

WHATSAPP NA ROTINA PRODUTIVA DO INTERIOR: Um Estudo a partir das Perspectivas dos Jornalistas de Imperatriz (MA) e Araguaína (TO)

WHATSAPP IN THE PRODUCTION ROUTINE IN THE INLAND: A Study on the Perspectives of Journalists from Imperatriz (MA) and Araguaína (TO)

WHATSAPP EN LA RUTINA PRODUCTIVA DEL CAMPO: Un Estudio desde La Perspectiva de Periodistas de Imperatriz (MA) Y Araguaína (TO)

Lorena Lacerda

Jornalista formada pela Universidade Federal do Maranhão. Bolsista de Iniciação Científica (PIBIC) por três anos pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Cibercultura do curso de Jornalismo da UFMA. lorenallacerda@gmail.com.

Recebido em: 16.02.2021
Aceito em: 01.03.2021
Publicado em: 01.04.2021.

Marcelli Alves

Doutora em Comunicação (Jornalismo e Sociedade) pela Universidade de Brasília, UnB. É professora adjunta da Universidade Federal do Maranhão (UFMA). Possui graduação em Comunicação Social com ênfase em Jornalismo pela Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (1999), especialização em Imagem e Som (2002 UFMS), Mestrado em Produção e Gestão Agroindustrial (2005, Uniderp) e Especialização em Gestão de Negócios de IES (Universidade Estácio de Sá do Rio de Janeiro). É professora adjunta no programa de pós-graduação em Comunicação, na UFMA de Imperatriz. CAPES/ FINANCE CODE 001. marcellialvessalva@gmail.com.

Thaís Bueno

Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Mestre em Letras Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – Campus de Três Lagoas, Graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul (UFMS). É professora permanente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Mestrado, na UFMA. Coordena o Grupo de Pesquisa em Comunicação em Cibercultura (GCiber) e integra o Grupo de Pesquisa em Ciberjornalismo, numa parceria entre a UFMA e a UFMS. thaisabu@gmail.com.

RESUMO

Este trabalho busca entender como os jornalistas, que atuam em redações nas cidades de Imperatriz (MA) e Araguaína (TO), utilizam o *WhatsApp* na sua rotina, e de que maneira este aplicativo interfere nas suas condições de trabalho. O escopo da pesquisa selecionou 14 veículos de comunicação. Metodologicamente este estudo está dividido em três etapas: um levantamento exploratório, entrevistas de caráter semiestruturado, e, a análise comparada. Dentre as conclusões pontuouse que o uso do aplicativo *WhatsApp* está inserido na rotina produtiva dos jornalistas das cidades de Imperatriz- MA e Araguaína – TO. Porém, não há criticidade dos mesmos em relação a implicação desse fato nas rotinas produtivas. Em sua maioria, demonstra subserviência como categoria.

PALAVRAS-CHAVES: Rotina produtiva; Jornalismo; *WhatsApp*.

Introdução

Este artigo tem como objetivo entender como os jornalistas que atuam em redações de veículos tradicionais de duas cidades médias¹ no interior, Imperatriz (MA) e Araguaína (TO), utilizam o *WhatsApp* na sua rotina, e de que maneira este aplicativo

¹ Os estudos de geografia consideram como cidades médias, não apenas a questão populacional tal como definidas pelo IBGE, como também aquelas que desempenham papel de intermediação. De acordo com a geógrafa e professora da UNESP, Maria Encarnação Beltrão Sposito, a cidade média “é pensada como uma espécie de elo entre aquilo que é o comando da hierarquia urbana e a base, quer dizer, as cidades pequenas, pelo tamanho, elas não têm bens e serviços em diversidade muito grande, então elas vão ser servidas, seus moradores também vão ser servidos desses bens e serviços nessas cidades intermediárias, já que essa população está distante da metrópole e não vai poder ascender à metrópole para serviços, como serviços de saúde, ensino superior, enfim” (SPOSITO, 2017, Online).

interfere nas suas condições de trabalho. A proposta é identificar como a inserção desta ferramenta contribui para a reconfiguração das rotinas, em tempos de crise do jornalismo (CHRISTOFOLETTI, 2019).

Neste sentido, para a escolha das duas localidades, foi considerado o ranking populacional do IBGE Cidades (2010), que aponta serem, ambas, as segundas maiores cidades de seus Estados – Imperatriz (MA) são estimadas 247.505 pessoas e Araguaína (TO) são 150.484 pessoas. Localizadas a 248 km de distância uma da outra, são duas cidades de porte médio, sendo as principais influências das microrregiões nas quais estão centradas.

Apesar da diferença considerável no número de habitantes, as duas cidades possuem similaridades nos aspectos econômicos e sociais, além de terem uma tradição comercial forte e grande influência do agronegócio (FERREIRA, 2012). Também são duas localidades que cresceram às margens de rios. Imperatriz (MA) se desenvolveu rodeado do Rio Tocantins e os mais de 10 riachos; já Araguaína (TO) cresceu às margens dos rios Lontra e Andorinha. Ambas se desenvolveram com a construção das rodovias Transbrasiliana e BR-010, em 1960 no governo de Juscelino Kubitschek, o que possibilitou o progresso urbano das cidades por meio da facilidade do transporte rodoviário, antes dificultado com a falta de estradas asfaltadas; além de possibilitar a maior migração, favorecendo assim, a evolução da infraestrutura, a construção de comércios, indústrias, serviços públicos de atendimento e transporte (MORAIS, 2014; MARTINS & KAMIMURA, 2012; BARROS ET AL., 2012).

Diante deste cenário, e entendo que o jornalismo em centro menores e em com particularidades regionais abarca características próprias de adoção e uso das ferramentas digitais na sua rotina, este estudo busca enxergar, a partir da perspectiva do profissional, como as redações têm organizado seu trabalho com a adoção rotineira do WhatsApp e como o jornalista enxerga o impacto dessa mudança na sua prática. O escopo da pesquisa selecionou 14 veículos de comunicação com produção jornalística local, entre redações de TV, rádio, site e jornal impresso.

WhatsApp e jornalismo

Lançado em 2009, o WhatsApp se tornou uma ferramenta frequente para uso profissional. No âmbito jornalístico, estudos variados costumam ratificar sua experiência e, na maioria das vezes, apresentam resultados que enfatizam as características positivas dessa inserção no mercado de trabalho, em especial pela propriedade de dinamizar e agilizar a rotina dos profissionais, pela popularização e a facilidade de acesso do aplicativo, bem como a praticidade da ferramenta que facilitaria o contato com as fontes

e com o público (SILVA, 2019; FERREIRA, LUZ & MACIEL, 2015; SOUSA, ARAÚJO & PAULA, 2015).

