

**ABORDAGEM  
METODOLÓGICA NO  
JORNALISMO PÓS-  
INDUSTRIAL: o uso da  
netnografia em estudo sobre  
redação virtual**

**METHODOLOGICAL APPROACH IN  
POST-INDUSTRIAL JOURNALISM:  
the use of netnography in study  
on virtual writing**

**ENFOQUE METODOLÓGICO EN EL  
PERIODISMO POST-INDUSTRIAL:  
el uso de la netnografía en estudio  
sobre redacción virtual**

**Ivan Bomfim<sup>1</sup>**

**Larissa Cantuária Lucena<sup>2, 3, 4</sup>**

## **RESUMO**

O presente artigo objetiva analisar a netnografia como método de pesquisa no jornalismo, considerando os estudos a respeito de comunidades e culturas no espaço online. Para tanto, primeiramente, aborda o conceito de humanidades digitais e

---

<sup>1</sup> Professor do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), pós-doutor em Ciências da Comunicação pela Unisinos, doutor e mestre em Comunicação e Informação pela UFRGS. É um dos coordenadores do Grupo de Estudos e Pesquisas em Mídias Digitais (UEPG/CNPq). E-mail: ivanbp17@gmail.com. Orcid: 0000-0003-3109-5017.

<sup>2</sup> Mestranda em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), com bolsa Capes. Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal do Amapá (Unifap). Integrante do Grupo de Estudos e Pesquisas em Mídias Digitais (UEPG/CNPq). E-mail: larissacantuaria8@gmail.com. Orcid: 0000-0003-0592-0984.

<sup>3</sup> Endereço de contato dos autores (por correio): Praça Santos Andrade, 01 - Centro, Ponta Grossa - PR, 84010-330. Brasil.

<sup>4</sup> Uma versão preliminar do trabalho foi apresentada no XX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado entre os dias 20 e 22 de junho de 2019, em Porto Alegre - Rio Grande do Sul.

discute sobre o cenário pós-industrial. Também debate acerca das aproximações e diferenças que permeiam as definições de etnografia e netnografia para, em seguida, elucidar a aplicação metodológica no site amapaense SelesNafes.com. O referido veículo, desde janeiro de 2018, substituiu a redação física e os conteúdos são enviados exclusivamente por meio do grupo no WhatsApp. Espera-se que a explanação teórica e empírica contribua com as pesquisas que investiguem as novas adaptações da atividade jornalística.

**PALAVRAS-CHAVE:** Netnografia; humanidades digitais; WhatsApp; SelesNafes.com.

#### **ABSTRACT**

This article aims to analyze netnography as a research method in journalism, considering the studies about communities and cultures in the online space. To do so, it first addresses the concept of digital humanities and discusses the post-industrial scenario. He also discusses the approximations and differences that permeate the definitions of ethnography and netnography, and then elucidate the methodological application on the site amapaense SelesNafes.com. Said vehicle, since January 2018, has replaced the physical writing and the contents are sent exclusively through the group in WhatsApp. The theoretical and empirical explanation is expected to contribute to research that investigates the new adaptations of journalistic activity.

**KEYWORDS:** Netnography; digital humanities; Whatsapp; SelesNafes.com.

#### **RESUMEN**

El presente artículo tiene como objetivo analizar la red neuronal como método de investigación en el periodismo, considerando los estudios acerca de comunidades y culturas en el espacio online. Para ello, primero, aborda el concepto de humanidades digitales y discute sobre el escenario postindustrial. También debate acerca de las aproximaciones y diferencias que permean las definiciones de etnografía y netnografía para luego dilucidar la aplicación metodológica en el sitio amapaense SelesNafes.com. Este vehículo, desde enero de 2018, ha sustituido a la redacción física



# revista Observatório

ISSN nº 2447-4266

Vol. 5, n. 6, Outubro-Dezembro. 2019

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2019v5n6p75>

y los contenidos se envían exclusivamente a través del grupo en el WhatsApp. Se espera que la explicación teórica y empírica contribuya a la investigación que investiga las nuevas adaptaciones de la actividad periodística.

**PALABRAS CLAVE:** Netnografía; humanidades digitales; WhatsApp; SelesNafes.com.

Recebido em: 01.06.2019. Aceito em: 09.09.2019. Publicado em: 01.10.2019.

## Introdução

Nos estudos antropológicos, a etnografia é um método científico que se propõe a descrever, explicar e interpretar a cultura e os comportamentos do Outro. Mesmo mudando o campo de investigação com o passar dos anos – das comunidades isoladas aos grupos urbanos –, a disciplina ainda se preocupa em analisar o contexto social a partir das relações e interações dos sujeitos.

Em relação aos estudos sobre comunidades e culturas no espaço online, no entanto, acreditamos seja necessário reconfigurar a atuação etnográfica. Para isso, defendemos que a netnografia seja o aporte metodológico mais indicado nas análises sobre as interações de atores nos ambientes digitais. Embora o método tenha sido desenvolvido com foco no consumo e marketing na internet – com grandes contribuições de Kozinets (2014) para o ramo –, consideramos a relevância da netnografia em pesquisas acadêmicas. No caso tratado por este artigo, iremos abordá-la com o viés do campo jornalístico.

Como exemplo de aplicação metodológica da netnografia, apresentamos o estudo sobre o funcionamento da redação do site amapaense SelesNafes.com<sup>5</sup>, que, desde janeiro de 2018, encontra-se voltada exclusivamente ao grupo do WhatsApp também denominado SELESNAFES.COM<sup>6</sup>. Isto é, a distribuição de tarefas e compartilhamento de mídia ocorre em espaço virtual.

A observação de campo se deu pela inserção no grupo da ferramenta tecnológica, no período de 23 de novembro de 2018 a 16 de maio de 2019, cujo objetivo de observar as maneiras em que os jornalistas definem pautas, tratam sobre questões editoriais e enviam materiais (incluindo textos, imagens, vídeos e

---

<sup>5</sup> <<https://selesnafes.com/>>. Acesso em: 08 maio 2019.

<sup>6</sup> O estudo a respeito do SelesNafes.com faz parte uma pesquisa mais abrangente no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG).

documentos) para as publicações. Também entrevistamos o proprietário do veículo, jornalista Seles Nafes, durante dois momentos.

Para melhor compreensão, primeiramente, o trabalho discorre a respeito dos conceitos de humanidades digitais esclarecidos por Rodríguez Ortega (2014), Berry (2011), Baraibar (2014) e Cohen (2012). O tópico seguinte apresenta sobre as mudanças estruturais do jornalismo (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011), considerando o cenário pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013) e o mercado de hiperconcorrência (CHARRON; BONVILLE, 2016). Depois, estão presentes os apontamentos sobre etnografia (MALINOWSKI, 1978; GEERTZ, 1989; PEIRANO, 2014; OLIVEIRA, 2010; DAWSEY, 2013) e netnografia (NETO *et al.*, 2007; AMARAL, 2010; SÁ, 2002; ROCHA; MONTARDO, 2005; AMARAL; NATAL; VIANA, 2010; AMARAL, 2010; FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011; KOZINETS, 2014), além dos desafios metodológicos aliados aos dados coletados no grupo SELESNAFES.COM.

### **Humanidades digitais: espaço-tempo de um novo jornalismo**

Entender as reconfigurações do jornalismo, compreendido enquanto prática e campo, demanda também reflexão acerca da contemporaneidade. Esta é marcada pelo entrelaçamento da realidade humana às conformações tecnológico-digitais, representadas significativamente pelas chamadas Novas Tecnologias de Comunicação e Informação (NTICs) que nas últimas décadas passaram a fazer cada vez mais parte do cotidiano.

