

VOL VI

POR PALAVRAS E GESTOS A ARTE DA LINGUAGEM

Mauriceia Silva de Paula Vieira
Patrícia Vasconcelos Almeida
(Organizadoras)



EDITORA
ARTEMIS
2022

VOL VI

POR PALAVRAS E GESTOS A ARTE DA LINGUAGEM

Mauriceia Silva de Paula Vieira
Patrícia Vasconcelos Almeida
(Organizadoras)



EDITORA
ARTEMIS
2022



O conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição Creative Commons Atribuição-Não-Comercial NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0). Direitos para esta edição cedidos à Editora Artemis pelos autores. Permitido o download da obra e o compartilhamento, desde que sejam atribuídos créditos aos autores, e sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

A responsabilidade pelo conteúdo dos artigos e seus dados, em sua forma, correção e confiabilidade é exclusiva dos autores. A Editora Artemis, em seu compromisso de manter e aperfeiçoar a qualidade e confiabilidade dos trabalhos que publica, conduz a avaliação cega pelos pares de todos manuscritos publicados, com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

Editora Chefe	Prof. ^a Dr. ^a Antonella Carvalho de Oliveira
Editora Executiva	M. ^a Viviane Carvalho Mocellin
Direção de Arte	M. ^a Bruna Bejarano
Diagramação	Elisângela Abreu
Organizadoras	Prof. ^a Dr. ^a Mauriceia Silva de Paula Vieira Prof. ^a Dr. ^a Patrícia Vasconcelos Almeida
Imagem da Capa	Watercolour/shutterstock
Bibliotecária	Janaina Ramos – CRB-8/9166

Conselho Editorial

Prof.^a Dr.^a Ada Esther Portero Ricol, *Universidad Tecnológica de La Habana “José Antonio Echeverría”*, Cuba
Prof. Dr. Adalberto de Paula Paranhos, Universidade Federal de Uberlândia
Prof.^a Dr.^a Amanda Ramalho de Freitas Brito, Universidade Federal da Paraíba
Prof.^a Dr.^a Ana Clara Monteverde, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof.^a Dr.^a Ana Júlia Viamonte, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Ángel Mujica Sánchez, *Universidad Nacional del Altiplano*, Peru
Prof.^a Dr.^a Angela Ester Mallmann Centenaro, Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof.^a Dr.^a Begoña Blandón González, *Universidad de Sevilla*, Espanha
Prof.^a Dr.^a Carmen Pimentel, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof.^a Dr.^a Catarina Castro, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.^a Dr.^a Cirila Cervera Delgado, *Universidad de Guanajuato*, México
Prof.^a Dr.^a Cláudia Padovesi Fonseca, Universidade de Brasília-DF
Prof.^a Dr.^a Cláudia Neves, Universidade Aberta de Portugal
Prof. Dr. Cleberton Correia Santos, Universidade Federal da Grande Dourados
Prof. Dr. David García-Martul, *Universidad Rey Juan Carlos de Madrid*, Espanha
Prof.^a Dr.^a Deuzimar Costa Serra, Universidade Estadual do Maranhão
Prof.^a Dr.^a Dina Maria Martins Ferreira, Universidade Estadual do Ceará
Prof.^a Dr.^a Eduarda Maria Rocha Teles de Castro Coelho, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
Prof. Dr. Eduardo Eugênio Spers, Universidade de São Paulo
Prof. Dr. Eloi Martins Senhoras, Universidade Federal de Roraima, Brasil



Prof.ª Dr.ª Elvira Laura Hernández Carballido, *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo*, México
Prof.ª Dr.ª Emilas Darlene Carmen Lebus, *Universidad Nacional del Nordeste/ Universidad Tecnológica Nacional*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Erla Mariela Morales Morgado, *Universidad de Salamanca*, Espanha
Prof. Dr. Ernesto Cristina, *Universidad de la República*, Uruguay
Prof. Dr. Ernesto Ramírez-Briones, *Universidad de Guadalajara*, México
Prof. Dr. Gabriel Díaz Cobos, *Universitat de Barcelona*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Gabriela Gonçalves, Instituto Superior de Engenharia do Porto (ISEP), Portugal
Prof. Dr. Geoffroy Roger Pointer Malpass, Universidade Federal do Triângulo Mineiro, Brasil
Prof.ª Dr.ª Gladys Esther Leoz, *Universidad Nacional de San Luis*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Glória Beatriz Álvarez, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof. Dr. Gonçalo Poeta Fernandes, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
Prof. Dr. Gustavo Adolfo Juarez, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Iara Lúcia Tescarollo Dias, Universidade São Francisco, Brasil
Prof.ª Dr.ª Isabel del Rosario Chiyon Carrasco, *Universidad de Piura*, Peru
Prof.ª Dr.ª Isabel Yohena, *Universidad de Buenos Aires*, Argentina
Prof. Dr. Ivan Amaro, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Iván Ramon Sánchez Soto, *Universidad del Bío-Bío*, Chile
Prof.ª Dr.ª Ivânia Maria Carneiro Vieira, Universidade Federal do Amazonas, Brasil
Prof. Me. Javier Antonio Albornoz, *University of Miami and Miami Dade College*, Estados Unidos
Prof. Dr. Jesús Montero Martínez, *Universidad de Castilla - La Mancha*, Espanha
Prof. Dr. João Manuel Pereira Ramalho Serrano, Universidade de Évora, Portugal
Prof. Dr. Joaquim Júlio Almeida Júnior, UniFIMES - Centro Universitário de Mineiros, Brasil
Prof. Dr. José Cortez Godínez, Universidad Autónoma de Baja California, México
Prof. Dr. Juan Carlos Cancino Diaz, Instituto Politécnico Nacional, México
Prof. Dr. Juan Carlos Mosquera Feijoo, *Universidad Politécnica de Madrid*, Espanha
Prof. Dr. Juan Diego Parra Valencia, *Instituto Tecnológico Metropolitano de Medellín*, Colômbia
Prof. Dr. Juan Manuel Sánchez-Yáñez, *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*, México
Prof. Dr. Júlio César Ribeiro, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Brasil
Prof. Dr. Leinig Antonio Perazolli, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof.ª Dr.ª Livia do Carmo, Universidade Federal de Goiás, Brasil
Prof.ª Dr.ª Luciane Spanhol Bordignon, Universidade de Passo Fundo, Brasil
Prof. Dr. Luis Fernando González Beltrán, Universidad Nacional Autónoma de México, México
Prof. Dr. Luis Vicente Amador Muñoz, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Macarena Esteban Ibáñez, *Universidad Pablo de Olavide*, Espanha
Prof. Dr. Manuel Ramiro Rodríguez, *Universidad Santiago de Compostela*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Márcia de Souza Luz Freitas, Universidade Federal de Itajubá, Brasil
Prof. Dr. Marcos Augusto de Lima Nobre, Universidade Estadual Paulista (UNESP), Brasil
Prof. Dr. Marcos Vinicius Meiado, Universidade Federal de Sergipe, Brasil
Prof.ª Dr.ª Mar Garrido Román, *Universidad de Granada*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Margarida Márcia Fernandes Lima, Universidade Federal de Ouro Preto, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Aparecida José de Oliveira, Universidade Federal da Bahia, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Carmen Pastor, *Universitat Jaume I*, Espanha
Prof.ª Dr.ª Maria do Céu Caetano, Universidade Nova de Lisboa, Portugal
Prof.ª Dr.ª Maria do Socorro Saraiva Pinheiro, Universidade Federal do Maranhão, Brasil
Prof.ª Dr.ª Maria Lúcia Pato, Instituto Politécnico de Viseu, Portugal