Historicamente, o *Jornal Extra* foi o pioneiro brasileiro a usar o aplicativo para recebimento de informações da audiência, em 2013 (SPECHT, 2017), possuindo uma equipe voltada, exclusivamente, para o crivo das mensagens recebidas via WhatsApp. Ao olhar para as relações entre tecnologias e jornalismo, Pereira e Adghirni (2011) ponderam que não se trata de uma mera mudança de postura, mas que essas pequenas interferências geram transformações estruturais. Para os autores, essas alterações atingem diretamente três níveis: 1. A multiplicação de produtos, conteúdos e perfis profissionais, que se colocam ao lado de práticas historicamente consolidadas; 2. A redefinição do status de jornalista e da empresa de comunicação, causado a nova participação do público, pela as crises no modelo econômico e na credibilidade; 3. O processo de integração entre redação e prática, mediado pelas novas tecnologias, dado aos investimentos em processos de convergência nos mais diferentes setores da comunicação, que orienta cada vez mais um público mais participativo e exigente.

Por tudo isso, estar inserido no universo online se tornou uma obrigatoriedade, dado ao grande fluxo de informações, que além de apresentar um diferencial competitivo, também alterou o modelo de negócio do jornalismo (Agnez, 2011). Principalmente em decorrência da popularização dos celulares e, conseqüentemente, da tecnologia móvel. Neste contexto, as empresas de jornalismo começaram a estabelecer a inserção do jornalista nas plataformas digitais, muitas vezes de maneira não sistematizada, que futuramente se transformou em um dos motivos que contribui para ampliar a atual crise no jornalismo, com a precarização nas condições de trabalho e a perda/surgimento de funções (GUEDES, 2018; AGNEZ, 2011; CHRISTOFOLETTI, 2019).

Jornalismo no interior

O jornalismo de interior consiste no trabalho de imprensa desenvolvido em cidades de médio e pequeno porte, descentralizado das capitais e regiões metropolitanas (ASSIS, 2013), sendo consideradas centros regionais com potencialidades de investimentos em negócios de mídia (MOREIRA & DEOLINDO, 2013). Dessa forma, em um primeiro momento, as empresas de mídia têm interesse no interior devido ao seu valor mercadológico (PERUZZO, 2005). Mas, para além do seu potencial financeiro, a mídia de interior é relevante por possibilitar que a população reconheça sua localidade e se reconheça, uma vez que geralmente os veículos das metrópoles e das capitais tendem a veicular assuntos de caráter nacional (ASSIS, 2013; DORNELLES, 2010; PERUZZO, 2005; MOREIRA & DEOLINDO, 2013). Assim, o jornalismo de interior colabora

para preencher lacunas de identidade quando “fala do próprio lugar e do território onde se insere e, constitui assim, o canal por excelência essas cidades” (MOREIRA & DEOLINDO, 2013, p. 22).

Além disso, a mídia interiorana lida com algumas peculiaridades de rotina que o difere do modelo exercido nos grandes centros. Uma delas tem relação com a proximidade que o jornalista possui com aquela realidade. O que permite que ele reconheça e reproduza os acontecimentos daquela localidade, mostrando o interesse das/pelas pessoas. “Os profissionais da imprensa interiorana devem ser jornalistas-assistentes do cidadão e ter como uma das suas características o gosto demasiado pelas pessoas” (DORNELLES, 2011, p. 241).

Outra peculiaridade dessa mídia tem relação com a estrutura, tanto de equipamentos, quanto de equipe. Uma vez que esses veículos trabalham com menos verbas publicitárias, grupos reduzidos, falta de equipamentos e baixos investimentos em tecnologias (ASSIS, 2013). Realidade esta que acarreta na exigência que profissionais “encontrem saídas para sua manutenção e para sua permanência no mercado midiático que cobre apenas uma cidade ou, no máximo, uma região. Tudo isso, no entanto, está atrelado às próprias características do *lugar* em que se encontra” (ASSIS, 2013, p. 05).

Metodologia

Metodologicamente este estudo dividido em etapas: um levantamento exploratório, para identificar o universo de veículos jornalísticos nas duas cidades e permitir a delimitação do objeto de análise (veículos e entrevistados); entrevistas de caráter semiestruturado, aplicadas aos jornalistas que trabalham na redação com uso frequente do WhatsApp para entender como o aplicativo foi inserido e quais as contribuições dele na rotina dos profissionais e, entrevistas de caráter informal (SILVA, 2019) para identificar aspectos estruturais e histórico de alguns dos veículos selecionados para o estudo;

Na primeira, etapa por meio do mapeamento foram identificados 14 veículos de comunicação em Imperatriz (MA), nos suportes televisivos (4), online (03), radiofônico (06) e impresso (01). Enquanto em Araguaína (TO) foram mapeados 15 veículos de comunicação nos suportes televisivos (05), online (03) e radiofônico (07). Vale destacar que Araguaína não possui distribuição de jornal impresso desde 2010². Dessa forma, o

²Por meio do estudo exploratório foi possível perceber que as revistas e os blogs de ambas as cidades se divergiam dos demais suportes em relação a regularidade de produção e tipo de conteúdo. As revistas têm aspectos de coluna social, como também não são diárias. Já os blogs não possuem rotina fixa de atualização e tem caráter opinativo. Portanto, não atendiam os

mapeamento totalizou 29 veículos distribuídos nas duas cidades, sendo 14 de Imperatriz (MA) e 15 de Araguaína (TO).

Por fim, para o desenvolvimento desse estudo foram selecionados os veículos que possuem uma rotina de produção de jornalismo autoral e local, focalizado em notícia e não no entretenimento. Dessa forma, o escopo dessa pesquisa possui 14 veículos de comunicação de distintos suportes, sendo 7 em Imperatriz (*TV Mirante, TV Difusora Sul, TVI Imperatriz, O Progresso, Imirante, Imperatriz Online e Correio Popular*) e 7 em Araguaína (*TV Anhanguera, TV Líder, TV Araguaína, TV Amazônia, Rádio CBN, Site Araguaína Notícias e site Fatos e Notícias*). Nesses veículos foram identificados 83 profissionais de comunicação que trabalham na redação, desde a apuração à execução das reportagens, sendo 29 de Araguaína (TO) e 44 de Imperatriz (MA).

Em Imperatriz (MA) foi comprovada a força da TV. As emissoras possuem o maior número de jornalistas, uma variação de 10 a 7 profissionais. Além disso, os suportes online e impresso apresentam as menores equipes da cidade. *O Progresso* possui apenas três profissionais na redação, isso talvez se reflète no enfraquecimento do suporte impresso na cidade e pelo fato de ele não ser um veículo que aderiu às redes sociais o que, conseqüentemente, poderia exigir a maior demanda de publicação de notícias. Atualmente, tanto a versão impressa, como o site, é atualizada apenas uma vez ao dia e com reprodução de conteúdo. Em relação ao suporte online, possui as menores equipes, geralmente com apenas um jornalista responsável pela produção para site e redes sociais.