Todavia, é mandatório ter a percepção de que a influência destas não deve ser entendida apenas como um mero elemento técnico: os processos sociais são claramente afetados pela introdução da dimensão tecnológica na vida cotidiana, resultando tanto em novas formas de sociabilidade, cultura, trabalho, imaginário, etc. Com efeito, surge a necessidade de refletir sobre a atual conformação das relações

humanas, que passam por um intenso movimento de digitalização/virtualização. Neste nexos, vemos o surgimento de uma área de estudos cujo objetivo é interpretar a nova realidade mencionada: as humanidades digitais.

De maneira geral, as humanidades digitais (doravante também referidas como HD) podem ser consideradas como um campo de conhecimento resultante da confluência de diferentes áreas acadêmicas relacionadas às ciências sociais e humanas entremeadas à dimensão tecnológica-digital. Segundo Rodríguez Ortega (2014, p. 14, *tradução nossa*)<sup>7</sup>, o que define e diferencia as humanidades digitais em relação a outras áreas de pesquisa das humanidades que fazem uso de tecnologia é a procura de novos modelos interpretativos e “paradigmas disruptivos na compreensão da cultura e do mundo”. Acarretam, assim, formas de reflexão sobre a realidade sociocultural com base nas especificidades da relação com os sistemas digitais.

Para a autora, a grande importância das HDs reside em sua existência como agente de transformação sociocultural e política a partir da “inclusão crítica do pensamento humanista na construção tecnológica e digital do mundo” (RODRÍGUEZ ORTEGA, 2014, p. 15, *tradução nossa*)<sup>8</sup>. Não à toa, as humanidades digitais expressam o *Zeitgeist* atual, representando a significativa necessidade de transformações epistemológicas em contextos cada vez mais hibridizados, com base em lógicas interdisciplinares e colaborativas. A tecnologia, assim, passa a fazer parte da produção dialética do conhecimento.

Berry (2011) entende que as humanidades digitais são constituídas a partir do uso da plasticidade das formas digitais, sendo que estas instituem um amplo cenário

---

<sup>7</sup> Tradução livre do original: “[...] paradigmas disruptivos en la comprensión de la cultura y del mundo”.

<sup>8</sup> Tradução livre do original: “[...] la inclusión crítica del pensamiento humanista en la construcción tecnológica y digital de nuestro mundo”.

de inovações com as dimensões de representação e mediação. Conforma-se o que o autor nomeia como “dobramento” da realidade, que potencializa abordagens significativamente originais em relação à dimensão cultural. Explicando brevemente, o processo é realizado na virtualização dos objetos por parte dos sistemas digitais/computacionais, incorrendo em uma codificação numérica para que seja compreendido pelos dispositivos tecnológicos. Concebe-se uma representação de matriz sociotécnica mas, neste encadeamento,

alguma informação sobre o mundo tem necessariamente de ser descartada para armazenamento de uma representação dentro do computador. Em outras palavras, um computador requer que tudo seja transformado do fluxo contínuo da nossa realidade cotidiana em uma rede de números que podem ser armazenados como uma representação da realidade, que pode então ser manipulada usando algoritmos. Esses métodos subtrativos de compreender a realidade (*episteme*) produzir novos saberes e métodos para o controle da realidade (*techné*). Eles fazem isso através de mediação digital, que as humanidades digitais estão começando a tomar seriamente como sua problemática (BERRY, 2011, p. 2, *tradução nossa*)<sup>9</sup>.

Para Baraibar (2014), a expressiva multiplicidade de temas, metodologias e gêneros engendrada pelas humanidades digitais deve ser entendida como uma possibilidade de desenvolvimento inter e transdisciplinar no universo das Ciências Humanas, fomentando o diálogo entre diferentes processos e lógicas tendo como elemento fulcral o horizonte das novas tecnologias. Assim, torna-se possível enfatizar temáticas que envolvem diversas áreas, como Comunicação, História, Ciência da

---

<sup>9</sup> Tradução livre do original: “[...] in cutting up the world in this manner, information about the world necessarily has to be discarded in order to store a representation within the computer. In other words, a computer requires that everything is transformed from the continuous flow of our everyday reality into a grid of numbers that can be stored as a representation of reality which can then be manipulated using algorithms. These subtractive methods of understanding reality (*episteme*) produce new knowledges and methods for the control of reality (*techné*). They do so through a digital mediation, which the digital humanities are starting to take seriously as their problematic”.

Informação, Sociologia, Política, Direito e Antropologia, dentre outras. O historiador defende que o avanço de contribuições conjuntas pode delinear a constituição de um campo próprio, resultando também em prerrogativas e proveitos em comum, com a confluência de saberes estabelecendo-se como principal elemento de constituição das HD.

Primordialmente, Baraibar (2014) vê a situação como uma revolução e uma grande oportunidade para a humanidade. Dada às transformações efetivadas pela digitalização da realidade, impõe-se uma necessidade de compartilhamento de conhecimentos, de maneira que seja estabelecida a máxima inclusão social, em diversos aspectos.

É a ocasião, em primeiro lugar e acima de tudo, reivindicar o papel que as Humanidades conquistaram na pesquisa do século XXI, na formação de um espírito crítico tão necessário como sempre. É também a ocasião de trabalhar a partir das Humanidades na transferência de conhecimento para a sociedade, uma tarefa que assume virtualidades e novas potencialidades precisamente em um ambiente digital. Mas é que, além disso, o digital aplicado às Humanidades nos oferece possibilidades como um campo de estudo para novas matérias, enfoques e aproximações. E tanto no desenvolvimento de pesquisas humanísticas mais tradicionais quanto na preocupação com a visibilidade de nossos resultados de pesquisa, como na transferência desse conhecimento para um público mais amplo, ou na exploração de novos espaços de pesquisa para os humanistas do século XXI – e especificamente pelos humanistas digitais –, precisamos de ferramentas, técnicas, conhecimentos e instrumentos que não são os próprios de nossas disciplinas (BARAIBAR, 2014, p. 8, *tradução nossa*)<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Tradução livre do original: “Es la ocasión también de trabajar desde las Humanidades en la transferencia de conocimiento a la sociedad, una tarea que cobra virtualidades y potencialidades nuevas precisamente en un entorno digital. Pero es que, además, lo digital aplicado a las Humanidades nos proporciona incluso posibilidades como ámbito de estudio para nuevas materias, enfoques y aproximaciones. Y tanto en el desarrollo de investigaciones humanísticas más tradicionales como en una preocupación por la visibilidad de nuestros resultados de investigación, como en la transferencia de ese conocimiento a un público más amplio, o en la exploración de nuevos espacios de investigación para los humanistas del siglo XXI – y específicamente por los humanistas digitales –, necesitamos herramientas, técnicas, conocimientos e instrumentos que no son los propios de nuestras disciplinas”.

Desta forma, pensar jornalismo inter cruzado às HD é buscar compreender os múltiplos processos (internos e externos) imbricados à sua existência por meio da dimensão tecnológica, estabelecendo formas de investigação que ajudem na complexificação dos conhecimentos sobre a instância jornalística. Sendo uma disciplina que historicamente conjuga interesses de distintas áreas (como política e economia) ao desenvolvimento tecnológico, o jornalismo se mostra como uma intrincada instituição social.

Ao assumirmos a posição de humanistas digitais para abordar o campo jornalístico, tomamos como objetivo trazer à tona processualidades relativas à emergência do chamado jornalismo pós-industrial, forjado também a partir da proliferação das NTICs. Na atualidade marcada pela convergência digital, as formas de interação são influenciadas pela apropriação dos dispositivos sociotécnicos, o que influencia o universo jornalístico em todas as suas partes – desde a organização da redação (espaço que marca a transformação do ofício em atividade profissional) à produção do material noticioso, passando pela distribuição de conteúdo e seus sistemas de circulação na sociedade.