Prof.ª Dr.ª Maritza González Moreno, *Universidad Tecnológica de La Habana*, Cuba
Prof.ª Dr.ª Mauriceia Silva de Paula Vieira, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof.ª Dr.ª Odara Horta Boscolo, Universidade Federal Fluminense, Brasil
Prof. Dr. Osbaldo Turpo-Gebera, *Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa*, Peru
Prof.ª Dr.ª Patrícia Vasconcelos Almeida, Universidade Federal de Lavras, Brasil
Prof.ª Dr.ª Paula Arcoverde Cavalcanti, Universidade do Estado da Bahia, Brasil
Prof. Dr. Rodrigo Marques de Almeida Guerra, Universidade Federal do Pará, Brasil
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sérgio Bitencourt Araújo Barros, Universidade Federal do Piauí, Brasil
Prof. Dr. Sérgio Luiz do Amaral Moretti, Universidade Federal de Uberlândia, Brasil
Prof.ª Dr.ª Silvia Inés del Valle Navarro, *Universidad Nacional de Catamarca*, Argentina
Prof.ª Dr.ª Solange Kazumi Sakata, Instituto de Pesquisas Energéticas e Nucleares. Universidade de São Paulo (USP), Brasil
Prof.ª Dr.ª Teresa Cardoso, Universidade Aberta de Portugal
Prof.ª Dr.ª Teresa Monteiro Seixas, Universidade do Porto, Portugal
Prof. Dr. Valter Machado da Fonseca, Universidade Federal de Viçosa, Brasil
Prof.ª Dr.ª Vanessa Bordin Viera, Universidade Federal de Campina Grande, Brasil
Prof.ª Dr.ª Vera Lúcia Vasilévski dos Santos Araújo, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
Prof. Dr. Wilson Noé Garcés Aguilar, *Corporación Universitaria Autónoma del Cauca*, Colômbia

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P832 Por palavras e gestos: a arte da linguagem VI /
Organizadoras Mauriceia Silva de Paula Vieira,
Patrícia Vasconcelos Almeida. – Curitiba-PR:
Artemis, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-87396-61-3

DOI 10.37572/EdArt_250822613

1. Linguística. 2. Letras. 3. Artes. I. Vieira, Mauriceia Silva
de Paula (Organizadora). II. Almeida, Patricia
Vasconcelos (Organizadora). III. Título.

CDD 410

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166



APRESENTAÇÃO

O volume VI do livro *“Por Palavras e Gestos: A arte da Linguagem”* está organizado em torno de três eixos relevantes para os estudiosos e pesquisadores que desenvolvem trabalhos na área da língua/linguagem e suas interfaces. Na sociedade, a presença de variadas tecnologias contribui para que os textos que circulam em diferentes mídias (impressa, eletrônica e digital) se constituam por intermédio da articulação entre linguagens. Cada vez mais, os textos – orais ou escritos, impressos ou digitais, - são multimodais e multissemióticos, isto é, orquestram em sua constituição sons, vídeos, imagens, escrita, cores etc. Essas mudanças contemporâneas nos textos ampliam e modificam as práticas de leitura e escrita, o que exige não só novas práticas de letramentos para que os sujeitos tenham pleno acesso às informações que circulam e as analisem de forma crítico-reflexiva, mas também, novos olhares para o ensino e para as práticas pedagógicas de formação de leitores no espaço escolar. Para além das tecnologias, mídias, leitura e escrita, a sociedade contemporânea presencia a valorização da diversidade cultural, o embate de vozes e o reconhecimento da diferença e da diversidade. Todas essas questões estão permeadas pela língua/linguagem e refletem uma dinâmica sociocultural. *“Por Palavras e Gestos: A arte da Linguagem”* reúne uma coletânea de artigos cujas temáticas abordadas fornecem ao leitor um campo vasto e profícuo para o diálogo, além de se constituírem como uma leitura instigante que possibilita a construção de conhecimentos.