Em Araguaína (TO) o cenário também é precário, visto que as emissoras de TV trabalham com uma equipe mínima, apenas a *TV Anhanguera* possui uma equipe estruturada e com divisão de funções claras, tendo 10 profissionais. As demais trabalham com o mínimo possível, chegando a ter apenas uma jornalista responsável por toda a produção da emissora, como é o caso da *TV Araguaína* que possui apenas uma jornalista que conta com o apoio de um cinegrafista e uma agência terceirizada de imagens. Outro fato curioso das emissoras de TV da cidade é a *TV Líder*, que atualmente não possui um programa da casa e aluga seu espaço para dois jornalistas independentes, que dividem equipamentos e alguns profissionais da área técnica. Os sites possuem equipes consideravelmente equilibrada e os proprietários estão envolvidos diretamente na rotina, diferente de Imperatriz (MA), que os jornalistas responsáveis pelos sites são

critérios propostos neste estudo. O último jornal impresso a circular em Araguaína (TO) foi O Norte, que atualmente atua no suporte online.

contratados e os proprietários não produzem conteúdo jornalísticos, cuidam apenas da administração.

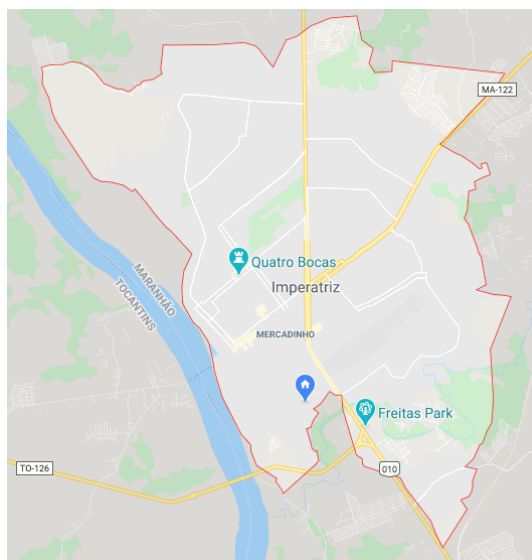
Uma vez desvendado o perfil dos veículos que fazem as coberturas locais e entendendo que, mesmo com particularidades, ambos apresentam a televisão como a mídia mais influente e algumas iniciativas menos estruturadas nos demais suportes, buscou-se saber mais sobre as relações desses profissionais e suas rotinas mediadas pelo WhatsApp. Deste modo as entrevistas foram conduzidas a partir de um roteiro temático assim organizado:

- I. **Orientações de uso:** Essa categoria buscou levantar que orientações foram repassadas para esses jornalistas para o uso da ferramenta, assim como o modo que ele organiza sua atuação no dispositivo. A proposta era enxergar o grau e comprometimento da empresa e do profissional no uso diário de aplicativo;
- II. **Vantagens e desvantagens:** Essa categoria teve o intuito conhecer como os profissionais se relacionam com a ferramenta e descobrir o que acreditam que melhorou e/ou piorou na rotina profissional;
- III. **Qualidade do conteúdo produzido pela ferramenta:** Essa categoria teve por objetivo compreender a opinião dos jornalistas sobre a interferência do WhatsApp em relação a qualidade do material por eles produzidos, a fim de entender se nas condições que o adotam isso resulta num material que consideram adequado.

As entrevistas ocorreram no período fevereiro de 2019 a março de 2020.

O universo da pesquisa

Figura 1 Imperatriz (MA).



Fonte: Captura de tela do Google Maps (2020).

1.1 Imperatriz (MA)

Imperatriz é a segunda maior cidade do Maranhão e está localizada a, aproximadamente, 700 quilômetros da Capital. Com forte influência da mídia televisiva – são quatro emissoras de TV com telejornais locais responsáveis pela produção de informações autorais –, a cidade possui produção noticiosa, que incluía, no período de finalização desta pesquisa, um jornal impresso com escrita autoral limitada – *O Progresso*–; seis rádios, cujo foco é a transmissão de música e entretenimento; e três únicos sites de notícia comercial, o *Imirante*, ligado à emissora afiliada da rede Globo; o *Imperatriz Online* e o *Correio Popular*, que passou por diversas mudanças durante sua história.

Dos veículos descritos a seguir, pode-se notar que apenas quatro usam o aplicativo com número comercial e alguns possuem grupos de notícias no aplicativo, conforme demonstra o quadro 1.

Quadro 1 WhatsApp institucional nos veículos de Imperatriz (MA).

VEÍCULO	WHATSAPP	GRUPO
TV Mirante	Pessoal	Não
TV Difusora Sul	Institucional	Não
TVI Imperatriz	Institucional	Não
Imperatriz Online	Institucional	Sim
Correio	Institucional	Não

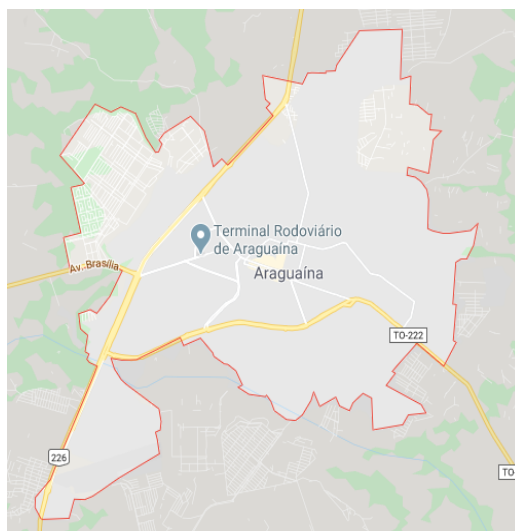
O Progresso	Pessoal	Não
Imirante	Pessoal	Sim

Fonte: As autoras (2020).

1.2 Araguaína (TO)

Araguaína é a segunda maior cidade do estado do Tocantins e a principal cidade da Região de Araguaína, que abriga cerca de 12,04% da mídia online de todo o Estado (ROCHA, 2018), tendo como característica o hiperlocalismo para a divulgação de notícias (ROCHA, 2015).

Figura 2 Araguaína (TO).



Fonte: Captura de tela do Google Maps (2020).

Está localizada a aproximadamente 380 quilômetros da capital, Palmas. A produção midiática da cidade é consideravelmente expressiva, são cinco canais de televisão com produção local; sete rádios locais, sendo que uma é caracterizada como *All News*, ou seja, uma programação totalmente voltada para notícias; e as demais voltadas para música e entretenimento. Na mídia online são três sites, sendo que um funciona como uma agência de imagens e informações de acontecimentos noturnos, que são repassados para os demais veículos de Araguaína e cidades vizinhas. Araguaína não conta com produção de jornal impresso diário. Mas, o *Jornal do Tocantins* iniciou sua trajetória em Araguaína, no entanto, atualmente é sua sede é apenas na capital. E o Site O Norte atuou até 2010 como um veículo impresso.

