

WHATSAPP NA ROTINA DE TRABALHO DOS JORNALISTAS MARANHENSES: um estudo nas redações de Imperatriz

Thaís Cristina Bueno¹

Thays Assunção²

Lorena Lacerda³

Resumo

Esta pesquisa buscou entender como jornalistas que atuam em veículos tradicionais de Imperatriz, segunda maior cidade do Maranhão, utilizam o WhatsApp em sua rotina profissional e de que maneira isso interfere nas suas condições de trabalho. Para alcançar este propósito, realizamos um levantamento quantitativo das redações locais com produção noticiosa diária e uso do aplicativo seguida de entrevistas semiestruturadas com cinco jornalistas. Os resultados mostram que em jornais de redações menores o recurso muitas vezes é usado para camuflar condições precárias de trabalho, mas os profissionais quase não enxergam isso de maneira crítica e apontam apenas as vantagens ordinárias.

Palavras-chave: WhatsApp. Rotina produtiva. Imperatriz. Redação.

Ciberjornalismo

1

¹ Doutora em Comunicação pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS), Mestre em Letras pela Universidade Federal do Mato Grosso do Sul – Campus de Três Lagoas e professora permanente no Programa de Pós-Graduação em Comunicação – Mestrado, na UFMA. Coordena o Grupo de Pesquisa em Comunicação em Ciberultura (GCiber). E-mail: thaisabu@gmail.com. Orcid: <http://orcid.org/0000-0002-7048-3920>.

² Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Tocantins. Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (PPGCOM/UERJ). Mestre em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (PPGJOR/UEPG). E-mail: thays.jornalista@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6826-1096>

³ Jornalista formada pela Universidade Federal do Maranhão. Bolsista de Iniciação Científica (PIBIC) por três anos pelo Grupo de Pesquisa em Comunicação e Ciberultura do curso de Jornalismo da UFMA. E-mail: lorenallacerda@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4297-2444>

WHATSAPP IN THE WORK ROUTINE OF JOURNALISTS FROM MARANHÃO: A Study In The Journalistic Writing Of Imperatriz

Abstract

This research sought to understand how journalists working in traditional newsrooms in Imperatriz, the second largest city in Maranhão, use WhatsApp in their professional routine and how it interferes with their working conditions. To achieve this purpose, we conducted a quantitative survey of local newsrooms with daily news production and use of the application followed by semi-structured interviews with five journalists. The results show that in smaller newspapers the tool is often used to camouflage precarious working conditions, but professionals hardly see it critically and point out only the ordinary advantages.

Keywords: WhatsApp. Productive routine. Imperatriz. journalistic writing. Cyberjournalism.

2

Introdução

A prática do jornalismo, seja nos grandes veículos ou em redações menores, costumeiramente passa por transformações fruto da inserção de ferramentas tecnológicas na sua rotina de trabalho. Embora muitas dessas novidades tenham resultado em avanços importantes que impactam a produtividade, o alcance e a relação com seu público, também coube a essas a redefinição, nem sempre positiva, das condições de trabalho. Não à toa, a inserção de dispositivos digitais na rotina do jornalismo tem sido apontada como uma das condicionantes responsáveis para sua precarização, já que implica em redações mais enxutas, conteúdos pouco aprofundados, ampliação das horas de trabalho, acúmulo de funções, entre outras (DANTAS, 2014; FERREIRA, 2012; MIZUKAMI, REIA, VARON, 2014; FIGARO, 2013; DRUCK, 2011; MACIEL, 2003).

De tantos recursos que incidiram na prática jornalística, o WhatsApp foi um aplicativo que teve papel significativo. Lançado em 2009, vem sendo adotado nas redações de veículos de imprensa desde a apuração até a divulgação, promovendo desde uma impensável interação com a audiência até a adoção da plataforma como o principal recurso

para a distribuição do conteúdo (DORNELLES, 2016; CARNEIRO, 2016; BUENO, REINO, 2017; SPECHT, 2017; REINO et al., 2018).

De acordo com levantamento feito por Reino e Bueno (2017) sobre dispositivos móveis utilizados nos jornais brasileiros, o WhatsApp apareceu como o aplicativo mais comum nas redações naquela época. E apesar de ratificar seu uso em espaços jornalísticos de diferentes perfis em todos os Estados do país, os autores ponderaram que o jornalista brasileiro vinha usando o aplicativo de maneiras distintas, em especial nas cidades de interior, onde as redações são compostas por equipes reduzidas. Como lembra Sousa (1999), as normatizações e protocolos de uso contribuem para a profissionalização dos veículos, mas nem sempre são homogêneas, e por isso, por vezes, resultam em ações frágeis.

Nesse sentido, o presente trabalho teve como objetivo entender como os jornalistas que atuam nas redações de Imperatriz, a segunda maior cidade do Maranhão, utilizam o WhatsApp na sua rotina profissional e de que maneira sua adoção interfere nas suas condições de trabalho.

Trazer essa discussão e este olhar para a cidade de Imperatriz justifica-se, entre outras coisas, porque é o primeiro estudo específico sobre a adoção do Whatsapp no trabalho dos jornalistas de veículos tradicionais na cidade, e também traz uma atualização para um levantamento desenvolvido no âmbito do Grupo de Pesquisa em Cibercultura (GCiber) em 2013, que mapeou como as redes sociais de uma maneira geral estavam inseridas na rotina produtiva das empresas jornalísticas locais. Na época, o levantamento, que resultou na monografia intitulada “O papel das redes sociais na rotina produtiva das empresas jornalísticas de Imperatriz”, da estudante Carla Rejane Dutra, sob orientação da professora Thaísa Bueno, mostrou que a maioria dos veículos na época proibia o uso de redes sociais pela equipe jornalística na sua prática cotidiana de trabalho. Sete anos depois, a pesquisa aqui apresentada mostra uma realidade diferente.