Mas como realizar a aproximação à instância jornalística com base nos pressupostos das humanidades digitais? Analisando a relação entre HD e jornalismo, Cohen (2012) elenca sete áreas principais nas quais os dois campos podem colaborar com resultados proveitosos:

- 1) *Big data* (com aperfeiçoamento das formas de coleta e visualização);
- 2) Maneiras de envolver o público no trabalho desenvolvido dentro das humanidades digitais;
- 3) Narrativas *com plus* de acesso a arquivos;
- 4) Parceria com desenvolvedores de software e outros profissionais da área tecnológica;

- 5) Plataformas e infraestrutura;
- 6) Ferramentas em comum;
- 7) “Convergência de comprimento”: popularização e fortalecimento do jornalismo *longform*<sup>11</sup>.

É interessante conhecer a perspectiva de um historiador que investiga processos de digitalização (caso de Cohen, 2012) sobre as possibilidades trazidas pelo relacionamento entre humanidades digitais e jornalismo. Há uma preocupação de que tanto processos quanto seus resultados acabem convergindo para uma maior possibilidade de compreensão das temáticas, suscitando perspectivas mais críticas no contato com dados e informações. Esta complexificação da realidade é certamente um anseio da atividade jornalística desenvolvida por veículos e profissionais que objetivam aprofundamento das questões.

Mas existe nas dinâmicas listadas também a preocupação com a simplificação do acesso a dados por parte dos profissionais para o desenvolvimento de seu próprio ofício – nesse aspecto, Cohen (2012) cita tanto jornalistas quanto pesquisadores. A viabilidade de compartilhamento de *softwares* com o desenvolvimento de lógicas similares de funcionamento (como editores de textos, *plugins* e sistemas de gerenciamento de conteúdo, por exemplo) se torna fortemente presente na realidade, com muitas das fronteiras entre disciplinas ficando cada vez mais borradas. No artigo ora desenvolvido e, mais especificamente, na análise do objeto de pesquisa (a redação digital do SelesNafes.com), alguns dos elementos apontados por Cohen (2012) são perceptíveis. Para compreendermos esta nova dinâmica, é necessário,

---

<sup>11</sup> Também conhecido como «grande reportagem multimídia», a produção textual do jornalismo *longform* “se destaca não apenas pelo formato, mas também pela apuração, contextualização e aprofundamento. Textos com essa característica propõem uma leitura mais lenta e um leitor disposto a dedicar tempo para a mesma” (LONGHI; WINQUES, 2015, p. 113).

primeiramente, debater aspectos da reorganização da instância noticiosa no momento de irrupção do contexto pós-industrial.

### **Jornalismo pós-industrial permeado pelo mercado de hiperconcorrência**

A transformação tecnológica colaborou com a crise estrutural e econômica dos meios de comunicação (SALAVERRÍA, 2015; FLORES, 2017), que surgiu nos anos de 1990 com o início da internet comercial e atingiu, principalmente, os veículos impressos. Com incertezas provenientes das mudanças profundas, “a digitalização rachou as estruturas essenciais em que se apoiava tradicionalmente a indústria da mídia” (SALAVERRÍA, 2015, p. 81), decorrendo na ruptura de fronteiras, de barreiras, do ciclo editorial, do monopólio da palavra e do modelo de negócio.

Pereira e Adghirni (2011) denominam essas novas conjunturas como mudanças estruturais no jornalismo. Entre as marcas da influência da internet no cotidiano dos veículos de comunicação, os autores trazem a alteração temporal na produção da notícia; no perfil do jornalista, marcado pela precarização das condições de trabalho e a desregulamentação do seu estatuto; e nas relações com o público, com o deslocamento dos leitores dos meios “tradicionais” para as mídias online.

Para Anderson, Bell e Shirky (2013), além da diminuição do capital monetário, instituições jornalísticas testemunharam também a queda do capital simbólico. O jornalismo, que chegou a ser “quarto poder” de 1908 a 1968, enfrenta a desvalorização de sua reputação e das receitas publicitárias (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). No entanto, os autores pontuam que é equivocados acreditar que as mudanças foram imprevisíveis e vieram com imensa rapidez que organizações tradicionais não conseguiram se habituar, pois ainda no fim da década de 1980 já havia projeções a respeito das dificuldades que a internet provocaria na indústria jornalística.

Nesse cenário explanado, caracteriza-se o chamado ecossistema do jornalismo pós-industrial:

A saber, que organizações jornalísticas já não possuem o controle da notícia, como se supunha que possuíam, e que o grau maior de defesa do interesse público por cidadãos, governos, empresas e até redes com elos fracos é uma mudança permanente, à qual organizações jornalísticas devem se adaptar (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 74).

O jornalismo tradicional deixou de ser o fornecedor predominante e dominante de informações. Agora, com a disseminação das mídias digitais, “notícias, opiniões, dados, informações, manchetes, atualizações e conversas estão por toda parte” (WAISBORD, 2017, p. 207, *tradução nossa*)<sup>12</sup>. Portanto, os jornais se deparam com uma disputa maior pela atenção da audiência devido ao aumento de concorrentes e com a propagação de anúncios nas redes sociais da internet. Embora o velho modelo de negócios tenha entrado em colapso, não há evidências de outra receita de captação financeira coerente e bem definida que consiga substituí-lo.

Ainda sobre as tentativas para obter atenção de um público cada vez mais segmentado, Charron e Bonville (2016) apontam que as estratégias rotineiras dos atores das redações são essenciais e, em certos casos, tratadas como sobrevivência dos veículos de comunicação no século XXI, que se encontram permeados por um mercado de hiperconcorrência<sup>13</sup>.

A dependência entre os agentes é muito maior e no qual, por consequência,

---

<sup>12</sup> Tradução livre do original: “News, opinions, data, information, headlines, updates and conversation are everywhere”.

<sup>13</sup> Charron e Bonville (2016) recorrem ao conceito de hiperconcorrência do dicionário da nova economia para descrever o novo jogo da concorrência entre os jornalistas, marcado por maior oferta de informação, com condições técnicas de recepção de mensagens mais voláteis e caprichosas, e tendo a possibilidade de saber em tempo real (ou quase) como os adversários cobrem os acontecimentos.

as pressões exercidas sobre o jornalista para que contribua para os objetivos comerciais da empresa se tornam mais presentes, até onipresentes, a atenção do público passa a ser para ele uma questão-chave (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 366).

O regime de hiperconcorrência está dividido em outros cinco distintos: consumidores de informação, dos anunciantes, das fontes de informação, dos investidos e, por fim, do prestígio e do reconhecimento profissional. Então, “o jornalista observa seus concorrentes (que o observam) e observa a si próprio para avaliar seu desempenho em relação ao dos outros” (CHARRON; BONVILLE, 2016, p. 367).

Diante do novo panorama, os modelos e processos organizacionais necessitam se reinventarem (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013) e os jornalistas se modernizarem (SALAVERRÍA, 2015). Nair Silva (2013) destaca que a internet demanda a aptidão para cobrir qualquer história, independentemente da plataforma de distribuição, com propósito de elaborar conteúdos a partir de um pensamento multimídia para um público mais exigente e interativo. Por outro lado, permanecem os valores tradicionais relativos à profissão, que estabelecem a análise e interpretação tendo os critérios de seleção, valoração e tratamento de acordo com os fatos, causas, consequências, contextos sociais, políticos, econômicos e culturais.