Mauriceia Silva de Paula Vieira
Patricia Vasconcelos Almeida

SUMÁRIO

A LINGUAGEM E SUAS CONEXÕES COM AS TECNOLOGIAS E AS COM MÍDIAS

CAPÍTULO 1..... 1

JORNAL POPULAR ACERTA INTERATIVIDADE COM LEITORES PELO WHATSAPP

Beatriz Corrêa Pires Dornelles

Patrícia Pivoto Specht

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226131

CAPÍTULO 2..... 12

IMAGEM EM MOVIMENTO NOS PRIMÓRDIOS DA TELEVISÃO PORTUGUESA ENQUANTO NARRATIVA MUSICAL

João Ricardo Pinto

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226132

CAPÍTULO 3..... 22

ESCRITA DIGITAL: UM ESTUDO SOBRE O FENÔMENO DA TRANSTEXTUALIDADE NO CIBERESPAÇO

Márcia de Souza Luz-Freitas

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226133

CAPÍTULO 4..... 35

UNA LECTURA SEMIÓTICA DE LA REVISTA ARGENTINA *TÍA VICENTA*

María Lourdes Gasillón

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226134

CAPÍTULO 5..... 49

THE EMBODIED VOICE: AN HOLISTIC PEDAGOGICAL PROPOSAL FOR THE SINGING STUDIO

Philip Salmon

Susana Caligaris

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226135

CAPÍTULO 6..... 61

DIFERENÇAS COMUNICATIVAS ENTRE HOMENS E MULHERES – REFLEXOS DE GÊNERO NA IMPRENSA PORTUGUESA

Marlene Loureiro

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226136

A LEITURA EM SUAS DIVERSAS NUANCES

CAPÍTULO 7 84

O CONTO NUMA PERSPECTIVA DE FORMAÇÃO CRÍTICA PARA ALUNOS DOS ANOS FINAIS DO ENSINO FUNDAMENTAL

Antônio Carlos Soares Martins

Cleunice da Silva Lemos

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226137

CAPÍTULO 8.....97

PRÁTICAS DE LEITURA E ESCRITA DE LÍNGUA PORTUGUESA NO PROGRAMA RESIDÊNCIA PEDAGÓGICA NA UNIPAMPA

Isabel Cristina Ferreira Teixeira

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226138

CAPÍTULO 9.....107

ENCOBRIMENTOS E (DES)ROSTIFICAÇÕES NOS AUTORRETRATOS DE NINO CAIS

Karine Perez

 https://doi.org/10.37572/EdArt_2508226139

CAPÍTULO 10..... 115

ESPAÇOS DO EXÍLIO EM *A COSTA DOS MURMÚRIOS* E *A ÁRVORE DAS PALAVRAS*

Joseane Mendes Ferreira

Cristianne Silva Araújo

Joelma de Araújo Silva Resende

Raimunda Maria dos Santos

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261310

A CONSTITUIÇÃO DA LINGUAGEM EM MÚLTIPLOS CONTEXTOS

CAPÍTULO 11.....126

A CONSTRUÇÃO DO *ETHOS* NO DISCURSO DE TOMADA DE POSSE DE JAIR BOLSONARO (2019): AS MARCAS DO CONSERVADORISMO, DO POPULISMO E DO AUTORITARISMO TRADUZIDAS PELA LINGUAGEM

Dayse Alfaia

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261311

CAPÍTULO 12 148

EDUCAÇÃO, CULTURA E IDENTIDADE AMAZÔNICA: NARRATIVAS POSSÍVEIS

Maria do Perpétuo Socorro Nóbrega Ribeiro

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261312

CAPÍTULO 13..... 161

ESTUDIO PRAGMALINGÜÍSTICO SOBRE LA CORTESÍA EN EL HABLA DE LA REGIÓN DEL EJE CAFETERO EN COLOMBIA

Mireya Cisneros Estupiñán

Gladys Yolanda Pasuy Guerrero

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261313

CAPÍTULO 14..... 174

(IN) COMPETÊNCIAS DE LINGUAGEM ORAL E PERCEÇÃO AUDITIVA EM CRIANÇAS COM ATRASO DE LINGUAGEM

Márcia Ferreira

Rosa Maria Lima

 https://doi.org/10.37572/EdArt_25082261314

SOBRE AS ORGANIZADORAS.....185

ÍNDICE REMISSIVO 186

CAPÍTULO 1

JORNAL POPULAR ACERTA INTERATIVIDADE COM LEITORES PELO WHATSAPP

Data de submissão: 09/05/2022

Data de aceite: 26/05/2022

Beatriz Corrêa Pires Dornelles¹

<http://lattes.cnpq.br/0459773286137839>

Patrícia Pivoto Specht²

<https://orcid.org/0000-0001-8617-1342>

RESUMO: Esse artigo tem como objetivo analisar aspectos da nova lógica produtiva da notícia, com foco nas relações entre a redação e os leitores, em um contexto comunicacional marcado pelo empoderamento do usuário, que produz e faz circular conteúdo por meio de modernos aparatos tecnológicos, a maioria móvel. A análise da rede de colaboradores/informantes montada pelo jornal Diário Gaúcho a partir do aplicativo de troca de mensagens WhatsApp permite identificar rotinas alteradas pelo novo ecossistema midiático, revelando um *newsmaking* em construção. Entre as conclusões, verificamos

que a experiência interativa do DG aponta para um caminho de engajamento produtivo com o leitor.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Social. *Diário Gaúcho*. WhatsApp. Interação. Leitor.

JOURNAL POPULAR AGREES
INTERACTIVITY WITH READERS BY
WHATSAPP

ABSTRACT: This article aims to analyze aspects of the new productive logic of news, focusing on the relationship between writers and readers in a communicational context marked by the user empowerment, which produces and circulates content through modern technological devices, mostly mobile. The analysis of the network of collaborators/informants assembled by the newspaper *DiárioGaúcho* from the WhatsApp messaging application identifies routines altered by the new media ecosystem, revealing a *newsmaking* under construction. Among the conclusions, we find that the interactive experience of DG points to a productive engagement path to the reader.