Para tanto, foram investigadas as sete redações que produzem conteúdo jornalístico diário na cidade, incluindo suportes on-line, impresso e televisivo. Para dar conta do intento, o estudo mesclou métodos quali-quantitativos divididos em duas etapas: a primeira etapa, de caráter exploratório, corresponde ao mapeamento dos veículos e dos profissionais que trabalham em redações tradicionais da cidade e que usam o aplicativo na sua rotina; em seguida, uma etapa qualitativa conduziu entrevistas com jornalistas.

Dispositivos móveis, rotinas produtivas e condições de trabalho

O uso do WhatsApp na rotina jornalística faz parte do momento que Suzana Barbosa (2013) denomina como a quinta fase do jornalismo em redes digitais. Nessa fase, os dispositivos móveis (especialmente *smartphones* e *tablets*) são responsáveis pela reconfiguração da produção, distribuição, circulação e consumo de conteúdos informativos. São também os novos agentes de inovação das organizações de mídia ao possibilitar o surgimento de aplicativos (apps) que são usados para distribuir material exclusivo para o ambiente digital e com tratamento diferenciado (BARBOSA, 2013).

Sobre esse estágio do jornalismo calcado na mobilidade, Silva (2013, p.101) considera ser um modelo específico da prática jornalística (jornalismo móvel digital) que utiliza de tecnologias móveis digitais (celular, *smartphone*, *tablets*, *netbooks*, gravadores, câmeras digitais e similares) conectadas a redes de dados sem fio (3G, 4G, Wi-Fi, WiMax ou Bluetooth). O jornalismo móvel digital permite então que o repórter desenvolva as etapas de apuração, produção e distribuição das informações diretamente do local do evento. Em direção à uma chave explicativa, Silva (2016) explica o jornalismo móvel a partir de quatro dimensões: 1) produção jornalística; 2) consumo; 3) convergência/multiplataforma; 4) mobilidade expandida. A primeira compreende a infraestrutura móvel e redes sem fio usadas pelo jornalista no trabalho. A segunda refere-se a uma da produção específica para a circulação em mobilidade ou através de aplicativos específicos. No caso de ser um produto jornalístico autóctone para apps, Silva (2016) denomina de jornalismo em mobilidade. Já a terceira dimensão está associada às duas primeiras, considerando que a produção e o consumo estão vinculados à distribuição multiplataforma e inseridos no processo de convergência jornalística. Por último, a dimensão da mobilidade expandida, trata do contexto de incorporação da realidade virtual (RV) e do surgimento de narrativas em 360 graus. “Por trás dessas narrativas imersivas, estão as tecnologias da mobilidade na produção, no consumo e renovação da estruturação dos formatos de contar história” (SILVA, 2016, p.154).

Na dimensão da produção jornalística, o aplicativo para dispositivos móveis WhatsApp tornou-se o principal recurso técnico adotado na seleção e construção da notícia. Com uma tecnologia que permite enviar e receber informações de forma instantânea, a plataforma impulsionou novos hábitos e práticas nas redações, sendo uma delas a de

*gatewatching*⁴. Segundo Bruns (2011), esse modelo deixa de lado a estrutura hierárquica produtiva centrada nas empresas de mídia e estabelece um formato baseado na curadoria colaborativa de informações com os membros da audiência. “Os usuários encontram, compartilham, e (muitas vezes) comentam as informações e os eventos que têm valor como notícias; eles divulgam em vez de publicarem as matérias noticiosas” (BRUNS, 2011, p. 124). Dentro desse processo, os jornalistas profissionais continuam responsáveis pelo trabalho investigativo (envolvendo checagem e apuração das informações) e desenvolvimento de conteúdos jornalísticos originais.

Os autores Anderson, Bell e Shirky (2012), ao apontarem as mudanças na prática jornalística no contexto pós-industrial, também destacam a reconfiguração do papel do jornalista na cadeia produtiva. Para eles, “o jornalista já não produz observações iniciais, mas exerce uma função cuja ênfase é verificar, interpretar e dar sentido à enxurrada de texto, áudio, fotos e vídeos produzida pelo público” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2012, p. 43). Desse modo, a “apuração dos fatos”, mais do que o “furo”, passa a ocupar um lugar de destaque no jornalismo, pois é uma habilidade tácita própria do jornalista, que ninguém mais pode fazer.

De outro lado, a introdução do WhatsApp nas redações gerou uma dependência dos materiais que chegam pelo aplicativo e conseqüentemente reforçou o perfil do “jornalista sentado” (NEVEU, 2006; PEREIRA, 2004), que produz a maioria das notícias dentro das empresas, afastado do campo dos acontecimentos. “O ‘jornalista sentado’ não é mais o profissional que busca informações, mas o que compila a partir de um número infindável de fontes” (PEREIRA, 2004, p. 106). Essa condição faz parte de uma tendência do mundo atual do trabalho definida por Grohmann (2021) como a “plataformização do trabalho”. Segundo o autor:

[...] falar em plataformização do trabalho é, por um lado, compreender as atividades de trabalho mediadas por plataformas digitais – que podemos sintetizar como trabalho em plataformas ou trabalho plataformizado – o que significa depender, em menor ou maior grau, de mediações algorítmicas e os modos de circulação de dados, que estão envoltos nos processos produtivos e comunicacionais das plataformas (GROHMANN, 2021, p.169).

⁴ Conceito para o processo de edição de conteúdo jornalístico baseado na superação da ideia de gatekeeping (seleção do que vai ser noticiado de acordo com o calor-notícia). No modelo de *gatewatching*, o público é ativo na definição do que será publicado (BRUNS, 2005).

A crescente dependência das plataformas digitais para exercer as atividades profissionais acaba reforçando o cenário de precarização do trabalho dos jornalistas, caracterizado, entre outros fatores, pelo aumento da intensidade do trabalho, multifuncionalidade, demissões, vínculos precários, altas jornadas de trabalho, assédio moral, baixos salários, instabilidade e insegurança na profissão, aumento do trabalho freelancer, proliferação das contratações como Pessoa Jurídica, poucos benefícios, feminização e juvenilização (NICOLETTI, 2019).