Flores (2017) ressalta que, independente do fator que impulsiona o consumo de notícias – seja por aqueles que as consideram essenciais para sua forma de vida ou para os que acreditam que estar bem informado é uma condição de todo cidadão –, ainda existe mercado na atividade jornalística. Ele aponta que o hipersetor de informação digital é uma grande frente de criação de empregos, sendo relevante gerador de crescimento econômico.

O autor também esclarece que “a internet é um gigantesco centro de recursos, pois contém e hospeda em seus grandes repositórios (bancos de dados) um grande

número de fontes, o que contribui para o processo de criação e documentação jornalística” (FLORES 2017, p. 15, *tradução nossa*)<sup>14</sup>. Porém, o papel do jornalista contemporâneo não isenta o rigor profissional estruturado com o imediato, os valores éticos, o cuidado com as fontes e a propriedade intelectual da rede.

### **Aplicação do trabalho de campo em pesquisas etnográficas**

Na antropologia, o método etnográfico consiste no esforço intelectual em busca dos significados subjacentes à cultura e ao comportamento do Outro. Em todos os níveis de atividade do seu trabalho de campo, até mesmo o mais rotineiro, procura “estabelecer relações, selecionar informantes, transcrever textos, levantar genealogias, mapear campos, manter um diário, e assim por diante”, declara Geertz (1989, p. 15), um dos nomes mais importantes da antropologia moderna.

No entanto, o autor complementa que as técnicas citadas não definem o trabalho etnográfico. Para ele, o procedimento representa uma descrição densa – sempre interpretativa, microscópica e inesgotável – realizada a partir do intenso contato na pesquisa de campo. Desta forma, fazer etnografia é

como tentar ler (no sentido de “construir uma leitura de”) um manuscrito estranho, desbotado, cheio de elipses, incoerências, emendas suspeitas e comentários tendenciosos, escrito não com os sinais convencionais do som, mas com exemplos transitórios de comportamento modelado (GEERTZ, 1989, p. 20).

---

<sup>14</sup> Tradução livre do original: “Internet es un gigantesco centro de recursos, puesto que contiene y aloja en sus grandes repositorios (de bases) de datos una enorme cantidad de fuentes, lo que contribuye al proceso de creación y documentación periodística en todos sus formatos”.

Sendo norte-americano, Geertz (1989) se propôs a estudar a ilha de Bali, na Indonésia, motivado pelo desafio de investigar uma cultura<sup>15</sup> diferente da sua. Lá, ele percebeu que, numa rinha de galos, no qual denominou de briga absorvente, “é apenas na aparência que os galos brigam ali – na verdade, são os homens que se defrontam” (GEERTZ, 1989, p. 283). Mais adiante, concluiu que a disputa “reúne todos os temas – selvageria animal, narcisismo machista, participação no jogo, rivalidade de status, excitação de massa, sacrifício sangrento” (GEERTZ, 1989, p. 317). O relato analítico-descritivo se deu porque o antropólogo enxergou a sociedade balinesa além de suas conhecidas manifestações culturais exibidas na dança, pintura e escultura (OLIVEIRA, 2010; DAWSEY, 2013).

Acerca dos estudos sobre o olhar do Outro, cabe mencionar Bronislaw Malinowski (1978), considerado um dos primeiros antropólogos a fazer pesquisa de campo. O autor polonês conviveu com os nativos das ilhas de Trobriand, localizadas na costa oriental de Nova Guiné, durante um longo período, aprendendo sua língua e vivendo situações existenciais que apenas foram possíveis devido à inserção na aldeia através da técnica conhecida como observação participante<sup>16</sup> (CASTRO, 2016).

---

<sup>15</sup> Entendemos que cultura, para Geertz (1989, p. 24), “não é um poder, algo ao qual podem ser atribuídos casualmente os acontecimentos sociais, os comportamentos, as instituições ou os processos; ela é um contexto, algo dentro do qual eles podem ser descritos de forma inteligível”. Portanto, cultura “não são cultos e costumes, mas as estruturas de significado através das quais os homens dão forma à sua experiência” (GEERTZ, 1989, p. 207).

<sup>16</sup> Lago (2007, p. 49-50) explica que a pesquisa de campo de Malinowski operou “uma ruptura com o antigo trabalho etnográfico, realizado pelos chamados etnográficos de gabinete, que desenhavam grandes e aprofundados sistemas explicativos sobre as culturas exóticas a partir de relatos de terceiros (viajantes, administradores das colônias)”.

Em *Argonautas do Pacífico Ocidental*<sup>17</sup>, Malinowski (1978) afirma que o pesquisador precisa realizar uma imersão no cotidiano de uma determinada cultura, pois

um trabalho etnográfico só terá valor científico irrefutável se nos permitir distinguir claramente, de um lado, os resultados da observação direta e das declarações e interpretações nativas e, de outro, as inferências do autor, baseadas em seu próprio bom senso e intuição psicológica (MALINOWSKI, 1978, p. 18).

A pesquisa de campo de Malinowski (1978) abrangeu quatro anos, consistindo a coleta de informações em três expedições (agosto de 1914 a maio de 1915; maio de 1915 a maio de 1916; outubro de 1917 a outubro de 1918). O antropólogo acredita que o intervalo entre as expedições de um ano proporcionou oportunidades maiores do que se fossem dois anos consecutivos, no qual o permitiu pôr as anotações em ordem e redigi-las, formular problemas e fazer trabalho construtivo de digerir e remodelar evidências.

Percebemos, então, que “métodos (etnográficos) podem e serão sempre novos, mas sua natureza, derivada de quem e do que se deseja examinar, é antiga [...] A antropologia é resultado de uma permanente recombinação intelectual” (PEIRANO, 2014, p. 381). Mesmo diante das novas experiências de campo, com a mudança do objeto de pesquisa das sociedades isoladas para os grupos urbanos, permanece a preocupação em apreender a visão de mundo do Outro.

## O estudo de comunidades e culturas online

---

<sup>17</sup> Castro (2016) expõe que, a partir das experiências nas ilhas de Trobriand, Malinowski lançou três importantes monografias: *Argonautas do Pacífico Ocidental* (1922), *A vida sexual dos selvagens* (1926) e *Jardins de coral* (1935), além de outros trabalhos menores.

A partir da definição sobre o desenvolvimento da etnografia no campo da antropologia, podemos vislumbrar “possibilidades de sua aplicação no universo das novas expressões culturais, inclusive, naquelas relativas às comunidades virtuais” (NETO *et al.*, 2007, p. 5). Diante disso, acreditamos na necessidade de uma reconfiguração da abordagem etnográfica para pesquisas que tratam sobre comunidades e culturas no espaço online – o chamado ciberespaço, segundo Levy (1999).

A apropriação da etnografia na internet recebeu diferentes termos ao longo dos anos, entre eles, etnografia digital, webnografia e ciberantropologia. Mas tais terminologias, argumenta Amaral (2010, p. 126), propõem mudanças “em relação à maneira de lidar com os diferentes procedimentos e tipos de suporte, não parecendo incorporar uma reflexão mais profunda sobre a sua materialidade”.

Cabe lembrarmos da expressão etnografia virtual, difundida por Christine Hine (2009 *apud* AMARAL, 2010). Reconhecemos as contribuições da autora, principalmente, em relação ao conceito da internet enquanto cultura e artefato cultural, mas acreditamos que a expressão salienta apenas o aspecto online da experiência social. Também consideramos que Hine propôs “uma suplantação da ‘etnografia virtual’, uma vez que o termo alude a uma suposta distinção entre os ambientes online e offline em vez de uma relação de contiguidade” (AMARAL, 2010, p. 126).