KEYWORDS: Social Communication. *Diário Gaúcho*. WhatsApp. Interaction. Reader.

1 INTRODUÇÃO

Ancorado na lógica da sociedade em rede (Castells, 2002), que produz novas

¹ Professora titular do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Pós-doutora em Comunicação pela Universidade Fernando Pessoa (Portugal). Doutora em Comunicação pela Universidade de São Paulo.

² Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul.

formas de organização social, o ambiente comunicacional da contemporaneidade está sendo redesenhado, tendo como base tecnológica a internet, “dada a sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana” (Castells, 2004: 15). A comunicação em rede e os modernos dispositivos digitais de comunicação possibilitam, pela primeira vez na história, uma comunicação instantânea e global, de muitos para muitos, no tempo escolhido.

Neste cenário de intensos e instáveis fluxos, o público ou receptor, outrora passivo diante da emissão vertical dos conteúdos gerados pelos veículos de comunicação de massa, agora possui uma ferramenta para exercer seu desejo e necessidade de conectar-se, emitir opiniões e compartilhar mensagens, sentimentos e causas (Shirky, 2011). E o faz de lugares diversos, produzindo e disseminando conteúdos, tanto de fatos banais do cotidiano quanto de indignações que se tornam coletivas e mobilizam multidões, como no caso dos protestos recentes no Egito, dos movimentos *Occupy*, nos Estados Unidos, e das manifestações de 2014 em capitais brasileiras. “Os movimentos espalharam-se por contágio num mundo ligado pela internet sem fio e caracterizado pela difusão rápida, viral, de imagens e ideias” (Castells, 2013: 12).

Outra mudança de paradigma imposta pelo novo ambiente comunicacional diz respeito à apropriação do público dos conteúdos midiáticos produzidos pelos veículos tradicionais. Ao fazê-los circular, via sites de redes sociais, entre amigos, colegas de trabalho e familiares, os conteúdos sofrem uma ressignificação, resultado do que Jenkins, Green e Ford (2014: 47) chamam de propagabilidade: “Nesse novo modelo, o público tem um papel ativo na ‘propagação’ de conteúdos [...]: suas escolhas, seus investimentos, seus interesses e propósitos, assim como suas ações, determinam o que ganha valor”.

Os veículos midiáticos de massa, portanto, perdem o monopólio sobre a produção e a circulação de notícias, fazendo com que os processos de construção de notícia com pouca ou insuficiente participação da audiência passem a ser revistos. Apesar de a tradição deste modelo, operada por mais de um século, não ser facilmente modificada, há um visível movimento de adaptação em curso. “Todos nós estamos passando pela desorientação que nasce da inclusão de 2 bilhões de novos participantes num panorama de mídia antes operado por um pequeno grupo de profissionais” (Shirky, 2011: 164).

Essa adaptação faz com que as empresas empreendam esforços no sentido de inserir-se de forma organizada no novo ecossistema, e que tentem estabelecer relações produtivas com leitores e fontes, o que acaba por definir um *newsmaking*, ou seja, novas rotinas produtivas passam a operar na indústria dos *mass media*, impactadas pelas novas tecnologias de comunicação. O *newsmaking*, vale lembrar, nas palavras

de Wolf (1999: 188), é uma “abordagem que se articula, principalmente, dentro de dois limites: a cultura profissional dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos”. Os dois limites sofrem impactos diretos e viscerais diante da nova realidade. Tais constatações, no entanto, são válidas para jornais de grandes tiragens, com sede em municípios com alto poder econômico e grande contingente populacional. No Brasil, com todas as suas dificuldades econômicas e cultura não-participativa, quando se fala em “imprensa”, o modelo vertical de produção da notícia continua prevalecendo e, de maneira geral, poucas mudanças se observam na forma de produção da notícia³ (Dornelles, 2015).

A partir da análise da rede de colaboradores/informantes montada pelo jornal Diário Gaúcho (DG), de Porto Alegre, no Rio Grande do Sul, Brasil, com o uso do aplicativo de troca de mensagens WhatsApp⁴, o presente artigo se propõe a discutir alguns aspectos destas novas dinâmicas, em especial a inserção da redação na lógica instável de circulação/fluxo de conteúdo e o aproveitamento do material do usuário nas plataformas do jornal. A seguir, detalharemos o caso e abordaremos a metodologia utilizada.

2 DESCRIÇÃO DO CASO E METODOLOGIA

O jornal Diário Gaúcho (DG), objeto de análise do presente artigo, foi fundado em Porto Alegre, no Rio Grande do Sul (RS), em 17 de abril de 2000, e dirige-se principalmente aos públicos das classes B, C e D, em especial aos dois últimos. Sua circulação ocorre principalmente (cerca de 90% dos exemplares) na Região Metropolitana de Porto Alegre, onde se localiza sua redação. O DG, como é conhecido no estado, é o jornal popular da Rede Brasil Sul de Comunicação (RBS)⁵, importante grupo de comunicação multimídia do país. Com uma circulação de 149 mil exemplares em setembro de 2015, conforme o IVC⁶, o DG é o segundo jornal impresso com a maior tiragem do RS, perdendo apenas para o Jornal Zero Hora, do mesmo grupo de comunicação. Nacionalmente, o DG ocupa a oitava posição em número de exemplares impressos.

O portal de notícias do DG na internet entrou em operação em setembro de 2009 e apresentou, em 2015, o maior crescimento de audiência entre os sites noticiosos

³ Pesquisa financiada pelo CNPq, em torno de jornais do interior do estado do Rio Grande do Sul, no Brasil, com tiragens menores do que 30 mil exemplares, apresentada pela autora em congressos nacionais da área, já com análise concluída.