Quando olhamos para o jornalismo praticado nos pequenos e médios centros urbanos brasileiros, a precariedade do trabalho ganha ainda mais força devido ao tamanho reduzido das equipes e a pouca estrutura operacional das redações para a produção das notícias. É então que o WhatsApp passa a ser adotado como uma alternativa mais econômica para conseguir e apurar informações. Um exemplo disso foi encontrado por Deolindo (2016) em seu estudo sobre o negócio da mídia no interior fluminense. A pesquisadora percebeu que os *sites* de notícia, principalmente os independentes, costumavam atuar em rede por meio de grupo de WhatsApp que reúne jornalistas do interior para troca de conteúdo, por não possuírem uma estruturação capaz de atender as demandas da comunidade.

6

O universo da pesquisa e percurso metodológico

Imperatriz é a segunda maior cidade do Maranhão e está localizada a aproximadamente 700 quilômetros da Capital, São Luís. Com forte influência da mídia televisiva – eram no período da pesquisa três emissoras de TV com telejornais locais as responsáveis pela produção de informações autorais. A cidade mantinha também dois jornais impressos com escrita autoral limitada – *O Progresso e Correio Popular* –; sete rádios, cujo foco é a transmissão de música e entretenimento; e dois únicos *sites* de notícia comercial, o *Imirante* (www.imirante.com), cuja equipe conta com um único profissional; e o *Imperatriz Online* (www.imperatrizonline.com), com dois profissionais e publicações que priorizam o entretenimento. Para fins didáticos, o Quadro 01 descreve um pouco mais os veículos que fizeram parte do levantamento geral da pesquisa.

Quadro 1. Veículos selecionados para a pesquisa

Veículo	Número de profissionais	Uso de Whatsapp
Mirante (TV)	9	Particular

Difusora Sul (TV)	10	Comercial
Nativa (TV)	7	Particular
Correio Popular (Impresso)	7	Comercial
O Progresso (Impresso)	3	Particular
Imperatriz Online (Site)	3	Particular
Imirante (Site)	1	Particular

Fonte: As autoras (2020)

Dos veículos descritos, pode-se notar que apenas dois usam o aplicativo com número comercial. Na *TV Difusora*, o WhatsApp da emissora fica sob a responsabilidade dos produtores e ao fim de cada edição é feita a chamada para que os telespectadores enviem suas dúvidas e sugestões de pautas para a redação por meio do contato. Já no *Correio Popular*, o WhatsApp é administrado pelo diretor do jornal que trabalha repassando as informações para os demais membros da redação. Em todas as outras, cabe a cada jornalista administrar, do modo que considerar mais adequado, seu próprio número de celular.

Inicialmente o estudo adotou o mapeamento das redações da cidade que mantinham produção diária de notícias e quais usavam o aplicativo. Ao todo foram identificadas sete redações de Imperatriz: duas no suporte impresso (*Correio Popular* e *O Progresso*), três de televisão (*Mirante*, *Difusora* e *Nativa*) e duas de jornalismo on-line (*Imirante* e *Imperatriz Online*). Por meio de estudo exploratório, foram rastreados profissionais que trabalham nesses veículos e seus respectivos cargos. Dessa forma, foi selecionado um profissional de cada redação, priorizando aqueles com cargos relacionados principalmente à produção, já que foi possível perceber em análise prévia, que geralmente a equipe de produção é a responsável pelo WhatsApp. Assim, os profissionais foram selecionados a partir dessa relação com o *app*. Do quadro total de veículos, as emissoras de rádio foram excluídas por não produzirem conteúdo noticioso autoral. Com relação ao número de entrevistados, priorizou-se um representante de cada veículo, entendendo que boa parte das perguntas contemplavam o modo como a empresa orientava seus profissionais e não especificamente como cada profissional conduzia o seu uso de maneira particular. Deste modo acreditamos que um representante de cada veículo nos permitiria enxergar o universo jornalístico local, já que todos os veículos com produção noticiosa foram contemplados, e o profissional entrevistado poderia descrever a rotina geral da empresa.

Os entrevistados estão identificados de acordo com o cargo e o veículo no qual trabalham (Quadro 2).

Quadro 2 – Agentes do estudo

CODINOMES
Produtor/Difusora
Repórter/ItzOnline
Repórter/Progresso
Editor/Mirante
Repórter/Correio

Fonte: As autoras (2020)

As entrevistas de caráter semiestruturado (SILVA et al., 2006) seguiram um roteiro temático dividido em quatro categorias:

- I. Inserção do WhatsApp na redação: buscou entender quando e como o WhatsApp começou a ser usado na rotina dos jornalistas a fim de conhecer as motivações e os modos como o aplicativo entrou na rotina de trabalho;
- II. Orientações de uso: buscou levantar que orientações foram repassadas para esses jornalistas para o uso da ferramenta;
- III. Vantagens e desvantagens: 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;
- IV. Qualidade: essa categoria teve por objetivo compreender a opinião dos jornalistas sobre a interferência do WhatsApp em relação a qualidade do material por eles produzido. No Quadro 3 tem-se a descrição mais detalhada das perguntas que compuseram o roteiro.

Quadro 3 - Perguntas que compuseram o roteiro de entrevistas

- 1 – Quando o veículo passou a utilizar o WhatsApp na rotina?
- 2 – Adota-se um número comercial específico para o veículo?
- 3 – De um modo geral, você percebe que na apuração o tempo de resposta é mais rápido que meios tradicionais, como telefone e e-mail? Comente.
- 4 – Há alguma orientação da empresa com relação ao uso do aplicativo, como restrições com linguagem/imagem/horário? Explique.
- 5 – Você já viveu ou conhece relatos de colegas que já viveram situações de incômodo por causa do WhatsApp na sua rotina de trabalho? Comente.
- 6 – Como é o processo de verificação das informações recebidas via WhatsApp?
- 7 – A empresa participa de grupos de Whatsapp específicos, voltados para a rotina, como por exemplo polícia, bombeiros e outros? Explique.
- 14 – Na sua avaliação o WhatsApp melhora ou piora a rotina do jornalista na sua empresa? Sente que o trabalho fica precarizado? Comente
- 15 – Como você enxerga a interferência do WhatsApp na qualidade do jornalismo que a sua empresa pratica?