Portanto, corroboramos com Simone de Sá (2002), Rocha e Montardo (2005) e Amaral, Natal e Viana (2010), que defendem o uso do termo netnografia nos objetos empíricos online na área da comunicação. Trata-se de um neologismo que une o prefixo ‘net’ (rede, em inglês) à palavra etnografia, popularizado por Robert Kozinets (2014) na metade dos anos 1990, nos estudos sobre comunidades de fãs,

monitoramento de consumo e marketing na web (AMARAL, 2010; FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011). Neste sentido,

a netnografia é pesquisa observacional participante baseada em trabalho de campo online. Ela usa comunicações mediadas por computador como fonte de dados para chegar à compreensão e à representação etnográfica de um fenômeno cultural ou comunal. Portanto, assim como praticamente toda etnografia, ela se estenderá, quase que de forma natural e orgânica, de uma base na observação participante para incluir outros elementos (KOZINETS, 2014, p. 61-62).

Opondo-se a variedade de terminologias, Kozinets (2014) defende que a compreensão de netnografia demarca os procedimentos necessários para realização da etnografia nos meios digitais. Embora o método tenha sido desenvolvido com foco na aplicação mercadológica, acreditamos ser um campo interdisciplinar que permite a inclusão de novas técnicas. Fragoso, Recuero e Amaral (2011, p. 176) destacam que “limitá-lo a um mero instrumento de aferimento de audiência e de perfil de consumo é descartar o entendimento das práticas comunicacionais, num sentido mais amplo”.

Antropólogos e cientistas sociais relutaram para reconhecer a proposição na análise dos grupos online. Em razão das transformações diretas no fazer etnográfico, questionavam que o deslocamento, o estranhamento e o “ir a campo” – premissas básicas para os estudos sobre o olhar do Outro –, “pareciam ter se esvaído frente a uma possível dissolução espaço-temporal advinda das tecnologias de comunicação e informação” (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011, p. 171). Todavia, segundo Rocha e Montardo (2005), a natureza desterritorializada do ciberespaço exige redirecionar a aproximação e observação do objeto empírico.

Kozinets (2014) pondera acerca das divergências entre etnografia e netnografia no que diz respeito ao ingresso na cultura ou comunidade, na

aplicabilidade e tratamento dos dados, e nos procedimentos éticos para o trabalho de campo. Por outro lado, tanto em interações online quanto presenciais, “a combinação de abordagens participativa e observacional” (KOZINETS, 2014, p. 62) continua como ponto central das pesquisas. Amaral, Natal e Viana (2010) complementam que,

em suma, o pesquisador deve permanecer consciente de que está observando um recorte comunicacional textual das atividades de uma comunidade online, e não a comunidade em si, composta por outros desdobramentos comportamentais além da comunicação (gestual, apropriações físicas, etc), sendo essa a principal diferença entre o processo etnográfico e a observação netnográfica (AMARAL; NATAL; VIANA, 2008, p. 10).

A respeito da coleta de material, Amaral (2010, p. 129) alerta para ausência da análise qualitativa dos dados e de relatos mais densos, podendo ocorrer “quando se mantém somente nas etapas observacionais e descritivas, entrando de forma incipiente nas entrevistas, na análise e reflexão dos dados coletados via sites de redes sociais, blogs, etc”. Kozinets (2014) reforça que o netnográfico deve compreender as interações a partir da conjuntura comunal e cultural online, de forma contrária ao colhimento de informações que ignorem o contexto dos indivíduos envolvidos.

Isso é o que torna a etnografia e a netnografia tão radicalmente diferentes de técnicas como análise de conteúdo ou análise de rede social. Um analista de conteúdo examinaria os arquivos de comunidades eletrônicas, mas ele não os interpretaria com profundidade em busca de informações culturais, ponderando-as e com elas procurando aprender como viver nessa comunidade e identificar-se como um membro dela. Essa é a tarefa do netnógrafo (KOZINETS, 2014, p. 93).

O autor mencionado acima, ainda, explica que a netnografia pode ser classificada em diferentes formas:

1. Como ferramenta metodológica “pura”: conduzida exclusivamente usando dados gerados de interações online ou de outras interações relacionadas a comunicação mediada por computador – sejam elas entrevista online, participação online ou observação e descarregamento online;

2. Como ferramenta metodológica “mista”: combinação de abordagens, incluindo dados coletados em interação face a face e/ou online, assumindo outras formas e métodos específicos para favorecer diferentes proporções de análise;

3. Como ferramenta exploratória: apresenta diversas perspectivas ou significados mantidos pelos participantes em torno de fenômenos diversos. A abordagem exploratória mais aberta condiz com o novo contexto das culturas e comunidades online.

Como veremos a seguir, a pesquisa utiliza a netnografia como ferramenta metodológica “mista” para analisar as interações da equipe jornalística do site SelesNafes.com por meio de um grupo no WhatsApp.

### **Desafios metodológicos aliados à pesquisa no SelesNafes.com**

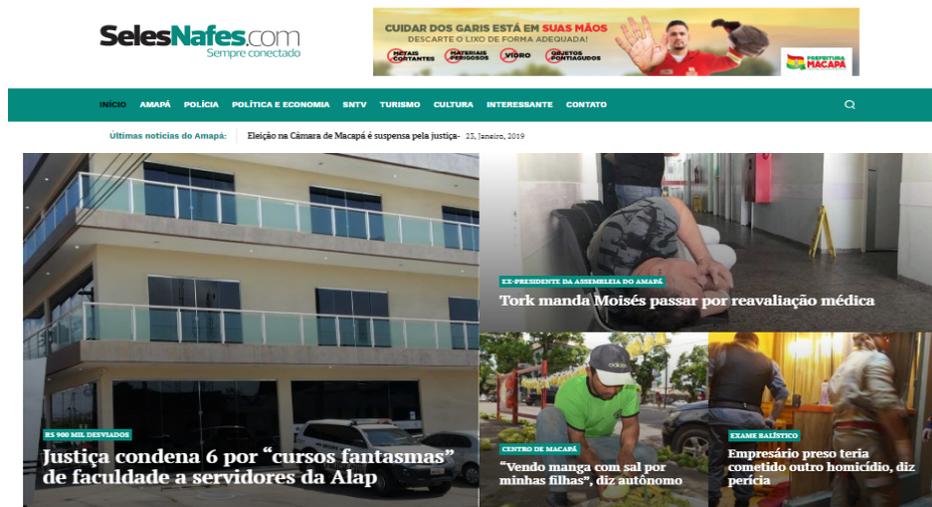
O SelesNafes.com foi o segundo veículo em atividade que surgiu no webjornalismo amapaense<sup>18</sup>, em dezembro de 2013. Criado, inicialmente, pelo jornalista Seles Nafes com objetivo de ter um blog pessoal, o site consolidou-se profissionalmente a partir do relacionamento com as fontes e o crescimento de acessos. “Quando percebi que as pessoas começaram a entrar em contato para me passarem sugestão de pauta e relatarem que estavam acompanhando o site, percebi que deveria investir mais nele” (NAFES, 2018)<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> O primeiro foi o G1 Amapá, lançado em junho de 2013.

<sup>19</sup> Entrevista concedida aos autores no dia 11 de julho de 2018.

Figura 1 – Home page superior do SelesNafes.com, 24/01/2019



Fonte: SelesNafes.com (2019)

No período do lançamento do webjornal, Nafes ainda era apresentador da primeira edição do Jornal do Amapá, principal telejornal da Rede Amazônica (filiada à Globo no estado). Mesmo sendo concorrente direto do G1 Amapá, o jornalista permaneceu empregado pelo conglomerado até março de 2016, quando decidiu sair da empresa na qual ficou por mais de uma década e meia para dedica-se a outros projetos pessoais – entre eles, o SelesNafes.com.