Entre os veículos identificados em Araguaína, seis possuem WhatsApp comercial que são divulgados para a audiência enviar sugestões de pauta. Destes, apenas o contato

da TV Líder fica sobre responsabilidade dos apresentadores, que divulgam o número de cada programa para sugestão de pauta. Os demais veículos *como TV Anhanguera, CBN, Araguaína Notícias e Fatos e Notícias*, o WhatsApp fica sob responsabilidade da equipe da emissora. Vale frisar que o portal *Fatos e Notícias* surgiu por meio de grupo de WhatsApp.

Conforme descrito a seguir.

Quadro 2 WhatsApp Institucional nos veículos de Araguaína (TO).

VEÍCULO	WHATSAPP	GRUPO
TV Anhanguera	Institucional	Não
TV Líder	Institucional	Não
TVI Amazônia	Pessoal	Não
TV Araguaína	Institucional	Não
CBN	Institucional	Não
Araguaína Notícias	Institucional	Sim
Fatos e Notícias	Institucional	Sim

Source: As autoras (2020).

Orientação de uso

A proposta dessa categoria era compreender se existia alguma orientação das empresas de mídia interioranas sobre a utilização do WhatsApp. A abordagem destacou a existência de um número/aparelho institucional e se havia normais relacionadas à linguagem e imagem, por exemplo, seja por meio do contato oficial dos veículos ou pelo contato pessoal dos profissionais.

Em Imperatriz (MA) dos setes veículos mapeados, quatro possuem conta comercial no aplicativo (*Difusora Sul, Imperatriz Online, TVI Imperatriz e Correio*); um já teve (*TV Mirante*) e dois nunca utilizaram o aplicativo com uma conta oficial (*Imirante e O Progresso*). Em um primeiro olhar, essa informação aparenta demonstrar interesse das empresas em profissionalizar e ordenar a utilização da ferramenta na rotina. Todavia as respostas dos comunicadores mostram que essa proposta é ineficiente, desgastante e às vezes até atrapalha.

Por exemplo, a *TV Mirante* teve contato comercial, mas a ferramenta se mostrou ineficiente devido ao excesso de mensagens e a falta de profissionais disponível para a filtragens das informações.

Esse WhatsApp demanda muito tempo, por que a todo momento chegava informações, de todo tipo de matéria. Só que tipo, você tinha que tá lá filtrando, em uma hora chegava cerca de cinco mil mensagens e tinha os grupos que eles adicionavam a gente, que tinham muito papo aleatório que não era interessante para a gente. Assim a produção acabou sentido que aquilo não fosse tão útil, já que a gente tinha outros meios de conseguir a informação, pois consumia bastante tempo e não ajudava da forma que pensávamos. (COMUNICADOR IMPERATRIZ 1, 2019 – Informação verbal).

A repórter do site *Imirante*, pertencente ao mesmo grupo da *TV Mirante*, sempre utilizou seu contato pessoal e argumenta que um número profissional apenas dificultaria o trabalho do jornalista. E ela ainda conta uma experiência vivenciada por uma colega para comprovar seu argumento.

Não tenho telefone corporativo, não sinto (falta). Quem tem aqui nem gosta, porque faz é atrapalhar ao invés de ajudar. A minha colega, por exemplo, optou por não ter porque tava dando era dor de cabeça. Todo mundo já sabe qual o número dela, aí ter um outro número que ninguém sabe. Enfim! Eu não sinto falta, na verdade, só o meu tá bom. (COMUNICADOR IMPERATRIZ 6, 2020 – Informação verbal)³.

A *TVI Imperatriz* não disponibiliza um aparelho para seus profissionais, mas sim um chip com acesso à internet e ligações ilimitadas. No entanto, não é uma ação padrão para todos os profissionais do veículo.

A repórter do *Correio* teve um posicionamento atípico aos seus colegas. No período da entrevista, o *Correio* tinha uma conta oficial no *app*, que ficava sobre responsabilidade do diretor que trabalhava repassando as informações à equipe de acordo com a necessidade de demandas, conforme relatado a jornalista e a pesquisa de Reino et al (2018). Mesmo assim, a jornalista adotou um contato profissional, por uma escolha pessoal, como forma de controlar o uso da plataforma no trabalho e foi a única que demonstrou, de maneira mais visível, a existência de uma sistematização da ferramenta, mesmo que partindo de uma iniciativa própria.

Em Araguaína (TO) o cenário é relativamente mais sistematizado em um primeiro olhar, dado que seis dos setes veículos mapeados possuem contato comercial. Mas, da

³ Entrevista concedida as pesquisadoras, no dia 28 de fevereiro de 2020, em Imperatriz (MA).

mesma forma que explanado em Imperatriz (MA), muitos dos profissionais de Araguaína (TO) consideram essa tentativa ineficiente ou não fazem o uso pleno.

A repórter da *TV Amazônia* (Único veículo de Araguaína sem conta institucional), reconheceu que já refletiu sobre a possibilidade de ter um número corporativo, porém, admitiu que acabaria não conseguindo administrar as duas contas e que por isso ela controla o atendimento na conta privada a partir do fluxo de demandas. Em contramão a maioria da amostragem da pesquisa, o repórter da *CBN*, que tem um aparelho do veículo, declarou que raramente o utiliza na sua rotina, mesmo isso implicando em gasto com internet. Para ele a comunicação com a fonte por meio do corporativo é fria, como também atrapalha na formação da sua rede de contatos. E curiosamente, ele ainda ressalta que no corporativo a fonte pode enviar uma demanda fora do seu horário de trabalho e ele não poderá responder, demonstrando nenhuma preocupação sobre extrapolar o horário de trabalho.

Uso o pessoal. Até tenho corporativo, mas acho o corporativo um pouco frio, porque a pessoa não olha a foto da gente, pensa que está falando só com a empresa e eu gosto de ter essa questão pessoal, porque quando sair daqui, vou levar as fontes... A pessoa tem o contato não só da rádio, ele vai ter o contato do profissional e até mesmo vou sair com minhas fontes, né. (COMUNICADOR ARAGUAÍNA 5, 2020 – Informação verbal)⁴.

Essa aproximação de jornalistas e fontes e, até uma agenda própria de contatos que são da carreira do profissional e não da empresa, não é uma novidade e integra a prática de profissionais, independentemente de grandes ou pequenas empresas ou de se disponibilizar de uma ferramenta digital ou um caderno de anotações de papel. O mais latente é que não há, pelo menos não de maneira espontânea, a reivindicação ou reflexão sobre os custos disso para o profissional.