Fonte: As autoras (2020)

As entrevistas ocorreram no período de 22 de fevereiro a 23 de março de 2019, tendo aproximadamente 30 minutos de duração para cada uma.

Achados da pesquisa

Primeiramente, o levantamento confirmou o uso do WhatsApp: todas as redações admitiram que a ferramenta fazia parte da rotina. O resultado ratifica outros estudos nacionais sobre como o aplicativo faz parte da prática de trabalho, como já discutido em Bueno e Reino (2017), com um estudo nacional sobre o uso da ferramenta nos principais veículos impressos brasileiros; Silva e Oliveira (2017), Specht (2017), Holanda, Machado e Muniz (2016), com casos em redações de Mato Grosso do Sul, Rio Grande do Sul e capitais do Nordeste, respectivamente. Além disso, ratifica também a popularidade da ferramenta e seus impactos no jornalismo, assunto também debatido com autores como Fausto Neto (2011), Jarvis (2006), Lemos (2002), Chinem (2003), Leal e Rocha (2003), só para citar alguns. Isso mostra que mesmo no jornalismo do interior o recurso integra a prática profissional.

Outro ponto a ser destacado é que a ferramenta não é adotada de modo sistematizado, tanto que apenas na *TV Difusora* há uma organização de procedimentos. O fato de não adotarem um modo sistemático de uso, como por exemplo, horário de funcionamento, identificação do jornalista como funcionário da empresa, ou modo de apresentação em horário de expediente, como por exemplo, acontece nos serviços pelo aplicativo de atendimento na *Folha de S. Paulo* e no *Estado de S. Paulo* (BUENO & REINO, 2017), demonstra pouca preocupação da empresa com a inclusão da ferramenta como recurso de atuação. Na *TV Mirante*, por exemplo, em 2014 a emissora teve um WhatsApp comercial, no entanto, a ideia durou pouco tempo devido ao grande fluxo de material recebido e o tempo gasto na filtragem. Isso levou a empresa a descartar a proposta de um número comercial, já que exigiriam investimento em equipe de monitoramento, e incentivar seus repórteres e equipe a usar o número pessoal na rotina produtiva. Ao tratar da crise no jornalismo, Christofolletti (2019) comenta que empresas menores recorrem a artifícios técnicos para reduzir custos, repassando à equipe a responsabilidade de manter e administrar saídas para cumprir as atividades. Sobre as perspectivas dos profissionais, o roteiro da entrevista mostra mais detalhes desse processo.

10

I. Inserção do WhatsApp na redação

Os cinco entrevistados apontaram que o fato ocorreu entre os anos de 2013 e 2014, mas as motivações para o uso incidiram de maneiras distintas. Alguns iniciaram por incentivo do próprio veículo, como é o caso do *Produtor/Difusora*, em que a coordenadora do setor de jornalismo da emissora incentivou o uso. “Foi incentivado que a equipe toda tivesse uma rede de contatos, inserida em grupos de WhatsApp para não perder furos de reportagem. (*Produtor/Difusora*, 2019 – Informação Verbal). A explicação mostra que, independentemente das condições de trabalho, o jornal tem preocupações com a instantaneidade.

Entretanto, alguns tiveram o contato com o aplicativo, primeiramente, na rotina pessoal e em seguida no trabalho. Como é o caso do jornalista do site *Imperatriz Online*, o mais jovem dos cinco entrevistados, que desde a época da universidade utiliza o aplicativo para facilitar sua rotina. “Desde quando entrei na faculdade, pela facilidade de conseguir informações, porque é um meio que a gente usa hoje para conseguir as coisas” (Repórter/*ItzOnline*, 2019 – Informação Verbal)³.

Contudo, esse cenário é diferente em relação aos mais experientes, como exemplo, o repórter do jornal O Progresso, o mais velho dos cinco entrevistados, destacou a resistência em utilizar o WhatsApp na sua rotina profissional.

Fui um dos que resistiu muito, até que chegou o dia de receber uma bronca, (...) o meu [celular] até então, era uma “peba”, só tinha mesmo a opção de recebe e fazer ligação. Mas, meus colegas me avisaram, “Moço se atualiza, tem o WhatsApp não?”. E eu nem sabia o quê era (Repórter/Progresso, 2019 - Informação verbal)⁴.

Dessa forma, percebe-se como o WhatsApp foi adotado no mesmo período pelos jornalistas dos diversos meios de comunicação da cidade. Quase sempre a empresa incentiva o uso do aplicativo, por facilitar e agilizar o trabalho, mas não disponibiliza um número comercial ou oferece algum bônus de uso para o trabalho. Ter um número pessoal para apuração implica em no mínimo um gasto do jornalista com um bom aparelho de celular e, por vezes, uma conta que cubra os gastos com internet. Organizar uma conta do veículo significa investir em pessoal, inclusive, por conta do fluxo de informação.

11

II. Orientações de uso

De um modo geral o que se percebe nos veículos analisados é que há um incentivo no uso do aplicativo entre os jornalistas, ainda que não se tenha nenhuma orientação sobre destacar que este tem sido usado em ambiente de trabalho, deixando ainda muito truncado o que é pessoal do que é profissional na prática. Embora um manual de orientações formais sobre o uso do WhatsApp nas empresas ainda seja pouco usual – Carramenha et al. (2015) – é notável perceber que no caso deste estudo nem mesmo os veículos com número comercial do aplicativo demonstram essa preocupação. Diante deste cenário, cada jornalista acaba optando pelo que muitos descreveram como bom senso. Mesmo assim, dos cinco entrevistados, três alegaram terem preocupação com a linguagem.