Atualmente, a página é dividida em sete editorias (Amapá, Polícia, Política e Economia, SNTV, Turismo, Cultura e Interessante). A equipe é composta por dez profissionais, sendo sete jornalistas (Nafes, três editores<sup>20</sup>, um repórter policial e dois repórteres de cotidiano), um administrador, um desenvolvedor do site e um da área comercial.

De segunda a sexta-feira, os repórteres de cotidiano não têm horário fixo. Há um acordo verbal para a entrega de duas ou três matérias por dia; enquanto que os

<sup>20</sup> Um dos editores está afastado da equipe para tratamento médico.

editores atuam seis horas seguidas em momentos diferentes (geralmente das 8h às 14h e das 15h às 21h). No sábado, um repórter de cotidiano trabalha em regime de plantão. Os editores se revezam entre sábado e domingo. O repórter policial, único profissional que atua de maneira informal para o webjornal, trabalha todos os dias e recebe por produção.

Em relação ao grupo no WhatsApp, também denominado SELESNAFES.COM, a criação ocorreu no dia 4 de abril de 2014, mas passou a servir exclusivamente como redação em janeiro de 2018, com a distribuição de tarefas e compartilhamento de textos, mídias, contatos e documentos no espaço virtual. A iniciativa, esclarece Nafes (2019)<sup>21</sup>, surgiu em função da redução de custos e para dar mais celeridade na produção e edição de conteúdos:

Como a gente iria trabalhar a distância quase o tempo todo, o WhatsApp foi a ferramenta mais barata e ágil que encontramos para compartilhar vídeos, fotos e textos. Concentramos todas as informações no grupo. Por isso que, às vezes, tem muitas mensagens para ler (NAFES, 2019).

No início da idealização do projeto da redação virtual, dependendo da demanda, havia reuniões para os jornalistas discutirem os direcionamentos das pautas durante uma ou duas vezes por semana. No entanto, atualmente, as reuniões com a equipe de trabalho acontecem uma vez por mês, no qual são avaliados os conteúdos publicados naquele período.

Nafes (2019) explica que a adaptação da equipe transcorreu de maneira “tranquila”, já que todos estavam familiarizados com o instrumento de comunicação móvel. Um ano após a ideia, o jornalista afirma que as publicações passaram a ser mais dinâmicas. “Conseguimos postar com uma velocidade maior. É uma coisa que

---

<sup>21</sup> Entrevista concedida aos autores no dia 26 de janeiro de 2019.

eu cobro, essa agilidade, essa quase instantaneidade da notícia” (NAFES, 2019). Todos os funcionários participam do grupo, mas as interações ocorrem, principalmente, entre a equipe jornalística.

Cabe, à vista disso, ressaltar que a proposta inicial seria realizar a observação participante presencial na redação do SelesNafes.com para pesquisa de mestrado. Sabíamos que, dentre as fraquezas na execução do trabalho de campo, as mudanças no processo de produção e difusão de notícias geradas pelas tecnologias digitais acarretariam novos desafios e desvios (COTTLE, 2007). As tensões que emergem no jornalismo praticado nos meios online não estão descritas nas rotinas produtivas tradicionais apresentadas por autores como Tuchman (1993), Travancas (1993) e Vizeu (2005).

Entretanto, descobrimos que o SelesNafes.com opera numa redação não-física em entrevista com o proprietário do site, no dia 11 de julho de 2018, na sede de um partido político. Sem a possibilidade de uma observação materializada, fez-se necessário adequar o formato da observação. A respeito disso, associando a noção de não-lugar de Augé (1994), Rocha e Montardo (2005, p. 10) avaliam que cabe ao pesquisador “contemporâneo escolher corretamente o que lhe é mais apropriado, em termos de técnicas e ferramentas de pesquisa, para auxiliá-lo como testemunha de um mundo que também se desenrola no ciberespaço”.

Assim, a netnografia se tornou o arcabouço metodológico utilizado para acompanhar o grupo no WhatsApp em que os jornalistas definem pautas e enviam materiais para as publicações. O processo de entrada na comunidade (*entrée* cultural) aconteceu durante três ocasiões. Além da primeira entrevista em julho de 2018, as outras duas tentativas foram via e-mail, nos dias 02 e 23 de novembro de 2018.

No trabalho que se encontra em andamento, pretendemos que o estudo acerca das interações online percorra as cinco etapas sugeridas por Kozinets (2014):

1. definição das questões de pesquisa, websites sociais ou tópicos a investigar; 2. identificação e seleção de comunidade; 3. observação participante da comunidade (envolvimento, imersão); 4. análise de dados e interpretação iterativa de resultados; 5. redação, apresentação e relato dos resultados de pesquisa e/ou implicações teóricas e/ou práticas.

A coleta de informações consistiu na imersão de um dos autores no grupo SELESNAFES.COM do WhatsApp, no período de 23 de novembro de 2018 a 16 de maio de 2019. No momento de inclusão por meio da ferramenta, o proprietário do site informou a equipe sobre o estudo com a seguinte mensagem: “Durante algum tempo a Larissa vai acompanhar a rotina da nossa redação virtual. Ela está desenvolvendo uma pesquisa de mestrado e quer entender a mecânica que usamos para discutir, editar e publicar as reportagens do portal” (NAFES, 23 de novembro de 2018, às 16h53).

Ainda catalogamos três diferentes dados: arquivais, extraídos e notas de campo (KOZINETS, 2014). O primeiro tipo de dados caracteriza-se pelo fato de que a criação ou estimulação não está diretamente envolvida com o pesquisador. O segundo ocorre por meio de interação pessoal e comunal criada pelo pesquisador com os membros da cultura. No terceiro, considera-se “as anotações de campo em que o pesquisador registra suas próprias observações da comunidade, seus membros, interações e significados, e a própria participação e senso de afiliação do pesquisador” (KOZINETS, 2014, p. 95).

No caso do grupo SELESNAFES.COM, os dados arquivais foram retirados com o auxílio da função “enviar por e-mail”, que permite a transcrição integral das conversas do WhatsApp, em formato .txt. No momento seguinte, entrevistamos o proprietário do site, através de videoconferência, no dia 26 de janeiro de 2019. Com

as notas de campo, identificamos a rotina organizacional adotada pelos profissionais do site, detalhada no tópico seguinte.

Lembramos que, assim como a observação face a face, a pesquisa de campo altera a rotina do grupo online (KOZINETS, 2014). Desta maneira, nos próximos passos do estudo, almejamos entrevistar o restante da equipe jornalística. Lago (2007, p. 58) concorda que o procedimento é essencial, pois “ajuda o pesquisador perceber o sentido das ações que observa, bem como as significações específicas que o grupo observado atribui às suas próprias ações, rituais etc”.

### **Análises prévias sobre a rotina produtiva do site**

À primeira vista, o fluxo de mensagens parece “caótico”, como o próprio Nafes (2019) classificou o funcionamento da redação voltada para o WhatsApp, mas todos os jornalistas possuem funções definidas e informam o que está sendo realizado no momento. Entre as mensagens enviadas, estamos catalogando textos, fotografias, vídeos, áudios, hiperlinks, emojis, documentos e contatos<sup>22</sup>.

No início da manhã, o repórter policial disponibiliza as primeiras sugestões de pautas, encaminhadas pelas fontes oficiais diretamente do WhatsApp. Além das mensagens disponibilizadas por integrantes dos órgãos de segurança pública, encontramos sugestões de pautas enviadas pelas assessorias de comunicação e pelo público do webjornal.

A redação do SelesNafes.com não tem reunião de pauta diária e, por isso, os profissionais compartilham no grupo as informações de possíveis publicações. Em estratégia semelhante, cabe mencionar a iniciativa do Correio Popular, primeiro e

---

<sup>22</sup> Nesse caso, analisamos os números de telefone compartilhados diretamente da agenda de contatos.

