diferentes para coleta das páginas. No caso de *O Mossoroense*, foram feitas *prints* das páginas iniciais (*home*) utilizando a barra de rolagem do site para análise das publicações aí dispostas, de onde foram colhidas 427 notícias. Já no caso do *Cinform*, que é ‘entregue’ aos leitores via *Whatsapp*, as edições foram recebidas mediante cadastro no site da empresa e delas extraídas 262 notícias.

Esse material permitiu coletar dados sobre as opções tecnológicas dos dois produtos em relação aos recursos oferecidos pelas TICs; se houve modificações no período;

as referências espaciais dos conteúdos noticiosos que permitissem identificar características de jornalismo local, regional e do interior; e indicadores de sustentabilidade dos produtos a partir das publicidades veiculadas.

#### **4. Estudo de casos: duas opções de transição na região Nordeste**

*O Mossoroense* experimentou lenta transição do papel para o digital. Em 24 de agosto de 1999, o jornal deu um importante passo na sua trajetória rumo à digitalização, com o lançamento de sua página na internet, tornando-se o primeiro veículo jornalístico fora do eixo Rio-São Paulo a se hospedar no Universo On-Line (UOL), convênio que vigorou até o ano de 2012. O diário funcionou dezesseis anos no formato híbrido, com o site jornalístico e o jornal impresso, sendo este último o produto principal. Do ano 2001 até os dias atuais o desenvolvimento e manutenção do site ficou sob a responsabilidade do mesmo *webmaster*, contribuindo para continuidade da transição. Em 31 de dezembro de 2015 o jornal encerrou sua circulação impressa, depois de 143 anos<sup>4</sup> e, na virada do ano para 2016 *O Mossoroense* passa a ser o primeiro jornal 100% digital da cidade de Mossoró e da Região Oeste do Rio Grande do Norte.

A transição para o formato digital do *Cinform* foi marcada pelas interrupções. Houve pelo menos três fases de implantação do modelo digital por parte deste semanário. Na primeira delas, em 1995, ano da implantação da internet no país, a empresa lançou conteúdos jornalísticos na rede poucos meses depois da Gazeta de Sergipe (1948-2003) e foi tirado do ar por decisão da diretoria alegando que impactava negativamente na venda do impresso. Na segunda fase, a partir de 2004, a pretensão era ter notícias atualizadas durante todo o dia, além do conteúdo do impresso, mas pelo que informou o diretor de jornalismo à época, o site de notícias não foi à frente porque passou a ter concorrência interna das editorias do impresso e do digital resultando, mais uma vez, na desativação dos serviços de notícia no site; e, na terceira fase, a partir de 17 de julho de 2017, o jornal impresso foi extinto de forma súbita, passando a ser veiculado 100% em formato digital, desta vez de forma inusitada com o site de notícias e com o semanário

---

<sup>4</sup> Dos 31 jornais centenários em atividade, listados pela ANJ, apenas quatro fizeram a passagem do impresso para o digital até 2017, incluindo *O Mossoroense*. Ver em: <encurtador.com.br/cpsOS>

publicado em PDF. A pesquisa identificou que os três momentos de implementação do digital não têm relação de continuidade, são etapas com projetos e equipes diferentes e sem nenhuma memória ou registro de publicações anteriores na internet.

## 5. Aspectos tecnológicos da versão digital

As características tecnológicas trazidas pelos estudos do jornalismo digital são facilmente identificadas na experiência digital de *O Mossoroense*. A empresa experimentou praticamente todas as fases dessa modalidade de jornalismo no Brasil, desde o formato transpositivo inicial até a ruptura com o modelo tradicional, apresentando atributos próprios do modelo contemporâneo de produção e disponibilização no ambiente digital multiplataforma.

De modo geral, o processo de transição do jornal *O Mossoroense* se destaca pela ruptura plena em relação ao modelo impresso. Foi um processo lento, desde o seu início, em 1999, porém contínuo e evolutivo, agregando os avanços das tecnologias digitais da comunicação. A empresa inovou na utilização dos aspectos de construção narrativa e também na rotina editorial, trazendo características comuns às relacionadas pelos estudos de comunicação alinhadas a um perfil de quinta geração do jornalismo digital.

Os avanços, no entanto, não descartam a necessidade de a empresa aperfeiçoar recursos como customização e interação com o público dentro do próprio site. Também faz falta uma maior utilização de infográficos, vídeos e áudios, que poderiam enriquecer o conteúdo editorial disponibilizado com a linguagem multimídia.