⁴ Lançado em 2009, é um aplicativo de troca de mensagens disponível nas versões *mobile* e *web*.

⁵ O Grupo RBS, fundado por Maurício Sirotsky Sobrinho em agosto de 1957, em Porto Alegre, foi, durante décadas, a maior afiliada da Rede Globo no Brasil. O grupo contava, até março de 2016, com 18 emissoras de tevê que cobriam 789 municípios do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, além de sete rádios e seis jornais. Em 7 de março de 2016, a RBS anunciou a venda das operações de televisão, rádio e jornal que atuavam sob a marca RBS em Santa Catarina.

⁶ Instituto Verificador de Comunicação.

do Grupo RBS – sua audiência cresceu 73% entre janeiro e setembro de 2015 em comparação com o mesmo período do ano anterior⁷. A título de comparação, os *sites* noticiosos da RBS tiveram crescimento médio de 31% no mesmo período. As informações foram prestadas pelo editor-chefe do DG, o jornalista Carlos Etchichury, em entrevista⁸ realizada na redação do diário.

E foi justamente Etchichury o idealizador do projeto de interação com o leitor implantado no DG a partir da utilização do aplicativo de troca de mensagens WhatsApp. Assim que assumiu como editor-chefe do jornal, em setembro de 2014, Etchichury começou a montar no veículo um sistema inspirado no que faz o jornal carioca Extra desde 24 de junho de 2013. O Extra opera um cadastro de leitores via WhatsApp com cerca de 70 mil contatos, sendo que, até abril de 2014, havia publicado mais de 440 matérias provenientes de informações via aplicativo (Ferreira, Luz e Maciel, 2015). Para Etchichury, estreitar a relação com os leitores do DG e gerar interações era fundamental: “Nossa relação com o leitor era basicamente por telefone e isso, obviamente, tinha problemas e era insuficiente” (Etchichury, 2015).

O número do WhatsApp da redação passou, então, a ser publicado na capa, tanto do jornal impresso quanto do *site*, e os leitores foram estimulados a colaborar com o veículo, enviando informações que julgassem relevantes. Em outubro de 2015, com pouco mais de um ano de funcionamento, o sistema registrava 7.594 pessoas cadastradas, moradoras de 43 cidades da Região Metropolitana de Porto Alegre. Em março de 2016, o número de contatos cadastrados havia subido para 12 mil. No início, em 2014, um profissional lia e avaliava as mensagens da audiência a partir da tela do aparelho de telefone celular da redação. Pouco depois, isso mudou. A partir de 2015, um sistema armazena o conteúdo enviado pelo leitor e dois jornalistas, diariamente, das 8h às 21h, “filtram” o material e dão retorno aos usuários. Respondem 100% dos leitores, garante o editor-chefe, nem que seja com um “obrigado”. O “filtro” aplicado ao conteúdo será explicitado oportunamente, no decorrer deste artigo.

Para entender a lógica do sistema de interação do jornal Diário Gaúcho com os leitores, via WhatsApp, procedemos a navegações orientadas pelo *site* do jornal, bem como pela página do *facebook* do DG, durante o mês de outubro de 2015. O jornal impresso também foi visualizado para que se examinasse uma seção específica. Além disso, foram realizadas entrevistas com dois profissionais do jornal, o editor-chefe, Carlos Etchichury, e o editor do *site* do DG, o jornalista Thiago Sturmer.

⁷ Número de *pagewies* (número de vezes em que a página foi visualizada), entre janeiro e setembro de 2014: **63.372.637**. Em 2015, de janeiro a setembro, o número de *pagewies* foi de **109.413.622**.

⁸ Entrevista concedida à pesquisadora Patrícia Specht em 16 e 17 de outubro de 2015.

3 O WHATSAPP NO JORNALISMO DO DG E AS NOVAS LÓGICAS DA NOTÍCIA

A partir da análise do sistema em operação no DG, a primeira constatação possível está ancorada em números. Levantamento feito pelo jornal, entre 1 de agosto e 30 de setembro de 2015, aponta que foram realizados, no período, 7.100 contatos entre os leitores e o DG via WhatsApp, uma média diária de 118 mensagens. No início, conforme já exposto anteriormente, um profissional recebia as mensagens do público. Ainda em 2015, passaram a ser dois, em horário mais estendido do que o inicial. Tudo isso porque o volume de contatos seguia crescendo. Podemos inferir, portanto, que o ambiente jornalístico, modificado pela tecnologia e facilidades de expressão que ela propicia, está sendo alterado a partir de uma cultura, recente, baseada em compartilhamento e participação, que se reflete no envio de mensagens de leitores. E que essa participação se dá por motivos que não são monetários, já que não há pagamento em troca das informações. A audiência seria movida por uma “motivação intrínseca⁹”, relacionada à visibilidade pessoal e social, solução de problemas pessoais ou o simples fato de fazer algo significativo, como observou Shirky (2011) em suas pesquisas. Nesta mesma linha, outros fatores podem ajudar a explicar a crescente participação do leitor do DG no envio de conteúdo via WhatsApp, conforme observam os jornalistas do DG. Um deles é o fato de que a redação está empenhada em não deixar ninguém sem resposta, conforme já dito. O outro é o aproveitamento do conteúdo do público em forma de notícia. Dados do levantamento já citado mostram que, nos meses de agosto e setembro de 2015, 590 imagens enviadas por leitores via WhatsApp foram publicadas pelo DG, no *site*, na página do *Facebook*¹⁰ do veículo ou, então, no jornal impresso. O editor-chefe provavelmente esteja certo, portanto, em relacionar a boa aceitação do projeto pela audiência ao fato de o jornal publicar parte do material oriundo dos leitores: “Passamos a receber mais fotos e a publicar muitas delas, o que qualificou muito nossa relação com o leitor”. Criase, portanto, um círculo virtuoso: o leitor envia conteúdo, em forma de texto, foto, vídeo e até áudio, vê o material ser aproveitado pela redação, sente-se valorizado e participa novamente, assim que possível. Essa dinâmica implantada pelo DG está longe de ser a regra. O mais comum é que veículos de massa, em especial os *sites* noticiosos, no afã de conquistar engajamento do público, criem espaços interativos e peçam a colaboração em forma de conteúdos e opiniões. Só que a maior parte desse conteúdo não é aproveitada na produção da notícia, mostram pesquisas sobre interatividade em diversas partes do mundo (Rost, 2014). Interatividade aqui entendida, a partir de Rost (2014: 53), como uma ponte entre o veículo e os leitores, instâncias de seleção, intervenção e participação

⁹ “Motivações intrínsecas são aquelas nas quais a própria atividade é a recompensa” (Shirky, 2011: 68).