único jornal de Imperatriz (MA), em que a reunião de pauta é feita exclusivamente pelo aplicativo:

A prática ocorre por meio de um grupo criado no aplicativo e restrito à redação, onde são debatidos os assuntos da edição e compartilhado o andamento de cada matéria. Por essa razão, não existem reuniões de pauta presenciais, já que a discussão ocorre no grupo e inclui as sugestões que os leitores enviam ao veículo na lista de transmissão da edição<sup>23</sup> ou nos contatos particulares de cada jornalista. Em média são três as sugestões de pauta discutidas por dia entre os repórteres da redação e a editora-chefe nos grupos (REINO *et al.*, 2018, p. 99).

As distribuições das pautas são definidas por Nafes ou os editores, mas os repórteres também se manifestam quando pretendem escrever determinada matéria. Eles ainda declaram como estão realizando o processo de produção dos conteúdos, sendo, inclusive, a maior parte das interações no grupo. Os textos para as publicações também são enviados via aplicativo, escritos no local do acontecimento para ganhar tempo em frente a concorrência: “As coisas acontecem na rua, onde o repórter escreve e já envia para o editor. Os editores trabalham em escritórios em suas próprias residências” (NAFES, 2019).

Essa característica da empresa nos faz recordar do conceito de jornalismo móvel apresentado por Fernando da Silva (2015):

A prática é caracterizada pela mobilidade física e informacional para a produção de conteúdos diretamente do local do evento cujas condições são potencializadas pela portabilidade, ubiquidade e mobilidade, além da consideração do aspecto de espacialização (SILVA, 2015, p. 9).

---

<sup>23</sup> Reino *et al.* (2018) explicam que, desde 2017, o Correio Popular passou a ser diagramado para o modelo impresso, mas distribuído em PDF pelas listas de transmissão do WhatsApp, entre 21h e 22h, antes de sua veiculação no site do jornal, que é publicado somente no dia seguinte, às 10h. A mudança surgiu como medida para manter o periódico em circulação, visto que o formato em papel não estava alcançando o número de vendas esperado.

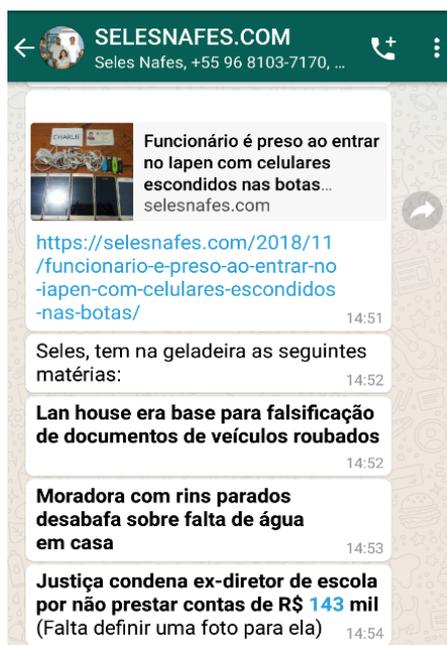
O autor se apropria do termo “mundo móvel” para sintetizar que a nova era (complexa, mutável e líquida) do século XXI é marcada pelo cenário da comunicação ubíqua. Segundo ele, “o jornalismo móvel implica em um processo de reconfiguração da produção jornalística devido à dinâmica imprimida às rotinas de produção dos repórteres em campo no processo de apuração, edição e compartilhamento de conteúdos” (SILVA, 2015, p. 10).

Retomando a análise no veículo amapaense, ao longo da semana, os jornalistas acrescentam na “geladeira” as chamadas matérias “frias”<sup>24</sup> para suprir a carência de repórter no domingo. “Damos enfoque nos materiais especiais para dar um movimento no site e deixá-lo com cara de domingo. Abordamos temas mais leves sobre curiosidade, música, cultura” (NAFES, 2019). Então, os editores elencam os textos que estão incluídos na geladeira, como no dia 24 de novembro de 2018, em que o profissional encerrou o expediente com as mensagens abaixo:

### Figura 2 – Matérias na geladeira, no dia 24 de novembro de 2018

---

<sup>24</sup> No jargão jornalístico, as matérias frias são aquelas não factuais, sem data específica para serem noticiadas.



Fonte: Grupo SELESNAFES.COM (WhatsApp)

Nafes, além de decidir sobre os direcionamentos das pautas e verificar o andamento das tarefas de seus funcionários, também escreve para o webjornal. No entanto, o empresário não costuma relatar com frequência as publicações que está apurando e nem as compartilha no grupo do WhatsApp. Assim como os editores, as suas matérias não passam por revisão. Ele também é o único responsável pelos textos que saem no espaço publicitário (NAFES, 2018).

Durante a observação, percebemos que a redação prioriza o contato pela ferramenta móvel e, com isso, o “WhatsApp pode ser visto, numa relação histórica, como uma inovação que tenta abarcar uma roupagem de inovação para novas práticas e métodos” (CARNEIRO, 2016, p. 11). Mesmo nos momentos que a comunicação ocorreu em outros instrumentos, o grupo SELESNAFES.COM ainda esteve presente como espaço de mediação, já que se avisou pelo aplicativo que outros recursos seriam acionados, como chamada telefônica e e-mail.

De forma parecida, Foletto (2017) descreve que os fluxos de produção da Mídia Ninja<sup>25</sup> ocorrem por meio do chat no aplicativo Telegram. Ele define o instrumento como ponto de parada obrigatória para a comunicação entre os colaboradores do coletivo:

De um aviso que a mesa está posta para o almoço a uma fotografia de uma manifestação na rua, passando por rascunhos de postagens para serem publicadas nas redes sociais e organização de uma cobertura, todo tipo de informação circula pelos diversos grupos dentro do Telegram. Os grupos são chats que podem ter até 200 pessoas, criados de acordo com as divisões no FdE nacional e da Mídia Ninja, ou específico para coberturas, residências e ações com tempo de duração marcado (FOLETTTO, 2017, p. 184).

Segundo Foletto (2017), o jornalismo não é a principal função da Mídia Ninja, porém, a pesquisa com o coletivo nos ajuda a compreender que não há necessidade de existir um espaço físico para se produzir relatos de acontecimentos. Nos chats do Telegram, expõe o autor (2017, p. 190), “os colaboradores enviam fotos, textos e vídeos, conversam sobre a cobertura, e a partir daí alguns publicam nos sites de redes sociais da Mídia Ninja - em geral, são os Ninjas Originais que fazem isso mas não só”.

Portanto, tanto o WhatsApp quanto o Telegram funcionam como facilitadores tecnológicos na troca de mensagens. Neste processo pós-industrial, a estrutura física da redação – um elemento de histórica importância quando pensamos na constituição do jornalismo como atividade profissional – se torna dispensável.

### Considerações finais

Com a apropriação das tecnologias, os fluxos de conteúdo passaram a estar concentrados numa rede mais participativa, gerando mutações que integram no

---

<sup>25</sup> Mídia Ninja é um coletivo de mídia estabelecido a partir do Fora do Eixo, uma rede de produção cultural com diversos pontos espalhados pelo país, e tornado mundialmente conhecido a partir da cobertura das manifestações de junho de 2013 no Brasil (FOLETTTO 2017).

ecossistema do jornalismo pós-industrial (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013). Com um público mais segmentado, marcado pelo uso das mídias online, identificamos o mercado de hiperconcorrência (CHARRON; BONVILLE, 2016), que apresenta alterações na disposição da oferta de conteúdos e sob a ótica cultural da profissão. Diante das mudanças no papel do jornalista desse novo contexto, percebemos a comunicação móvel – com ênfase na utilização do aplicativo WhatsApp – presente em diferentes rotinas produtivas.