A *TV Araguaína* é o veículo que retrata o pior cenário de desorganização do uso da ferramenta institucional de todo o estudo. A emissora se propõe a ter um WhatsApp, divulgado diariamente no jornal local como contato do setor de jornalismo, no entanto, o controle desse número é de responsabilidade de um funcionário do setor administrativo, que se voluntariou para exercer a atividade. Dessa forma, apesar de ser transmitido aos telespectadores como um canal de comunicação entre audiência e a redação, o contato é utilizado de maneira esporádica pela única jornalista do canal.

O portal *Fatos e Notícias* e o site *Araguaína Notícias* demonstraram utilizar a conta institucional como forma de sistematizar o conteúdo compartilhado por meio da

⁴ Entrevista concedida a autora, no dia 10 de março de 2020 em Araguaína – TO.

plataforma, seja para facilitar o contato com fontes, para estabelecer tempo de serviço ou para divulgação de links. O portal *Fatos e Notícias* funciona não apenas como site, mas também como uma agência de imagens e possui um programa de TV. Assim o WhatsApp profissional surgiu, após dificuldades em administrar essas as três atividades em um único número que pertencia ao proprietário. Cenário semelhante ao site *Araguaína Notícias*, que adotou o novo como forma de organizar o envio de links e horários, porém ainda mantém a divulgação do número do proprietário como sendo do veículo. Este fato retoma a questão apontada pela jornalista do site *Imirante*, de Imperatriz (MA), que ter um número do veículo, requer um período de adaptação.

A gente participa aí de uns 68 grupos, aí chegou o momento em que pessoas mandavam para gente mensagens e não dava para acompanhar, né! Algo importante não dá para acompanhar, teve vez que a parceira tinha que tá ligando, perguntando alguma informação, algum detalhe, algum complemento. Aí acompanhado isso surgiu aí esse novo número, e esse novo número é para tá atendendo as parceiras e também as empresas que patrocina o Portal e a TV. (COMUNICADOR ARAGUAÍNA 7, 2020 – Informação verbal)⁵.

Temos o número corporativo, que fica sob responsabilidade da minha sócia. E também meu número pessoal consta nos contatos do site, pois já era bastante conhecido e também muitos preferem saber com quem está falando no momento de fazer alguma sugestão de pauta. (COMUNICADOR ARAGUAÍNA 6, 2020 – Informação verbal)⁶.

Dessa forma, os dois veículos araguainenses que utilizam o aplicativo, com o mínimo de sistematização, ocorreu pelo interesse em compartilhar link, uma característica do jornalismo online (Guedes, 2018). Além disso, o contato dito como oficial dos veículos não é encontrado com facilidade. Em Araguaína (TO), apesar da expressividade de números comerciais, eles não são encontrados nos portais ou nas redes sociais dos veículos. Dos seis com número institucional, quatro não foi encontrado em nenhuma plataforma online, como é o caso *TV Anhanguera*, *TV Líder*, *TV Araguaína* e o *Fatos e Notícias*, em todos eles a divulgação ocorre apenas durante a transmissão dos programas na TV. As mídias imperatrizenses, apesar de em menor quantidade, apresentaram maior preocupação em tornar o WhatsApp acessível, visto que todas - exceto o *Correio* que desativou a conta no WhatsApp – disponibilizam o contato em suportes online, seja por meio de sites ou redes sociais.

Em suma, é notório que em nenhuma das duas cidades a utilização do WhatsApp é organizada e com orientações padronizadas aos profissionais. É notável perceber que

⁵ Entrevista concedida a pesquisadora, no dia 27 de fevereiro de 2020, por meio do WhatsApp.

⁶ Entrevista concedida a pesquisadora, no dia 16 de fevereiro de 2020, por meio do WhatsApp.

no caso deste estudo, a maioria dos veículos, mesmo os com número comercial do aplicativo, demonstram preocupação com o horário de funcionamento ou linguagem a ser usada. Nenhum, por exemplo, orienta seus funcionários sobre a escolha da imagem que usam como perfil. Diante deste cenário, cada jornalista acaba optando pelo que muitos descreveram como bom senso. Curiosamente, essa falta de bom senso foi identificada entre os entrevistados dessa pesquisa. Os jornalistas da *CBN* e da *TV Imperatriz*, ao serem questionados sobre possíveis constrangimentos causados por atendimento a fontes fora do horário de trabalho, devido à falta sistematização, admitiram não se incomodarem com isso e, possivelmente, eles que causam constrangimento às fontes. Principalmente se for uma fonte que ele tenha mais intimidade.

Na verdade, nos finais de semana eu mandava mensagem para as minhas fontes para ir antecipando um pouco a questão das pautas na segunda-feira. Já cheguei a mandar mensagem para fonte 11 horas da noite e ela me responder. [...] Então nunca tive esse problema com restrições de horários, o horário que dá certo a gente marca. (COMUNICADOR IMPERATRIZ 4, 2020 – Informação verbal).

Não, não me sinto constrangido, talvez eu possa constranger alguém. Mas procuro, tipo se eu tenho muita intimidade com a fonte, mando mensagem, sinto que a pessoa gosta, a partir de 7 horas da manhã até 19 horas, mando normal. Mando mensagem se a pessoa me responder, tudo bem. (COMUNICADOR ARAGUAÍNA 5, 2020 – Informação verbal).

No mais, mesmo sem nenhuma orientação estabelecida pelos veículos alguns dos profissionais alegaram terem preocupação com a linguagem, seja com o uso de abreviações ou *emoticons*, pois, segundo eles, essa é uma maneira de manter a relação mais profissional.

Em Imperatriz (MA), quatro dos sete entrevistados (*TV Mirante; TV Difusora Sul; Imirante e Correio*) priorizam utilizar uma linguagem mais formal. O editor e ex-produtor da *TV Mirante* ainda ressaltou que é difícil pensar num modo de uso comum, se a empresa não adota uma postura de interesse.

Já os jornalistas do site *Imperatriz Online, TVI Imperatrize* do jornal *O Progresso*, não têm tantas preocupações com a linguagem. Para os dois primeiros, o uso de abreviações ou *emotions* também são uma forma de expressão adequadas e depende da proximidade na relação jornalista-fonte. Essa fácil adaptação pode ser justificada pelo fato deles serem os mais jovens e com menos experiência de mercado. E para o profissional do jornal impresso, o mais velho do estudo, essa é uma linguagem que pode ser usada, porém é mais compreendida pelos jovens.

Na cidade tocantinense, também existe essa preocupação com a linguagem, contudo, de maneira menos expressiva. Visto que apenas três dos sete comunicadores alegaram não utilizar de artifícios do “internetês” (*TV Araguaína, TV Amazônia e CBN*), por acreditarem que esse tipo de linguagem empobrece o texto, como também pode causar vícios e perda de credibilidade. Os demais profissionais de Araguaína (TO), alegaram não ter nenhuma restrição em relação ao uso de abreviações, por exemplo, por entenderem que a plataforma permite e é uma linguagem já reconhecida.