¹⁰ A página do Diário Gaúcho no *Facebook* foi criada em 15 de outubro de 2013.

sobre os conteúdos do meio. Reforça-se, neste sentido, a opinião de Canavilhas (2015: 219), em entrevista¹¹, quanto ao fato de que, dos três pilares básicos do webjornalismo – a multimídia, a hipertextualidade e a interatividade – o último é o que se desenvolve de maneira mais lenta e frágil:

Poucos comentários feitos pelo consumidor são incorporados na notícia, ou seja, o leitor pouco interfere no resultado final. [...] No fundo, a interatividade se resume a um tipo específico de hipertextualidade, a apertar um *link* e ir parar em qualquer lugar, ou então a comentar uma notícia, só que isso não serve para nada, pois nem o jornalista responde e nem a informação dada é acrescentada à reportagem (Canavilhas, 2015: 219).

Também merece destaque no projeto interativo do DG a evidência de que, das 7.100 interações feitas nos dois meses (agosto e setembro de 2015), 930 renderam sugestões de pauta ou “notas prontas”. Por “notas prontas” entendem-se notas curtas que não exigem muito esforço de apuração da redação. Grande parte desse conteúdo é publicada nas seções “Pede-se Providência”, no jornal impresso, e “Seu Problema é Nosso”, no *site* do jornal. Um exemplo é a notícia “Comunidade de Alvorada ainda aguarda pavimentação de ruas” (Figura 1), publicada no *site* do DG em 16 de outubro de 2015. A partir da imagem enviada pelo leitor via WhatsApp, a redação ouviu moradores e a prefeitura para produzir a notícia.

Figura 1: chamada da seção “Seu Problema é Nosso”, na capa do site do DG, com foto de leitor.



Fonte: Diário Gaúcho (2015a)

Além do site e do jornal impresso, o DG utiliza a sua página do *Facebook* para publicar conteúdo do leitor, que chega cada vez mais instantaneamente. Em meados de

¹¹ Entrevista realizada em julho de 2015, por *skype*, e publicada na Revista Famecos, da PUCRS, na edição de julho, agosto e setembro de 2015.

outubro de 2015, por exemplo, época em que chuvas fortes e intensas assolavam o RS, o DG recebeu uma foto que mostrava a estação rodoviária de Porto Alegre, a capital do estado, completamente alagada. A foto do leitor foi publicada em um *post* no *Facebook* do DG (Figura 2), e a repercussão foi imediata, conforme o editor do *site* do DG, o jornalista Thiago Sturmer, em entrevista¹²: “Fomos os primeiros a dar a história, que chegou via WhatsApp, e o *post* foi visto por 125 mil pessoas e teve mais de 6 mil interações”.

Figura 2: *post* da página do *Facebook* do DG com foto do leitor.



Fonte: Diário Gaúcho (2015b)

Essa vigilância ubíqua¹³ protagonizada pela audiência, com uma profusão de observadores portando instrumentos para registrar e disseminar as imagens da realidade, tem reflexo na diversidade de temas sugeridos pelos usuários do sistema interativo do DG, conforme atesta Sturmer: “Os leitores informam sobre buraco de rua, fazem denúncias, repassam informações policiais, vídeos engraçadinhos, querem tirar dúvidas sobre saúde e muito mais”. Além disso, repassam e distribuem conteúdo de outras fontes, principalmente de amigos e conhecidos dos *sites* de redes sociais. Foi o que aconteceu no caso das fotos do acidente envolvendo o jogador de futebol Ronaldinho Gaúcho, em Porto Alegre, em outubro de 2015, quando um leitor enviou ao WhatsApp do DG as imagens feitas por um amigo. Assim que chegaram à redação, as fotos chamaram a atenção e deflagraram um esforço de apuração, conforme relatou o

¹² Entrevista concedida à pesquisadora Patrícia Specht em 9 de outubro de 2015.

¹³ Ubíqua como a possibilidade de estar e produzir conteúdo em vários lugares ao mesmo tempo.

editor Sturmer (2015): “Um repórter que estava num bairro próximo foi acionado, foi até o local e conseguiu localizar o autor das fotos para confirmar o fato”. O autor das fotos autorizou o uso das imagens e a matéria foi produzida e publicada no site do DG, em 2 de outubro de 2015 (Figuras 3 e 4).

Figura 3: notícia produzida a partir de fotos de leitor, publicada no site do DG.



Fonte: Diário Gaúcho (2015c)

Figura 4: foto de leitor na notícia publicada no site do DG.



Fonte: Diário Gaúcho (2015c)

O caso das fotos do acidente do jogador Ronaldinho é a comprovação de que a propagação de imagens e informações, a partir dos fluxos da internet, é instantânea

e incontrolável. Neste sentido, é exemplar o relato do autor das fotos de Ronaldinho, segundo o editor Sturmer (2015): “O cara contou que mandou para duas pessoas, e que as fotos foram parar nos veículos do Rio de Janeiro em poucas horas”. De fato, o site do Extra e o Globo Esporte já haviam divulgado as imagens quando elas chegaram ao WhatsApp do DG.