Já o *Cinform*, em relação às características tecnológicas, criou um produto jornalístico digital no formato PDF que pode ser lido em vários dispositivos telemáticos, como celular, computador ou tablete. O “jornal de uma coluna”, como disse o criador do modelo, Alberto Alcosa, à época diretor de marketing da empresa, inovou na forma de distribuição, por meio do aplicativo gratuito *Whatsapp*, visto que esta é uma ferramenta bastante utilizada e acessível ao público de diferentes camadas sociais, apesar de todos os riscos que um aplicativo gratuito oferece. Por outro lado, a empresa jornalística rompe com as experiências de jornalismo digital anteriormente registradas ao deixar de uti-



lizar uma série de recursos tecnológicos oferecidos na criação de sites e portais jornalísticos.

Em resumo, o processo de transição do impresso para o digital do *Cinform* caracteriza-se por uma ruptura apenas parcial com o modelo do impresso, praticamente restrita à circulação. O produto gerado é ao mesmo tempo anacrônico e inovador. Anacrônico em relação aos aspectos de construção narrativa (ausência de hipertextualidade multimídia, flexibilização dos limites de tempo e espaço, de memória e customização), às rotinas editoriais (ausência de atualização contínua, uso de banco de dados, interatividade) e à metáfora estética do impresso no processo de produção e na lógica da entrega do produto final. Inovador por ser inédito no formato criado, principalmente para *smartphone*, com foco nas redes sociais e na circulação, que se utiliza da automação e da rede de internet para alcançar o público.

**Figura 1 – Página inicial dos produtos criados pelos jornais O Mossoroense e Cinform.**



Print feita pelo auto.

## 6. Aspectos geográficos

Ao ampliar sua área prioritária de atuação jornalística, *O Mossoroense* foi ultrapassando o estigma de “jornalismo do interior” e do localismo inscrito no próprio nome, processo que continuou na passagem para o modelo digital. Os resultados entre as três escalas de cobertura jornalística priorizadas no digital – local, regional e nacional – com 50%, 13% e 34%, respectivamente, demonstram uma concentração na mediação jorna-

lística local. Se somadas, as notícias regionais e locais representam 63% dos conteúdos publicados. Um quadro bem parecido entre o local e o regional (75,5%) observado no caso do *Cinform*, numa demonstração de valorização do fator “proximidade” espacial e identitária como destacado nos estudos de Sonia Aguiar (2016).

Das 198 notícias locais-regionais do *Cinform* digital no período pesquisado, 70 (35%) tiveram como área de cobertura a Região Metropolitana da capital, sendo 66 de Aracaju (sede do jornal), duas de São Cristóvão e duas da Barra dos Coqueiros; outras 35 notícias (18%) tratavam diretamente de algum município do interior sergipano. As demais 93 notícias (47%) dessa escala não mencionavam nomes de cidades, referindo-se genericamente ao Estado ou à população sergipana, por isso foram consideradas como regionais, no nível estadual.

Apesar de alcançar uma área de influência regional, com maior percentual de notícias no nível estadual, seguido da Região Metropolitana da capital, o *Cinform* elegeu como protagonistas apenas mais três municípios do interior: Itabaiana, Lagarto e Estância – todos situados a menos de 81 km de distância de Aracaju, o que facilita o deslocamento de equipes para cobertura<sup>5</sup>. A estes foram reservadas 17 das 35 notícias, enquanto as 18 notícias restantes referiram-se a dez outros municípios<sup>6</sup>. O resultado que aponta para uma concentração de notícias nas cidades acima citadas não é novidade, conclusão similar foi identificada anteriormente pelo autor desta dissertação em relação ao formato impresso do mesmo jornal. Ou seja, a transição para o digital não alterou as opções editoriais preexistentes em termos de cobertura.

## 7. Mercado de anunciantes

No período observado, a edição digital d’*O Mossoroense* apresentou baixo volume de anunciantes, dois dos quais veiculados de forma ininterrupta (Câmara de Vereadores e Indústria de cimento Mizu), caracterizando como anúncios no atacado, ou seja, com o longo período de veiculação. Porém, mesmo com pequeno volume, o perfil dos anunciantes e a frequência de veiculação indicam que há uma circulação de receita ca-

---

<sup>5</sup> Distância entre Aracaju e Itabaiana - 57,9 km; para Estância - 70,7 km; para Lagarto - 80,9 km.