Outro ponto que mostra o pouco profissionalismo no uso da ferramenta é a escolha da fotografia do perfil. Como a maioria usa seu próprio celular – mesmo com a existência de um contato institucional – e não possui nenhuma orientação da empresa relacionada a isso, acabam por eles mesmo escolhendo o que usar. Tanto em Imperatriz (MA) como em Araguaína (TO) houve um consenso entre os profissionais, em utilizar uma foto de caráter profissional que seja visível o rosto, que não ostente festas, bebidas ou o corpo.

É interessante observar que nenhum dos profissionais adotou um discurso crítico, sobre a essa falta de orientação da empresa. Os entrevistados banalizam a falta de apoio financeiro das empresas, seja na disponibilização de um aparelho ou chip, para fazer a utilização do WhatsApp, uma ferramenta demonstrada como essencial na rotina, mas que demanda investimentos ainda que mínimos, como planos de internet móvel ou acesso a wifi.

De maneira geral, também é perceptível a indiferença da maioria sobre a inexistência de separação entre trabalho e pessoal. Os jornalistas não enxergam esse cenário como precarização ou baixas condições de trabalho.

Vantagens e desvantagens do uso do aplicativo na rotina profissional

Com essa categoria o objetivou-se entender os pontos positivos e negativos da plataforma, compreendidos pelos profissionais. Nas duas cidades as principais vantagens do aplicativo são a praticidade e a instantaneidade, características da comunicação via aparatos tecnológicos proporcionados principalmente pelo uso da internet.

A jornalista da *TVI Imperatriz*, uma das mais jovens do escopo do estudo, destacou não saber como trabalhar com jornalismo sem o WhatsApp. Ressaltando, como o *app* se tornou um imprescindível para a rotina do jornalista. “Nem sei como que seria produzir pauta sem WhatsApp. [...] As pessoas são muito ocupadas e perderam o hábito de falar no telefone, então sempre tive muita dificuldade em marcar pauta e de produzir por ligação”. (COMUNICADOR IMPERATRIZ 4, 2020 – Informação verbal).

Além disso, demais relatos reafirmam a praticidade e a agilidade que a plataforma proporciona, tanto em Imperatriz (MA), como em Araguaína (TO). Os jornalistas ainda destacaram como esse contato ágil ajuda na comunicação entre a produção e repórter, com a divulgação de localidade ou novas informações sobre a pauta, além da facilidade de compartilhamento de documentos e o acesso a população.

Estou no carro e a outra pessoa tá passando ali (no WhatsApp) a informação, o endereço certinho [...] e isso ajuda bastante” (COMUNICADOR IMPERATRIZ 1, 2019 – informação verbal).

Facilitou o acesso a mais fontes, documentos e sugestões de pauta num menor espaço de tempo. também recebemos feedback do público, que interage com o portal. (COMUNICADOR ARAGUAÍNA 6, 2020 – informação verbal).

A agilidade do aplicativo também foi citada em relação ao tempo de resposta das fontes em comparação aos meios mais tradicionais, como telefone e e-mail. Apenas a jornalista do jornal *Correio Popular* não concordou que o aplicativo seja mais rápido que os meios tradicionais, como telefone. De acordo com a colocação dela, a resposta não é imediata. Outra vantagem apontada apenas pelos repórteres imperatrizenses, do jornal *Correio Popular* e do site *Imperatriz Online*, é a possibilidade de armazenamento de informações, que resguardam os profissionais sobre a veracidade daquilo que eles divulgam. Em relação as desvantagens os profissionais das duas cidades não foram tão congruentes, visto que dois dos sete entrevistados de Araguaína (TO) não indicaram nenhuma desvantagem no aplicativo, isto pode indicar falta de criticidade sobre a utilização da ferramenta. No entanto, de maneira geral, os pontos negativos para os profissionais dos dois municípios envolvem: a quantidade de informações, em paralelo aos riscos de *Fake News* e perda de credibilidade; e a pressão por agilidade.

O jornalista do site *Araguaína Notícias* ainda acrescenta como o excesso de demanda pode prejudicar o emocional, principalmente, em uma equipe reduzida que trabalha sobre pressão para atender diversas solicitações. Outro aspecto apontado pelos profissionais do *Correio*, *TV Difusora Sul* e *TV Mirante*, tem relação com as horas de trabalho que se tornaram maiores, de forma indireta, devido ao uso do WhatsApp na rotina profissional. Os jornalistas destacam que por ser uma ferramenta de contato menos formal com as fontes e com o fácil compartilhamento de número de contato, as fontes muitas vezes não entendem alguns limites, como o horário de trabalho dos jornalistas e, isto gera situações incômoda. Um possível reflexo da falta de sistematização e da cobrança pela informação em tempo real. A jornalista do *Correio*, como dito anteriormente, possui dois contatos de telefone, uma sendo utilizado o para trabalho. A

repórter declarou que a decisão de ter dois números surgiu a após diversas situações invasivas e incômodas.

Percebi ao longo disso que seria mais vantajoso pra mim ter esse número, eu já deixo claro que é um número profissional, já falo que estou online de tal hora a tal hora, já combino com a fonte direitinho, justamente pra não acontecer essa invasão. Porque como o WhatsApp é uma ferramenta informal, então às vezes as pessoas acreditam que tem uma intimidade que não existe. Então, gosto de manter esse número profissional justamente para evitar esse tipo de situação. (COMUNICADOR IMPERATRIZ 7, 2019 – Informação verbal).

Decisão semelhante à da profissional da *TV Líder* de Araguaína (TO), que também possui dois números, devido a situação incômoda causada, principalmente, fora do horário de trabalho⁷.

Dessa forma é perceptível que o WhatsApp é peça essencial da rotina dos jornalistas das duas cidades. No entanto, essas vantagens refletem diretamente no cotidiano do profissional, que apesar da promessa de praticidade do aplicativo, ele estimula maior quantidade de informações e a pressão pelo ritmo constante de atualização de notícias.

Quadro 3 Vantagens e desvantagens do WhatsApp.

VANTAGENS	DESvantagens
<ul style="list-style-type: none"> • Praticidade • Instantaneidade • Armazenamento • Portabilidade • Agilidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Excesso de dados • Fake News • Perda da credibilidade • Estresse

Fonte: As autoras (2020).

De maneira geral os jornalistas entrevistados apontam mais vantagens sobre o uso do WhatsApp, visto que a portabilidade e a multimídia do aplicativo são efetivamente ganhos que a ferramenta trouxe. Por outro lado, ninguém notou, de forma

⁷ É importante ressaltar que a Comunicadora Araguaína 2, trabalha como jornalista independente e loca espaço na TV Líder, que não possui programa da casa.

espontânea, a abordagem sobre precarização, tiveram dificuldades para entender ou indicar desvantagens.