Para o editor-chefe Etchichury (2015), “É irrelevante quem manda a foto ou a informação. Interessa que o fato tenha ocorrido e que chegue até o jornal” (Etchichury, 2015). E, ao chegar ao jornal, o conteúdo passa por um filtro inicial exercido por dois profissionais que trabalham na redação, junto dos editores de áreas e do editor Sturmer. Estão próximos para facilitar conversas e consultas sobre os conteúdos enviados pela audiência. No caso de algo ser identificado imediatamente como uma informação de interesse do jornal, o leitor é informado de que o conteúdo será transformado em notícia. Parte do material é repassada ainda para avaliação dos editores de área via mensagem, com cópia para Sturmer. Quando isso ocorre, o leitor é informado de que o conteúdo será “encaminhado aos editores para avaliação” (Sturmer, 2015). A partir daí, o material pode ser ajustado e direcionado à publicação, como no caso de fotos de buracos de rua, ou então se transformar em uma pauta investigativa que poderá gerar uma reportagem mais aprofundada. Depende, obviamente, da natureza da informação. Conteúdos ofensivos ou agressivos, apesar de raros, são desconsiderados e eliminados.

Nesse cenário, com novas e diferentes demandas, com um público muito mais atuante, ganham importância outros tipos de fontes e informantes, o que não deixa de representar a pluralização de opiniões, ideias e conteúdos que caracterizam a cultura da sociedade em rede. É o que sinaliza o projeto interativo do DG, que já apresenta indícios concretos de estar sintonizado com as necessidades do público e com as novas demandas sociais.

4 CONCLUSÕES

É detectável o esforço de alguns veículos midiáticos tradicionais em rever parte das práticas de construção da notícia. Os objetivos ainda não são muito claros. O discurso, no momento, baseia-se no desejo de incorporar a linha editorial do jornal a um mundo mais dinâmico e plural, marcado por fluxos de conteúdos em rede, colocados em circulação especialmente pelo público.

O novo espaço público parece se constituir de fragmentadas esferas, onde ganha importância o conteúdo transmitido pela internet, em especial, pelos *sites* de redes sociais. É nesse ambiente que a *mass media* quer estar, convivendo com o seu público,

entendendo suas demandas e fazendo-o parceiro. Por quê? De que forma esse novo comportamento garantirá a permanência dos veículos de comunicação no mercado econômico? Que interesses embasam essa nova postura frente ao público? Sem entrar na complexidade do tema, um dos motivos parece evidente: não há mais volta, ou seja, o poder de narrar os fatos do cotidiano não pertence mais exclusivamente à imprensa. Ela perdeu seu *status* na área da comunicação e passou a ter sua legitimidade questionada pelo público. Além disso, assiste-se à falência de um modelo de negócios – que vigorou durante décadas, baseado na venda de notícias ao público e de espaços aos anunciantes.

Outro motivo pelo qual as empresas estão se movimentando para ajustar suas políticas editoriais é a inegável perda de prestígio de seus noticiários. Se a conquista de prestígio pela qualidade é difícil, ela pode ser alcançada (em parte, é claro) pela popularidade, e, nesse caso, a inclusão do público no processo de construção da notícia é fundamental.

A priori, parece ser esse o caminho do Diário Gaúcho. Ele assinala a disposição em atrair, manter e negociar com o seu leitor o que vai ser notícia ou não no jornal, no portal, no *Facebook*, a partir de suas demandas. Aliás, interessa pouco atrair o leitor para uma plataforma específica. Encontrar o leitor é o mais fácil, sabe-se onde ele está. Torná-lo fiel, fazê-lo entender que aquele veículo dá atenção às demandas populares e oferece ajuda de forma espontânea, é um pouco mais difícil. Também não é tarefa fácil motivar a colaboração do público de forma sistemática e gratuita.

Diante desse quadro, buscamos apresentar alguns indicativos de uma experiência que tem se mostrado positiva em termos de conquista de interatividade e participação. É importante frisar que são necessários mais estudos e observações sobre o público de jornais populares. Também merece ser aprofundado o impacto concreto das novas rotinas na atuação do jornalista, ou seja, que papel este profissional em experimentação exerce nas decisões e escolhas diante de um mundo de fontes infinitas e alta velocidade de fluxos informativos. Algo pode ser adiantado, a julgar pelo panorama traçado por este artigo: já não basta mais saber apurar, checar e produzir a notícia de forma responsável e ética. Outras tantas habilidades, como captar conteúdo de *sites* de redes sociais e interagir de forma produtiva com o público, deverão ser desenvolvidas e aprimoradas.

BIBLIOGRAFIA

Canavilhas, J. (2015). Entrevista com João Canavilhas. In: Specht, P. Provedores de internet e empresas de tecnologia, que também lucram com a notícia, deveriam ajudar a financiá-la. *Revista Famecos*, 22(3), 215-227.

Castells, M. (2002). *A sociedade em rede: A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra.

Castells, M. (2004). *A galáxia internet: Reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castells, M. (2013). *Redes de indignação e esperança: Movimentos sociais na era da internet*. Rio de Janeiro: Zahar.

Diário Gaúcho (2015a). *Comunidade de Alvorada ainda aguarda pavimentação de ruas*. Recuperado em 16 outubro, 2015 de <http://diariogaucha.clicrbs.com.br/brs/dia-a-dia/noticia/2015/10/comunidade-de-alvorada-ainda-aguarda-pavimentacao-de-ruas-4879585.html>.

Diário Gaúcho (2015b). *Rodoviária de Porto Alegre alaga e acesso principal aos ônibus é interditado*. Recuperado em 11 outubro, 2015 de <https://www.facebook.com/diariogaucha>.