Prefiro a linguagem escrita, mais formal possível, especialmente quando entro em contato com as fontes, é questão de me adequar, usa a língua portuguesa, não daquela formalidade excessiva, mas usando os devidos termos e evitando abreviações. Acho que isso mantém uma postura profissional (Produtora/Difusora, 2019 – Informação Verbal).

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. “Aqui tem grupos,

algumas pessoas conversam de maneira informal e outras acham, que no caso eu faço parte desse grupo, que preciso de uma informação que seja oficial, sem abreviar e sem *emoticons*” (*Editor/Mirante*, 2019 – Informação Verbal)⁵.

O Repórter do *Correio Popular*, ressaltou que para ele essa preocupação com o uso da linguagem pode gerar uma imagem ruim inclusive fora da rede.

Nunca faço uso de nenhuma linguagem que seja informal, seja por telefone, por e-mail, WhatsApp, pode ser qualquer meio, sempre mantenho aquela postura de jornalista, de escrever tudo direitinho, sem vícios de linguagem, *emoticons*, como eu faria com e-mail oficial (...), tudo isso conta muito para credibilidade profissional (Repórter/Correio,2019 – Informação Verbal)⁶.

Já os jornalistas do *site Imperatriz Online* e do jornal *O Progresso*, não têm tantas preocupações com a linguagem. Para o primeiro, o uso de abreviações ou *emoticons* também são uma forma de expressão adequadas. O assunto ainda não está sedimentado e, embora a ferramenta simule uma conversa oral e até estimule códigos de imagem entre as formas de expressão, ainda há dúvidas sobre qual seria uma postura adequada na linguagem do WhatsApp em empresas.

Outro ponto que mostra o pouco profissionalismo no uso da ferramenta é a escolha da fotografia do perfil. Como a maioria não tem um número do veículo e usa seu próprio celular e conta de telefonia móvel acabam por eles mesmo escolhendo o que usar. “Assim, não coloco foto que cobre muito meu rosto, por que as pessoas vão olhar e dizer: quem é esse menino?” (*Repórter/ItzOnline*, 2019 – Informação verbal).

Esse também é um cuidado do jornalista da *TV Difusora Sul*: “Geralmente, uso minha foto pessoal, só eu. Apesar de ser casado, às vezes prefiro não colocar foto de casal, até penso em trocar porque é meu número pessoal, mas não é todo mundo que te conhece” (*Produtor/Difusora*, 2019 – Informação verbal).

A escolha por não adotar uma orientação de uso do recurso pela equipe leva a não padronização de práticas e isso interfere diretamente na imagem do veículo. Ao discutir o assunto e propor, inclusive uma apostila de uso do Whatsapp para assessorias de imprensa, Pimentel (2017, p. 5) destaca que “Um dos problemas de deixar seus funcionários usarem seus próprios números de telefone para se comunicar com os clientes é a falta de identificação do próprio cliente com a marca”. Embora a reflexão do autor seja focada em empresas de assessoria de comunicação e não em veículos tradicionais de mídia, seu raciocínio contribui para a pensar a realidade das rotinas na imprensa local, já que na sua

totalidade os veículos não demonstram preocupação com essa prática e cada jornalista faz uso conforme sua própria experiência.

Vantagens e desvantagens

Para os jornalistas de Imperatriz que participaram da pesquisa, as principais vantagens do aplicativo são a praticidade e a instantaneidade, características da comunicação via aparatos tecnológicos. Os cinco jornalistas entrevistados apontaram que a agilidade de obtenção de informações é a principal qualidade do aplicativo. “Melhorou na questão da rapidez das notícias. O WhatsApp dá notícia praticamente na hora”, (*Repórter/Progresso*, 2019 – Informação verbal).

Os entrevistados 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. “Estou no carro e a outra pessoa tá passando ali (no WhatsApp) a informação, o endereço certinho (...) e isso ajuda bastante” (*Editor/Mirante*, 2019 – Informação verbal).

Além disso, 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 o jornalista do jornal *Correio Popular* não concordou que o aplicativo seja mais rápido que os meios tradicionais, como telefone. De acordo com a colocação dele, a resposta não é imediata: “Telefone sempre é mais rápido, porque a pessoa não responde imediatamente pelo WhatsApp, às vezes você manda mensagem, a pessoa visualiza e não responde. Ou não visualiza” (*Repórter/Correio*, 2019 – Informação verbal). Contudo, o jornalista reconhece que muitas vezes as fontes pedem que ele entre em contato por meio do aplicativo.

Mesmo com os depoimentos positivos, percebemos que a agilidade na obtenção de informações conferida pelo WhatsApp é uma característica motivada pelas condições laborais precarizadas ou mais intensas em que os jornalistas precisam produzir em um curto espaço de tempo várias matérias. Devido a isso, Nicoletti (2019) comenta que se cria uma desvalorização do cuidado com a qualidade da informação jornalística.

Quanto maior o imediatismo estimulado pelas organizações jornalísticas, mais o profissional estará exposto a situações de risco, deslizos e falhas de avaliação, além de passar a produzir notícias superficiais ou baseadas unicamente em fontes oficiais. Na prática, isto significa coberturas iguais em diferentes veículos, falta de senso crítico, apuração criteriosa e

manipulação da informação oferecida ao público (NICOLETTI, 2019, 65-66).

Entre as desvantagens aparece o excesso de informação. Como aponta a jornalista do *Jornal Correio Popular*. “(...) circula muitas informações e pelo WhatsApp é muito difícil saber o que é real, o que não é. Aí esse trabalho triplicado de conferir, checar” (Repórter/Correio, 2019 – Informação Verbal). A produtora da *TV Difusora Sul* também confirma essa situação: “É uma ferramenta maravilhosa, mas também é cansativa, porque você tem que filtrar” (Produtora/Difusora, 2019 – Informação Verbal).