Como no caso do site SelesNafes.com, que substituiu desde janeiro de 2018 a redação física para atuar exclusivamente no grupo do WhatsApp com o mesmo nome do veículo. A iniciativa foi criada pelo proprietário do webjornal, Seles Nafes, visando reduzir custos e agilizar o processo de produção e edição de conteúdos. Na ferramenta de interação, são enviados textos, fotografias, vídeos, áudios, hiperlinks, emojis, documentos e contatos. Contudo, a inovação da empresa jornalística nos gerou as seguintes dúvidas para o percurso metodológico deste estudo: como iremos observar uma redação que se organiza no espaço online? As reflexões da etnografia também são válidas via WhatsApp? É possível identificar as relações entre esses jornalistas de acordo com as premissas da antropologia?

Com base nas indagações pontuadas, entendemos que a netnografia iria nos auxiliar a compreender o funcionamento do SelesNafes.com. O método difere de outro apontamento qualitativo na internet porque “oferece, sob a rubrica de um único termo, um conjunto rigoroso de diretrizes para a realização de etnografia mediada por computador e também, de maneira importante, sua integração com outras formas de pesquisa cultural” (KOZINETS, 2014, p. 23).

Segundo o levantamento inicial realizado no veículo jornalístico, percebemos que os profissionais optam pelo WhatsApp para enviar as sugestões de pautas, materiais para publicações, direcionamentos e correções das produções noticiosas.

Inclusive nos momentos em que outras ferramentas foram utilizadas como comunicação móvel, o aplicativo ainda se apresentou como dispositivo de mediação na redação jornalística do site.

A elucidação do trabalho ainda nos faz refletir sobre as metamorfoses do campo jornalístico em sua existência pós-industrial, que se torna patente a necessidade de compreender os processos jornalísticos a partir da perspectiva das humanidades digitais. Desta forma, afirmamos que tanto a atividade jornalística quanto a própria vivência humana passam por significativas mudanças em decorrência do entrelaçamento ao âmbito tecnológico, sendo que a dimensão digitalizada abarca, decisivamente, a maneira como os profissionais analisam e constroem relatos acerca da realidade.

## Referências

AMARAL, A. Etnografia e pesquisa em cibercultura: limites e insuficiências metodológicas. **Revista USP**, São Paulo, n. 86, jun./ago. 2010.

AMARAL, A.; NATAL, G.; VIANA, L. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. **Revista Sessões do Imaginário**, Porto Alegre, v. 2, n. 20, dez. 2008.

ANDERSON, C.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo, n. 5, abr./jun. 2013.

BARAIBAR, Á. E. Las Humanidades Digitales desde sus centros y periferias. **Janus. estudios sobre el Siglo de Oro**, Coruña, 2014.

BERRY, D. The computational turn: thinking about the digital humanities. **Culture Machine**, v. 12, 2011.

CASTRO, C. **Textos básicos de antropologia**: cem anos de tradição: Boas, Malinowski, Lévi - Strauss e outros. Rio de Janeiro: Zahar, 2016.

CHARRON, J.; BONVILLE, J. **Natureza e transformação do jornalismo**. Florianópolis: Insular; Brasília: FAC Livros, 2016.

COHEN, D. **Digital Journalism and Digital Humanities**. Blog Dan Cohen, 8 fev. 2012. Disponível em: <<https://dancohen.org/2012/02/08/digital-journalism-and-digital-humanities/>>. Acesso em: 22 abr. 2019.

COTTLE, S. Ethnography and News Production: New(s) Developments in the Field. **Sociology Compass**, v. 1, jun. 2007.

DAWSEY, J. Descrição tensa (Tension-Thick Description): Geertz, Benjamin e Performance. **Revista de Antropologia**, São Paulo, v. 56, n. 2, jun. 2013.

FLORES, J. M. **Perfis profesionales del ciberperiodismo y los nuevos médios**. Madrid: Síntesis, 2017.

FOLETTI, L. F. **Um mosaico de parcialidades na nuvem coletiva: rastreando a mídia ninja (2013 - 2016)**. 224f. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GEERTZ, C. **A interpretação das culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 1989.

KOZINETS, R. **Netnografia: Realizando pesquisa etnográfica online**. Porto Alegre: Penso, 2014.

LAGO, C. Antropologia e jornalismo: uma questão de método. *In*: LAGO, C.; BENETTI, M. (Orgs.). **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.

LONGHI, R.; WINQUES, K. O lugar do longform no jornalismo online: qualidade versus quantidade e algumas considerações sobre o consumo. **Brazilian Journalism Research**, v. 11, n. 1, 2015.

MALINOWSKI, B. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

NETO, C. S. *et al.* "Netnografia": uma abordagem para estudos de usuários no ciberespaço. *In*: CONGRESSO NACIONAL DE BIBLIOTECÁRIOS, ARQUIVISTAS E DOCUMENTALISTAS, 9., 2007, Ponte Delgada. **Anais** [...] Lisboa: BAD, 2007. Disponível em: <<https://www.bad.pt/publicacoes/index.php/congressosbad/article/view/582>>. Acesso em: 24 mar. 2019.

OLIVEIRA, R. De Bali às Terras Grapiúnas: representações culturais nas brigas de galo. *In*: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES DE CULTURA, 6., 2010, Salvador. **Anais** [...] Salvador: EDUFBA, 2010. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/wordpress/24714.pdf>>. Acesso em: 24 mar. 2019.

PEIRANO, M. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 20, n. 42, jul./dez. 2014.

PEREIRA, F. H.; ADGHIRNI, Z. L. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre, n. 24, jan./jun. 2011.

REINO, L. *et al.* Jornal pelo WhatsApp: o papel do aplicativo na rotina produtiva do Correio Popular. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, Brasília, v. 8, n. 23, dez. 2018.

ROCHA, P.; MONTARDO, S. Netnografia: incursões metodológicas na cibercultura. **E-Compós**, Brasília, v. 4, dez. 2005.

RODRÍGUEZ ORTEGA, N. Prólogo: Humanidades Digitales y pensamiento crítico. *In*: ROMERO FRÍAS, E.; SÁNCHEZ GONZÁLEZ, M. (Eds.). **Ciencias Sociales y Humanidades Digitales: técnicas, herramientas y experiencias de e-Research e investigación en colaboración**. Tenerife: CAC, 2014.

SÁ, S. Netnografias nas redes digitais. *In*: PRADO, J. L. A. (Org.). **Crítica das Práticas Midiáticas – Da Sociedade de Massa às Ciberculturas**. São Paulo: Hacker, 2002.

SALAVERRÍA, R. Mídia e Jornalistas, um futuro em comum? **Revista Parágrafo**, São Paulo, v. 3, n. 1, jan./jun. 2015.

SILVA, N. A convergência das redações e as divergências nos jornalistas. **Prisma.com** - Revista de Ciências e Tecnologias de Informação e Comunicação, Porto, n. 20, jan./jun. 2013.



revista  
Observatório

ISSN nº 2447-4266

Vol. 5, n. 6, Outubro-Dezembro. 2019

DOI: <http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2019v5n6p75>

SILVA, F. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015

TRAVANCAS, I. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1993.

TUCHMAN, G. **La Producción de la Noticia**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli, 1993.

VIZEU, A. **Decidindo o que é notícia**. Os bastidores do telejornalismo, 2005.

WAISBORD, S. **Afterward: Crisis, what crisis?** /n: PETERS, C.; BROESMA, M. (Orgs.). **Returning journalism again: societal role and public relevance in the digital age**. London: Routledge, 2017.