Diário Gaúcho (2015c). *Fotos mostram Ronaldinho Gaúcho envolvido em acidente de trânsito na Restinga*. Recuperado em 2 outubro, 2015 de <http://diariogaucha.clicrbs.com.br/brs/dia-a-dia/noticia/2015/10/fotos-mostram-ronaldinho-gaucha-envolvido-em-acidente-de-transito-na-restinga-4861199.html>.

Dornelles, B. (2015, novembro) Situação dos jornais digitais de cidades do interior gaúcho. *Anais do Seminário Internacional da Comunicação. GT Estudos em Jornalismo*, Porto Alegre, Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS), 13.

Etchichury, C. (2015, outubro). Entrevista por Patrícia Specht. Porto Alegre: Diário Gaúcho.

Ferreira, P., Luz, C. e Maciel, I. (2015). As redes sociais como fonte de informação: uso do Whatsapp como ferramenta de apuração da notícia. *Anais do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Intercom*, Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ), 38.

Jenkins, H., Ford, S. e Green, J. (2014). *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph.

Rost, A. (2014). Interatividade: Definições, estudos e tendências. In: Canavilhas, J. (Org). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença* (pp. 53-87). Covilhã: Livros LabCom.

Shirky, C. (2011). *A cultura da participação: Criatividade e generosidade no mundo conectado*. Rio de Janeiro: Zahar.

Sturmer, T. (2015, outubro). *Entrevista por Patrícia Specht*. Porto Alegre: Diário Gaúcho. Wolf, M. (1999). *Teorias das comunicações de massa*. Lisboa: Presença.

SOBRE AS ORGANIZADORAS

Mauriceia Silva de Paula Vieira - Doutora em Estudos Linguísticos pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora Associada da Universidade Federal de Lavras (UFLA), atuando na graduação e na pós graduação. Possui experiência docente na educação básica, na formação continuada de professores alfabetizadores e de professores de língua portuguesa. Suas pesquisas se inserem nas seguintes áreas: ensino de língua portuguesa; leitura e práticas de letramentos; letramento digital e uso de tecnologias; análise linguística/semiótica em perspectiva funcionalista.

Patricia Vasconcelos Almeida - Pós doutora em Linguagem e Tecnologia pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora associada da Universidade Federal de Lavras (UFLA), atuando na graduação em Letras e na pós graduação nos programas de Educação (mestrado profissional) e de Letras (mestrado acadêmico). Líder do Grupo de Pesquisa CNPq - Tecnologias e Práticas Digitais no ensino-aprendizagem de línguas. Tem experiência na área de Letras, com ênfase em Língua Inglesa, atuando principalmente nos seguintes temas: Formação de professores, ensino-aprendizagem de línguas estrangeiras mediado pelas tecnologias digitais, tecnologia educacional, ambientes virtuais de aprendizagem.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Arte 13, 24, 39, 43, 48, 90, 131, 145, 148, 149, 150, 154, 158, 159

Autoritarismo 42, 126, 128, 129, 135, 138, 141, 142, 143, 144, 145, 147

C

Ciberespaço 22, 23, 24, 25, 27, 32, 33

Cognition 49

Competências linguísticas 174

Comunicação social 1, 62

Conto 84, 85, 86, 89, 90, 92, 93, 94, 95, 96

Cortesía verbal 161, 162, 168, 173

Cultura indígena 148, 149, 150, 156, 157, 159

D

Diário Gaúcho 1, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11

(Des)rostificações 107, 110

E

Educação 23, 62, 84, 85, 90, 94, 95, 96, 97, 98, 106, 148, 149, 150, 151, 154, 157, 159, 160, 174, 176, 183

Embodiment 49

Encobrimentos 107, 110

Ensino 23, 84, 85, 87, 89, 91, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 105, 106, 125, 149, 154, 159

Ensino Fundamental 84, 87, 89, 91, 95, 99, 101, 148, 151, 153, 154, 159

Escrita 12, 13, 14, 15, 19, 20, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 87, 88, 92, 93, 95, 97, 98, 99, 101, 103, 104, 105, 106, 127, 128, 131, 132, 162, 174

Escrita digital 22, 23, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 32

Español 161, 162, 163, 165, 173

Ethos 126, 127, 128, 130, 131, 132, 135, 136, 140, 142, 143, 145

Exílio 115, 117, 124, 125

F

Formação crítica 84, 85, 86, 91

G

Género 27, 35, 37, 61, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 86, 88, 92, 96, 99, 101, 130, 135, 137, 138, 140, 151, 163, 166

I

Imagem televisiva 12

Imagem-texto 35, 38, 40

Imprensa 3, 10, 12, 13, 14, 15, 19, 20, 25, 26, 61, 76, 82, 134, 145, 160

L

Landrú 35, 36, 37, 40, 43, 45, 48

Leitura 12, 23, 31, 32, 33, 34, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 104, 105, 106, 113, 125, 174

Lídia Jorge 115, 116, 117, 123, 124

Linguagem 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 32, 33, 34, 66, 67, 71, 74, 78, 79, 86, 90, 97, 99, 100, 101, 103, 105, 106, 110, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 132, 135, 139, 140, 143, 144, 150, 155, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184

Linguagem oral 174, 175, 176, 177, 182

M

Media 1, 2, 9, 12, 13, 21, 38, 45, 48, 61, 62, 63, 64, 69, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 80, 81, 82, 83, 126, 147

N

Narrativa musical 12

Nino Cais 107, 108, 110, 111, 112, 113, 114

P

Percepção auditiva 174, 175, 176, 177, 179, 180

Pragmalingüística 161, 172

R

Radiotelevisão Portuguesa 12, 14, 15

T

Teolinda Gersão 115, 116, 117, 122, 124

Tía Vicenta 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48

Transtextualidade 22, 23, 24, 27, 30, 32

V

Voice 49, 50, 51, 52, 53, 54, 56, 57, 59, 60

W

WhatsApp 1, 3, 4, 5, 6, 7, 9, 11, 134