Outro aspecto apontado por três dos cinco entrevistados, entre eles os profissionais de *Jornal Correio*, *TV Difusora Sul* e *TV Mirante*, tem relação com as horas de trabalho que se tornaram maiores. Os jornalistas destacam que por ser um recurso de contato menos formal com as fontes muitas vezes não entendem alguns limites, como o horário de trabalho dos jornalistas e isso gera situações incômodas. “(...) prejudica no sentido de que você vira jornalista em tempo integral, em todo momento do teu dia tem pessoas que te mandam mensagens, tem pessoas que pedem coisas. Então, você trabalha o dia todo e isso é muito ruim” (Editor/Mirante, 2019 – Informação verbal).

Essa saturação do horário de trabalho do profissional por meio do uso do WhatsApp se configura como uma precariedade laboral que aparece imbricada com a responsabilidade social de informar. As organizações se utilizam do profissionalismo dos jornalistas de informar o público sobre pautas relevantes como uma estratégia de dominação empresarial para mantê-los atentos em tempo integral as informações que chegam pelo aplicativo (NICOLETTI, 2019).

III. Qualidade

Quando questionados sobre como o WhatsApp interfere na qualidade do jornalismo, os cinco jornalistas apontaram que essa interferência vai depender do próprio profissional. Tal como destacou o jornalista do jornal *O Progresso*: “[...] é muito relativo. Acho que quando a pessoa está preparada e dedicada para o que quer fazer, ela não fica dependendo apenas do WhatsApp” (Repórter/Progresso, 2019 – Informação verbal).

O jornalista do *Correio Popular* também fez uma ponderação semelhante:

Acho que só se o jornalista permitir, porque pra mim a tecnologia é uma coisa que vem auxiliar a gente. [...] Então, vai muito de como o jornalista

utiliza, porque acho complicadas essas coisas de generalizar, que piora ou não piora, mas pra mim é um meio prático, inovador e utilizo para melhorar o meu trabalho, não para piorar (*Repórter/Correio*, 2019 – Informação verbal).

O jornalista da *TV Mirante* ainda acrescenta que o comodismo influenciado pelo uso do WhatsApp é assunto de discussão na emissora. “Às vezes só WhatsApp acomoda a gente pela facilidade. E na redação a gente discute muito sobre isso, para evitar fazer essas coisas de fazer só notícinha, usar só imagem da internet” (*Editor/Mirante*, 2019 – Informação verbal).

Autores como Ramonet (1999) Moretzsohn (2002), Mielniczuk (2003), Ferrari (2003), Sodré e Paiva (2011), Lima (2010) entre outros, já ponderaram sobre como condições de produção, focadas na instantaneidade, em geral influenciadas por aparelhos digitais e seu compartilhamento via celular, mudam forçosamente as condições de trabalho e atingem da produção à divulgação de informações. Martinez (2007), por fim, destaca que de certo modo, por pressão por instantaneidade, as condições de produção acabam por refletir, muitas vezes, em um conteúdo fraco. Como explica, a supervalorização dos *softwares*, populares entre os novos jornalistas, a maioria pouco experientes, acaba levando a uma forma de produção em escala, de pouca profundidade.

Importante destacar que nenhum entrevistado ressaltou a distância do acontecimento, já que a apuração ficou quase que totalmente pelo WhatsApp, ou se sentiu refém da fonte, já que a matéria fica quase totalmente dependente de declarações, como uma desvantagem da tecnologia. Também não veem o uso do aplicativo, do modo como é usado no seu dia a dia, como reflexo da precarização da profissão.

Considerações finais

Em sete anos a relação das empresas de jornalismo de Imperatriz com as redes sociais mudou drasticamente – estudo de Duarte (2013), como ponderado na introdução do artigo, mostrou que naquela época os veículos proibiam seus funcionários de usarem as redes na sua rotina. Mesmo assim, o levantamento aqui descrito, que olhou mais pontualmente para o papel do Whatsapp na prática de trabalho dos veículos locais, mostra que sua inserção não foi planejada estrategicamente e, por fim, acabou sendo usada, em alguns casos, para sanar problemas de investimento e camuflar condições precárias de trabalho.

Inclusive, vale ponderar que, diferentemente de outras tecnologias, que precisam de mais investimentos e com isso distanciam ainda mais a relação de proximidade entre as rotinas de grandes veículos e de empresas pequenas, o aplicativo parece ser bem igualitário. Mas a equanimidade termina na sua adoção, porque na aplicação cotidiana o resultado confirma a precarização das rotinas em veículos menores e ratifica discussões em torno das dificuldades que a profissão enfrenta atualmente.

As empresas de mídia em Imperatriz não têm se preocupado em sistematizar os modos de uso do WhatsApp por sua equipe, nem mesmo investindo ou ajudando no custo de sua manutenção. Essa realidade confirma a percepção de Silva (2016) ao afirmar que nem todas as organizações jornalísticas estão preparadas para trabalhar com a cultura do jornalismo móvel, investindo ou desenvolvendo estratégias de inovação.

Mas se isso parece ser uma prática que o aplicativo não trouxe ou um ônus exclusivo da rotina jornalística, o que chama atenção também é o fato de que os jornalistas, de maneira espontânea, costumemente apontam apenas os avanços que o recurso trouxe. Agilidade, proximidade, ampliação de fontes são justificativas frequentes quando questionados sobre como o WhatsApp impactou no seu trabalho. Há poucas críticas, inclusive, com relação ao tempo, a não ser em casos em que é instigado a pensar nas desvantagens. Mas, substancialmente, não há ponderações sobre os investimentos recaírem exclusivamente sobre o profissional.

Mesmo apresentando depoimentos de jornalistas de uma única cidade do Maranhão, os resultados revelam características do uso do WhatsApp que podem ser discutidas em outras realidades do Brasil ou até mesmo em futuros estudos comparativos sobre a precarização do trabalho jornalístico e “plataformização do trabalho” no contexto das redações do interior do país. Considerando também que estudos sobre o aplicativo em empresas jornalísticas localizadas fora dos grandes centros urbanos não são tão frequentes no campo do Jornalismo, esta investigação contribui para compreender melhor as especificidades que permeiam o emprego da ferramenta digital fora das lógicas produtivas das grandes redações.