Qualidade do conteúdo produzido pela ferramenta

A presente categoria procurou entender a opinião dos jornalistas sobre as implicações do WhatsApp na qualidade do jornalismo produzido pelos profissionais das duas cidades e, se eles consideram essa produção adequada.

Em Imperatriz (MA) houve um consenso entre os profissionais em relação ao WhatsApp interferir de maneira positiva no trabalho desempenhado por eles, em decorrências da praticidade e acesso a informações possibilitadas pelo *app* de conversa, como vídeos e imagens de telespectadores. Para eles as implicações do aplicativo ocorrem, majoritariamente, não nas próprias produções dos comunicadores, mas sim no mercado de comunicação de forma geral, que lida com pouca profundidade, sensacionalismo e *Fake News*. É notório que a responsabilidade de saber administrar e controlar as interferências do aplicativo na rotina produtiva recai sobre a ética do profissional.

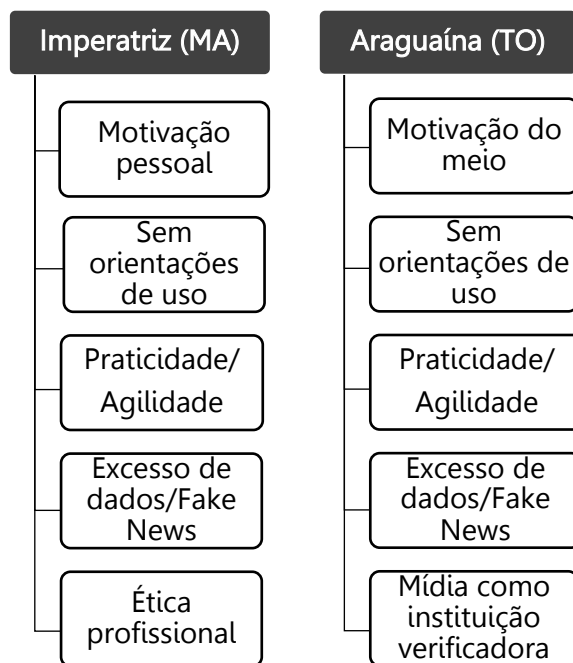
A discussão sobre essa interferência da qualidade mostrou-se ser sedimentada, ainda que sutilmente, na *TV Mirante*. Dado que o jornalista da emissora alegou que a redação discute sobre os cuidados para evitar o comodismo e não produzir conteúdo baseado apenas em dados recebidos via aplicativo. Os repórteres dos sites *Imirante* e *Imperatriz Online*, por consequência do suporte, são os que mais lidam com a instantaneidade da Era digital, tiveram posicionamentos que revelam como essa não é uma questão abordada com naturalidade entre os profissionais. O primeiro, alegou que o material perde qualidade devido cobrança por agilidade e o encurtamento dos textos, no entanto, reconheceu a dependência do aplicativo na sua rotina atual de trabalho, demonstrando como o possui um posicionamento antagônico. O segundo, ainda citou comodismo como um dos problemas do WhatsApp, mas reconheceu nunca ter refletido seriamente sobre o assunto, apesar de ainda ser um jornalista que está se formando na graduação, que naturalmente discute sobre o assunto, ainda que de maneira indireta.

Os profissionais de Araguaína (TO) tiveram um ponto de vista divergente dos maranhenses, dado que apenas os comunicadores da *TV Líder* e o do *Fatos e Notícias* apontaram interferências negativas do aplicativo na qualidade do jornalismo, mas da mesma forma que Imperatriz (MA), não refletem na qualidade do material produzido por eles. Para a jornalista da *TV Líder*, que trabalha a mais de 15 anos no ramo, o WhatsApp e as possibilidades de acesso a informação que ele oferece, eliminaram a oportunidade do jornalista de “dar o furo” da notícia, que apesar da produção mais detalhada sobre

os fatos, o jornalista atualmente retrata e complementa a informação, dentro dos moldes do suporte jornalístico. Os demais comunicadores apontaram somente benefícios na qualidade do jornalismo produzido por intermédio do *app* que de maneira ágil e prática, possibilita acesso a dados, informação e fontes.

Dessa forma, apesar da discordância de maneira geral sobre os aspectos positivos ou negativos na qualidade do jornalismo produzido via WhatsApp, para os profissionais imperatrizenses e araguaínenses, o aplicativo não interfere na qualidade do material produzido por eles e, nem mesmo é um concorrente, pois os veículos de mídia e os jornalistas possuem credibilidade e são a instituição verificadora da população, ainda que os fatos sejam divulgados primeiramente em grupos, por exemplo. Nenhum deles incluiu como impacto da ferramenta a diminuição das idas para o campo, entrevistar pessoalmente e averiguar as informações. Ademais percebe-se que a necessidade de uma produção ágil e prática sobrepõe-se aos questionamentos de qualidade, pois ainda que alguns tenham citado comodismo, *Fake News*, excesso de informações etc, a maioria destacou os benefícios da ferramenta para a rotina, independentemente das possíveis rupturas que elas causam na qualidade dos produtos jornalísticos, pois supre as necessidades de atualização intermitentes e camufla a falta de equipe.

Figura 4 Congruências e divergências entre Imperatriz (MA) e Araguaína (TO).



Fonte: As autoras (2020).

De maneira geral, a partir da Figura 4 é possível perceber como a maioria dos jornalistas das duas cidades se posicionam em relação as quatro categorias propostas nesse estudo.

Conclusão

Pelo teor do material, percebe-se que o uso do aplicativo WhatsApp está inserido na rotina produtiva dos jornalistas das cidades de Imperatriz- MA e Araguaína – TO. Porém, não há criticidade dos mesmos em relação a implicação desse fato nas rotinas produtivas. Em sua maioria, demonstra subserviência como categoria.

Ficou evidente, também, que as empresas de mídia em Imperatriz (MA) e Araguaína (TO) não têm se preocupado em sistematizar os modos de uso do WhatsApp por sua equipe de jornalistas, seja com orientações ou suportes no custo de sua manutenção.

Não ter um WhatsApp comercial, telefones próprios empresariais ou, mesmo linhas profissionais custeadas pelos jornais, implica em um custo para o profissional sem nenhum tipo de benefício direto. Mas, ainda assim, o jornalista se vê obrigado a ter um aparelho e um plano compatível para atender as demandas.

Também foi possível perceber que as mídias dos dois Estados trabalham com equipes reduzidas e com acúmulo de função. Visto que apesar de Araguaína (TO) possuir maior quantidade de mídia que Imperatriz (MA), a cidade tocantinense apresenta um número inferior de profissionais trabalhando em suas redações. De acordo levantamento feito nesse estudo, nos sete veículos mapeados em Araguaína (TO) trabalham 29 profissionais. Enquanto que em Imperatriz (MA), são distribuídos 49 profissionais em sete redações.