<sup>6</sup> Riachão do Dantas, Poço Redondo, Tobias Barreto, Nossa Senhora das Dores, Itaporanga, Capela, Itabaianinha, Cumbe, Rosário do Catete e Nossa Senhora da Glória.

paz de caracterizar a empresa jornalística como um negócio sustentável e articulador do mercado regional, no sentido apontado pelos estudos de Deolindo (2016) e Salovaara-Moring (2004). Todos os anunciantes têm relação de proximidade geográfica, até mesmo a indústria de cimento, que possui unidade de negócios em sete cidades de estados diferentes, inclusive Baraúna, situada na Região Oeste potiguar, na fronteira com Mosoró. Não foram identificados anúncios originados da capital nem de classificados locais.

Em relação ao semanário *Cinform* observa-se maior quantidade de publicidade de empresas com negócios na capital (96%) em todas as classificações feitas no recorte deste trabalho, ou seja, anunciantes com estratégia no atacado, varejo, editais e classificados. Outros 3% são anunciantes com negócios no interior do estado (estes divulgados apenas no caderno Municípios), e apenas 1% de anunciantes com negócios no âmbito nacional. Não foram identificadas publicidades dos tipos varejistas, editais públicos nem classificados do interior do estado no período observado.

## **8. Aspectos da gestão**

A análise das características da gestão nas empresas estudadas apresenta permanência do modelo de gestão familiar, com a participação direta de familiares na superintendência, administração e finanças, além da hereditariedade, fatores já identificados por Dornelles (2016) em outras empresas do mesmo gênero no sul do Brasil.

O modelo econômico das duas empresas pode ser visto em duas fases: a primeira quando adotavam de forma predominante o modelo industrial de produção de jornais impressos; a segunda quando passou a adotar o formato digital.

Com a implementação do modelo econômico digital, o semanário *Cinform* passou a realizar uma série de mudanças de gestão, com redução do espaço de funcionamento e equipe de trabalho. A equipe de jornalistas foi reduzida de 22 jornalistas em 2015, no modelo impresso, para sete jornalistas a partir de 2017, na fase do modelo digital, contando com o fotógrafo. Na estrutura de pessoal manteve ainda funções como editor eletrônico, diretor de marketing, diretor comercial, recepcionista e superintendência geral.

Na fase impressa do semanário, as receitas identificadas eram oriundas principalmente da venda de jornais e publicidade. Já na fase do digital as receitas têm sido geradas apenas pela venda de publicidade dos setores público e privado. A empresa deixou de obter receita com a venda do produto impresso, com a terceirização dos serviços gráficos e teve significativa redução da publicação de classificados.

No caso d’*O Mossoroense*, a empresa encontra-se instalada em prédio próprio localizado no centro da cidade de Mossoró, espaço que é dividido com a emissora de Rádio 93 FM, do mesmo grupo, e onde continuam instaladas as máquinas industriais de impressão. Apresenta boa estrutura administrativa, com recepcionista e salas específicas para cada atividade. A sala da redação, exclusiva para os jornalistas, tem cerca de 9 metros quadrados e computadores com boas condições.

A equipe deste diário também foi reduzida, de 14 no modelo impresso passou para apenas dois jornalistas no digital, que se revezam nos turnos da manhã e tarde. A parte jornalística conta com o apoio de um técnico em informática que desenvolveu e dá manutenção ao site e redes sociais. Os próprios jornalistas publicam as matérias e replicam nas redes. A família proprietária do diário *O Mossoroense* é tradicionalmente formada por políticos, fator que explica pouca preocupação com lucratividade e maior preocupação com a credibilidade e penetração social.

## 9. Conclusão

Consideramos uma decisão metodológica acertada olhar o fenômeno sob o prisma espaço-temporal, o que permitiu observar tanto os processos de expansão territorial dos dois jornais – *Cinform* e *O Mossoroense* –, em sentidos inversos (um da capital para o interior, outro do interior para a capital), quanto os impactos dos modelos diferenciados de gestão tecnológica, ao longo do tempo, sobre os processos de transição do impresso para o digital de cada um.