Referências

Anderson, C.; BELL, E.; SHIRKY, C. Jornalismo pós-industrial: Adaptando-se ao presente. **Revista de Jornalismo ESPM**. São Paulo, v. 5, p. 30 – 89, abr. 2012.

BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: Canavilhas, J. (Org.). **Notícias e mobilidade**, Covilhã: Labcom, 2013, p. 33-54.

BASTOS, H. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**. Santa Catarina, v. 9, p. 284 – 298, jul. 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2012v9n2p284/23346>. Acesso em: 01 set. 2020.

BRUNS, A. Gatekeeping, Gatewaching, realimentação em tempo real: novos tempos para o Jornalismo. **Revista Brazilian Journalism Research**. São Paulo, v. 2, p. 119 – 140, abr. 2011. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342/315>. Acesso em: 01 set. 2020.

BRUNS, A. **Gate watching**: Collaborative online news production. New York: Peter lang, 2005.

BUENO, T. Utopia digital: Repensando o papel revolucionário das novas tecnologias em redações de jornais do interior. **Revista Cambiassu**. São Luís, n.11. p. 128 – 137. jul. 2012. Disponível em: <http://www.thaisabueno.com.br/wp-content/uploads/2015/11/utopia.pdf>. Acesso em: 11 jun. 2019.

DUTRA, C. R. **O papel das redes sociais na rotina produtiva das empresas jornalísticas de Imperatriz**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso. (Graduação em Comunicação Social - Jornalismo) - Universidade Federal do Maranhão.

CARNEIRO, C. G. P. Adaptações Midiáticas ao Fluxo de Informações no Século XXI: WhatsApp na Redação de Jornal Impresso. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXXIX, 2016, São Paulo. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2016. p. 1-13. Disponível em: https://portalintercom.org.br/anais/nacional2016/lista_area_DT1-TJ.htm. Acesso em: 14 nov. 2021.

CARRAMENHA, B.; CAPPELLANO, T.; MANSI, V. **Comunicação com empregados: a comunicação interna sem fronteira**. Jundiaí: Editora In House, 2013.

CHAGAS, L. J. Gatewaching e curadoria colaborativa na seleção das fontes populares pelo radiojornalismo da BandNews Rio FM. **Revista Brazilian Journalism Research**. [s.l.], v. 3, p. 934-953. DOI: 10.25200/BJR.

CHINEM, R. **Assessoria de Imprensa: Como Fazer**. São Paulo: Summus, 2003.

CHRISTOFOLETTI, R. **A crise do jornalismo tem solução?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2019.

DANTAS, J. B. A. **Perspectivas da prática profissional do jornalista assessor de imprensa: o ethos, a identidade e as reflexões deontológicas no contexto da atuação simultânea em redações e assessorias de imprensa de Natal-RN**. 2014. Trabalho de Conclusão de Curso. (Monografia de Programa de Pós-Graduação de Estudos da Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Rio Grande do Norte, 2014.

DEOLINDO, J. S. **Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense**. 2016. Trabalho de Conclusão de Curso (Tese de doutorado) – Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

DORNELLES, B; SPECHT, P. O leitor manda notícia (por WhatsApp): a interatividade do novo newsmaking do Diário Gaúcho. In: Congresso Latiamericano de investigações de la Communication. 3, 2016, México. **Anais**. México: Universidade Autónoma Metropolitana, 2016. p. 1-15.

Druck, G. Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios? **Caderno CRH**. [s.l.], v. 1, p. 37-57, 2011.

FAUSTO NETO, A. Transformações do jornalismo na sociedade em vias de midiatização. In: FAUSTO NETO, Antônio; FERNANDES, J. D. C. (Org.). **Interfaces jornalísticas: ambiente, tecnologias e linguagens**. João Pessoa: Editora da UFPB, 2011.

FERRARI, P. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Editora Contexto, 2014.

FERREIRA, M. C. **Qualidade de vida no trabalho: uma abordagem centrada no olhar dos trabalhadores**. Brasília: Paralelo 15, 2012.

FIGARO, R. Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho. In: FIGARO, R.; NONATO, C.; GROHMANN, R. (Org.). **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2012, p. 7-143.

FOLHA DE SÃO PAULO. **Manual de redação da Folha de São Paulo**. São Paulo: Publifolha, 2018.

FONSECA, J.; BUENO, T. Blogando das barracas do rio Tocantins: uma proposta de mapeamento da blogosfera imperatrizense. In: PALÁCIOS, M.; MARTINS, E. (Org.). **Ferramentas para Análise de Qualidade no Ciberjornalismo**. Covilhã: Editora LabCom.IFP, 2016, p. 547-564.

GAVIOLLI, F. M. O uso dos emojis por meio do WhatsApp nas relações de trabalho. In: Pensacom Brasil, 20, 2016, Bela Vista. **Anais**. Bela Vista: Metodista, 2016, p. 247 – 260. Disponível em: <http://docplayer.com.br/69129788-O-uso-dos-emojis-por-meio-do-whatsapp-fabiana-moreira-gaviolli-universidade-metodista-de-sao-paulo-sao-bernardo-do-campo-sp.html>. Acesso em: 01 set. 2020.

GROHMANN, R. Trabalho Digital: o papel organizador da comunicação. In: **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**. São Paulo, v. 18, n. 51, p. 166-185, jan/abr. 2021. Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/166>. Acesso em: 14 nov. 2021.

HOLANDA, A.; MUNIZ, D. H.; MACHADO, P. P. Whatsapp no jornalismo móvel: um recorte da realidade de quatro veículos alagoanos. **Revista Âncora**. v. 3, n.1, 20, jun. 2016. João pessoa: 2016, p. 50 – 67. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/download/30837/16243/>. Acesso em: 14 nov. 2021.