No entanto, isso não significa que a cidade não vivencie um cenário de crise. Apesar dos aspectos pontuais sobre o uso e os impactos do WhatsApp na rotina dos profissionais, a mídia de Imperatriz (MA) e Araguaína (TO) lidam de formas semelhantes com a ferramenta, a considerando indispensável ainda com impactos negativos que ela causa, em especial a vida particular do profissional que acaba por trabalhar 24 horas por diapor meio do aplicativo e utilizando equipamentos próprios. Embora os próprios jornalistas não cogitem de maneira geral a precarização e as más condições de trabalho, ocasionadas tanto pelo aplicativo como pelas questões empresariais do jornalismo, está clara que o WhatsApp surgiu na redação para camuflar a precarização e a baixa qualidade de vida dos profissionais dessas duas cidades de médio interior. Não se pode afirmar que esse é um cenário comum de toda mídia interiorana, mas de certo o cenário apresentado reflete na maioria das mídias brasileiras que lidam com a crise do jornalismo.

Referências

- AGNEZ, Luciana. A Convergência Digital na Produção da Notícia: Reconfigurações na rotina produtiva dos jornais *Tribuna do Norte e Extra*. 166f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal. 2011 Disponível em: http://www.cchla.ufrn.br/ppgem/wpcontent/uploads/2009/09/DISSERTACAO_Luciane-Agnez_final.pdf. Acesso em: 05 maio 2020.
- ASSIS, Francisco de. Por uma geografia da produção jornalística: a imprensa do interior. In: Congresso Brasileiro De Ciências Da Comunicação. XXXVI. Manaus/AM. Anais. Manaus: Intercom, 2013. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2013/resumos/R8-08102.pdf>. Acesso em: 7 jul. 2020.
- BARROS, Geraldo. BRAGAGNOLO, Cassiano. Os Ciclos Econômicos Do Município De Imperatriz/Ma: Um Resgate Historiográfico. In: Connepi, VII, [s.l.]. Anais: 2012.
- CHRISTOFOLETTI, Rogério. *A crise do jornalismo tem solução*. Barueri: Estação das Letras e Cores. 2019.
- DORNELLES, Beatriz. *O localismo nos jornais do Interior*. Revista Famecos, Porto Alegre, v. 17, n. 2. 2017. Disponível em: <http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/viewFile/8191/5880>. Acesso em: 7 jul. 2020.
- FERREIRA, Paula; LUZ, Cristina; MACIEL, Inês. As redes sociais como fonte de informações: o uso do WhatsApp como ferramenta de apuração da notícia (Rio de Janeiro, Brasil). In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXVIII, Rio de Janeiro. Anais. Rio de Janeiro, Intercom, 2015.
- GUEDES, Mariana. Temas em jornalismo digital: histórico e perspectivas. Curitiba: Intersaberes, 2018.
- IBGE. Cidades, 2010. Disponível em: <https://cidades.ibge.gov.br/>. Acesso em: 10 nov. 2019.
- MARTINS, Francisco; KAMIMURA, Quésia. Análise Da Ocupação Do Espaço Territorial Do Município De Imperatriz – MA. 2012. In: International Congresson University-Industry Cooperation, Taubate. Anais.
- MORAIS, Itamar. Araguaína (TO): Enquanto Cidade Média No Contexto Regional. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós Graduação em Geografia, Universidade de Brasília. 2014.
- MOREIRA, Sônia; DEOLINDO, Jacqueline. *Mídia, cidade e "interior"*. Revista Contemporânea. [s.l.], v. 1. n. 21. 2013 Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/contemporanea/article/view/6958>. Acesso em: 26 jun. 2020.
- PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia. O jornalismo em tempos de mudanças estruturais. *Intertexto*. v. 1, n.24, 2011. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/view/19208>. Acesso em: 11 jun. 2019.
- PERUZZO, Cecília. *Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências*. Comunicação & Sociedade. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp. v. 26, n. 43. 2005
- REINO, Lucas. BUENO, Thaisa. Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira. *Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação*, v. 5. 2018. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/15741>. Acesso em: 9 abr. 2019.

ROCHA, Liana. O Geojornalismo como modelo do sistema pós-indústria. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 35, 2015. Palmas. Anais. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-0713-1.pdf>.

Acesso em: 08 jun. 2020.

Webjornalismo hiperlocal: proposta de linha do tempo dos veículos on-line do Tocantins. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 41, Joinville. Anais. Joinville: Intercom. 2018. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2018/lista_area_DT7-GC.htm. Acesso em: 08 jun. 2020.

SILVA, Camilla. *WhatsApp escolhe Brasil para sua 1ª campanha publicitária mundial*. Tech Mundo. 2015. Disponível em: <https://bit.ly/2OUTb2E>. Acesso em: 15. abr 2020.

SPECHT, Patrícia. O impacto da interatividade via WhatsApp na produção noticiosa do jornal Diário Gaúcho. *Estudo em jornalismo e mídia*, v.15, n. 1. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/download/1984-6924.2018v15n1p40/37247>. Acesso em: 12 jun, 2020.

ABSTRACT:

This work seeks to understand how journalists, who work in newsrooms in the cities of Imperatriz (MA) and Araguaína (TO), use WhatsApp in their routine, and how this application interferes with their working conditions. The scope of the research selected 14 communication vehicles. Methodologically, this study is divided into three stages: an exploratory survey, semi-structured interviews, and comparative analysis. Among the conclusions, it is pointed out that the use of the WhatsApp application is part of the productive routine of journalists in the cities of Imperatriz-MA and Araguaína - TO. However, there is no criticality of them in relation to the implication of this fact in the productive routines. Most of them show subservience as a category.

KEYWORDS: Productive routine; Journalism; WhatsApp.

RESUMEN:

Este trabajo busca comprender cómo los periodistas, que laboran en redacciones de las ciudades de Imperatriz (MA) y Araguaína (TO), utilizan WhatsApp en su rutina, y cómo esta aplicación interfiere en sus condiciones de trabajo. El alcance de la investigación seleccionó 14 medios de comunicación. Metodológicamente, este estudio se divide en tres etapas: encuesta exploratoria, entrevistas semiestructuradas y análisis comparativo. Entre las conclusiones, se señala que el uso de la aplicación WhatsApp es parte de la rutina productiva de los periodistas en las ciudades de Imperatriz-MA y Araguaína - TO. Sin embargo, no hay criticidad de ellos en relación a la implicación de este hecho en las rutinas productivas. La mayoría de ellos muestran el servilismo como categoría.

PALABRAS-CLAVES: Rutina productiva; Periodismo; WhatsApp.