Se optássemos por olhar o processo de mudança desses dois jornais apenas pela perspectiva da reconfiguração histórica pelo qual o jornalismo está passando, chegaríamos à conclusão de que o jornalismo local e do interior pouco difere dos de “prestígio nacional”. Mas ao recuperarmos o valor da espacialidade na análise, ampliamos os hori-

zontes para o entendimento de que a proximidade geográfica e identitária faz toda a diferença.

Passamos a compreender o jornalismo local como um subsistema que, ao mesmo tempo, reflete o sistema maior e apresenta diferenciações específicas em sua escala de atuação. Ou seja, se por um lado a pequena empresa jornalística local é impactada pelas tendências tecnológicas e econômicas globais, que lhe impõem a necessidade de aderir a novos modelos de funcionamento, por outro lado, sua sobrevivência e sua razão de existir é o local, porque é no local que está o público e o mercado com o qual se relaciona.

Foi possível compreender, com convicção, que a maior parte dos recursos tecnológicos oferecidos pelas TICs não é explorada pelas empresas jornalísticas locais e do interior, em geral por insuficiência de pessoal, o que as diferencia daquelas que estão nos grandes centros urbanos. Os estudos sobre jornalismo digital dizem que o processo de mudança do modelo impresso para o digital não requer necessariamente que as empresas passem pelas gerações já experienciadas, mas se querem ser eficientes precisam adotar os recursos tecnológicos disponíveis e criados para seu pleno funcionamento.

Confirmamos que o jornalismo digital é efetivamente uma inovação dentro da abrangência local, apesar da sua subutilização, o que compromete o processo de transição. Comparando as experiências d'*O Mossoroense* e do *Cinform*, pode-se dizer que o primeiro foi agregando as potencialidades tecnológicas ao modelo impresso, num processo contínuo e ininterrupto de transição gradual. Já o segundo enfrentou um processo cheio de interrupções e discontinuidades, sem muito aproveitamento das potencialidades tecnológicas para a própria modernização do impresso, e sequer chegou a aderir de modo regular a um modelo híbrido (coexistência do impresso com sua versão digital), visando a uma transição mais suave, em vez de repentina e intempestiva, como foi feito.

Em relação ao aspecto geográfico, confirmamos a predominância do conteúdo local nos dois casos estudados. O grande diferencial, se comparado com os jornais de prestígio nacional, está na possibilidade de oferecer ao leitor ou usuário as notícias locais que dificilmente seriam veiculadas em âmbito nacional, numa clara demonstração de que a proximidade geográfica determina o conteúdo. Ficou claro que, pelo menos no caso d'*O Mossoroense*, existe uma coerência entre a oferta e o consumo de informação local, demonstrada pelos dados do Google Analítico a que tivemos acesso (como o *Cin-*

*form* não tem site com banco de dados, não pode dispor deste serviço). O maior número de usuários do site do jornal potiguar estava na Região Oeste do RN, onde se situa Mossoró, e próximo às fronteiras dos estados vizinhos. Mesmo com a ampliação da disponibilidade de acesso à informação pela internet a área predominante de acesso é a local-regional.

A pesquisa contribuiu para ratificar o aspecto de que, no formato digital, a área de cobertura das notícias é maior que no impresso, por conta da utilização dos vários serviços de provimento de conteúdos existentes online. No caso do *Cinform*, como mantém a lógica do formato tradicional na produção e na entrega do produto jornalístico, permanece com abrangência de apuração de notícias proporcionalmente menor do que a do *O Mossoroense*, mesmo dispondo de maior equipe de jornalistas.

Constatamos que não é a geografia nem as condições tecnológicas, isoladamente, que determina o sucesso ou insucesso do processo de transição do impresso para o digital. O êxito na implementação de um processo seguro, eficiente, com bom aproveitamento dos potenciais tecnológicos e que apresente resultados satisfatórios, tanto para o público quanto para a empresa jornalística, está mais relacionado às decisões estratégicas adotadas pela gestão de cada empreendimento. *O Mossoroense* é um exemplo disso. Mesmo sendo um negócio local, de um município do interior do RN, trilhou um percurso muito próximo das características comuns apresentadas nos estudos do jornalismo digital. Já o *Cinform*, apesar de ser uma empresa jornalística com histórico de sucesso e localizada em uma capital de estado, brasileiro executou um processo fora dos parâmetros adotados pela maior parte dos sites jornalísticos estudados na literatura revisada.