PIMENTEL, J. **Manual de Atendimento via WhatsApp: orientação de uso do app para lojas do Tocantins Shopping**. 2017. Monografia. (Especialização em Curso de Especialização em Assessoria de Comunicação Empresarial e Institucional) - Universidade Federal do Maranhão. Orientador: Thaisa Cristina Bueno.

JARVIS, J. NetworkedJournalism. 2006. **WeblogBuzzmachine**. Disponível em: <http://www.buzzmachine.com/2006/07/05/networkedjournalism>. 24 set. 2020.

LEAL, E.G.; ROCHA, H. C. L. As Assessorias de Imprensa e a Produção de Notícias nos Jornais: Aspectos Positivos e Negativos para a Qualidade Jornalística. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Nordeste, XIII, 2011, Recife. **Anais**. Recife: Intercom, set. 2011. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2011/resumos/R28-1008-1.pdf>. Acesso em: 24 set. 2020.

LEMOS, A. **Cibercultura, Tecnologia e Vida Social na Cultura Contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LIMA, R. **A qualidade da informação do jornalismo online**. Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação (BOCC), 2010, p. 1-12.

MACIEL, I.M.S. **Inovação tecnológica ou Toyotismo na redação: As mudanças tecnoorganizacionais em uma redação de jornal e suas implicações no processo de trabalho**. Trabalho de Conclusão de Curso (Tese de doutorado) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

MARTINEZ, A. G. A construção da notícia em tempo real. In: FERRARI, P. (Org.). **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2010, p. 13 – 27.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na Web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Tese de doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, 2013. Disponível em: <http://www.repositorio.ufba.br:8080/ri/handle/ri/6057?mode=full>. Acesso em: 24 set. 2020.

MIZUKAMI, P.; REIA, J.; VARON, J. **Mapeamento da mídia digital no Brasil**. Rio de Janeiro: Escola de Direito do Rio de Janeiro da Fundação Getúlio Vargas, 2014.

MORETZSOHN, S. **Jornalismo em “tempo real”**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2011.

MURAD, A. Oportunidades e desafios para o jornalismo na internet. **Revista C – Legenda**. v. 2, p. 1-10, 1999.

NEVEU, E. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

NICOLETTI, J. **Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação: proposta de um modelo de análise**. 2019. 296 f. (Doutorado) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

PEREIRA, F. H. A produção jornalística na internet e a construção da identidade profissional do webjornalista. In: Congresso Iberoamericano, 5, 2004, Salvador. **Anais**. Salvador: 2004.

PEREIRA, F. H. O Jornalista sentado e a produção da notícia on-line no Correio Web. **Revista Em Questão**. v. 10, p. 95-108. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/85>. Acesso em: 24 set. 2020.

RAMONET, I. **A tirania da comunicação**. Petrópolis, Vozes, 1999.

REINO, L. S. A. et. al. Jornal pelo WhatsApp: o papel do aplicativo na rotina produtiva do Correio Popular. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**. v. 8, p. 87 – 107. Ago. 2018. Disponível em: <http://www.fnpi.org.br/rebej/ojs/index.php/rebej/article/view/20/21>. Acesso em: 24 set. 2020.

REINO, L.S.A. BUENO, T. Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira. **Questões Transversais – Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 5, p. 125 – 132, dez. 2017. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/15741>. Acesso em: 9 abr. 2019.

REIS, M. A.; THOMÉ, C.A. Um olhar sobre o papel do WhatsApp nas redações dos principais jornais do Rio. **Revista Comunicação & Informação**, Goiânia, v. 20, n. 2, p. 95 – 112, jul. 2017.

RIBEIRO, F. F. **A participação dos cidadãos nos média portugueses: estímulos e constrangimentos**. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Tese de doutorado) – Universidade do Minho, Braga, Portugal, 2013. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1822/27212>. Acesso em: 24 set. 2020.

ROSA, A. M. **Interatividade no telejornalismo tocantinense**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Monografia de Graduação) – Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2019. Disponível em: <https://repositorio.uft.edu.br/bitstream/11612/1900/1/Amanda%20Melina%20Rosa%20E2%80%9320TCC%20Monografia%20-%20Jornalismo.pdf>. Acesso em: 24 set. 2020.

SILVA, F. F. Cultura do jornalismo móvel. In: SILVA, F. F. (Org.). **Transmutações no jornalismo**. Campina Grande: EDUEPB, 2016.

SILVA, F. F. **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. (Tese de Doutorado) – Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2013.

SILVA, G. R.F.; MACÊDO, K.N.F.; REBOUÇAS, C.B.A.; SOUZA, A.M.A. Entrevista como técnica de pesquisa qualitativa. **Revista Brasileira de enfermagem**, v.5, p. 246 – 257, 2016.

SILVA, I.; OLIVEIRA, K. A inserção do aplicativo WhatsApp nas práticas do jornalismo móvel em Mato Grosso do Sul. In: Congresso Internacional de Jornalismo. 8. 2017. Campo Grande. **Anais**. Campo Grande: Ciberjor, 2017, p. 1-12.

SODRÉ, M.; PAIVA, R. Informação e boato na rede. In Dimas, G. S.; Künsch, A. K.; Berger, C.; Albuquerque, A. (Orgs.). **Jornalismo contemporâneo: figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: EDUFBA, 2011, p. 21 – 32.

SOUSA, J. P. **As notícias e seus efeitos: As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos**. Lisboa: Universidade Fernando Pessoa, 1999.

SOUSA, L. H.; MATOS, M. F. Mapeamento dos veículos de comunicação da cidade de Imperatriz – MA. **Revista Pauta Geral**. [s.l.], v. 6, 2019, p. 131 – 147.

SPECHT, P. P. O WhatsApp aliado a notícia: a interatividade do jornal brasileiro Extra. In: Canavilhas, J; Rodrigues, C. (Orgs.). **Jornalismo móvel: linguagem, gêneros e modelos de negócios**. Covilhã: LabCom.IFP, 2017, p. 219-241.

Submissão: 01 de out. 2021.

Aceite: 30 de nov. 2021.