Os estudos permitiram concluir que o modelo de gestão das empresas também passa por transformações. A crise econômica aparece como principal fator de mudança, exigindo uma empresa enxuta em termos de pessoal, infraestrutura e insumos. O que está colocado para a gestão não é se o produto final tem meio físico ou digital. As empresas jornalísticas locais estão adotando o produto digital por uma questão de sobrevivência. Com esse modelo, elas funcionam em espaços físicos menores, utilizam poucos insumos, e mantêm um quadro de pessoal pequeno, já que o produto não passa pelo processo industrial nem necessita de logística de entrega.

O modelo digital parece ser sustentável para o jornalismo local e do interior. Mesmo com uma baixa receita é capaz de manter-se funcionando e cumprir a função social de informar ao público. No entanto, a plena utilização dos recursos tecnológicos disponíveis nas plataformas digitais – como vídeos, animações, infográficos, hiperlinks – exige uma equipe maior e tecnicamente mais capacitada, o que significa mais custos visando um público maior.

Por fim, constatamos a tendência de que o jornalismo local e do interior será cada vez mais digital, com suporte da internet e dos dispositivos móveis; localista do ponto de vista da proximidade em seus vários aspectos identitários e geográficos; e controlado por pequenos grupos empresariais com estratégia de atuação local-regional. Com estruturas empresariais menos complexas, há possibilidade de multiplicação dos negócios de mídia nas áreas tidas como “desertos de notícia”. Desta forma, podem contribuir para o desenvolvimento regional como também para a democracia, levando conteúdos informativos e entretenimento capazes de ampliar a compreensão das pessoas sobre suas realidades e contribuir com tomada de decisão.

Como consideração final, registramos que a empresa jornalística *Cinform* sofreu mudança importante após o período de delimitação desta pesquisa. Após 35 anos pertencendo ao empresário sergipano, Antônio Bonfim e sua família, foi vendida para uma empresa da Bahia. Nesse processo de transição de gestão, uma edição impressa foi lançada em 18 de março de 2019, em formato menor que a última versão em papel e impresso na Bahia. Este produto circulou em três edições e foi mais uma vez interrompido. Até a finalização destas páginas, o *Cinform* seguia com sua circulação semanal em dois produtos: o digital gratuito em PDF e o site com notícias majoritariamente nacionais filtradas da EBC – a Empresa Brasileira de Notícias, do governo federal. Persistia, assim, a mesma trajetória errática identificada pela pesquisa.

## Referências

AGUIAR, S. **Territórios do Jornalismo: geografia da mídia local e regional no Brasil**. Petrópolis (RJ): Vozes; Editora PUC, 2016.

ASSIS, F. Por uma geografia da produção jornalística: a imprensa do interior. In: **Anais do XXXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Manaus: Intercom, 2013. Disponível-

vel em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-0810-2.pdf>>. Acesso em: 24 de jul. 2017

BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, J. (Org). **Notícias e Mobilidade. O Jornalismo na Era dos Dispositivos Móveis**. Covilhã, PT: Livros LabCOM, 2013. Disponível em:<[http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301\\_joocanavilha\\_noticias-mobilidade.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130404-201301_joocanavilha_noticias-mobilidade.pdf)> Acesso em 22 jul. 2019.

DEOLINDO, J da S. **Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense**. (Tese de Doutorado 2016) UERJ. Disponível em:<<http://www.ppgcom.uerj.br/wp-content/uploads/Tese-Jacqueline-Deolindo.pdf>> Acesso em: 11 jul. 2018.

DORNELLES, B. A influência da variável familiar na ampliação da imprensa interiorana no Rio Grande do Sul: o caso Prunes. In: **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – São Paulo, 2016. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional>> Acesso em: 9 jul. 2019.

MIELNICZUK, L. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In MACHADO, E. e PALACIOS, M. (Orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: GJOL e Calandra, 2003.

PALACIOS, M. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória. In MACHADO, E. e PALACIOS, M. (Orgs.). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: GJOL e Calandra, 2003.

SALOVAARA-MORING, I. **Media geographies: regional newspapers discourses in Finland in the 1990s**. Helsinki: Department of Communication University of Helsinki, 2004 [e-book]. Disponível em: <<https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/23455/mediageo.pdf?sequence=4>>. Acesso em 22 de jul. 2019.

SCHWINGEL, C. **Ciberjornalismo**. São Paulo: Paulinas, 2012.