

## Jornal pelo WhatsApp: o papel do aplicativo na rotina produtiva do Correio Popular

Newspaper on WhatsApp:  
the role of the application in the produc-  
tive routine of Correio Popular

Diario por WhatsApp:  
el papel de la aplicación en la rutina pro-  
ductiva del Correio Popular

Recebido em: 18/08/2018  
Aceito em: 03/10/2018

### RESUMO

Esta pesquisa tem por finalidade entender como o WhatsApp interfere na rotina produtiva do jornal Correio Popular, o primeiro e único jornal de Imperatriz (MA) a ser distribuído pela ferramenta. Para atender aos objetivos, o estudo incluiu três etapas: apreciação do dia a dia na redação, condução de entrevistas e observação participante. Com base nos preceitos da etnografia, a inserção dos pesquisadores ocorreu entre os meses de outubro e novembro de 2017. O roteiro de observações foi guiado por dois pilares temáticos: a distribuição e a rotina de trabalho. Conclusivamente os resultados mostram que o aplicativo tem ressignificado alguns métodos tradicionais de apuração e de divulgação dos fatos.

### PALAVRAS-CHAVE

Rotina produtiva. WhatsApp. Correio Popular. Imperatriz. Interior.

### ABSTRACT

This research aims to understand how WhatsApp interferes in the productive routine of Correio Popular newspaper, the first and only newspaper in Imperatriz (MA) that is distributed using this app's. To fulfil the proposed objectives, the study included three stages for field insertion: newsroom everyday routine appreciation; interviews conducted with the staff; and participant observation. Based on ethnographic precepts, the researchers' insertion in the newspaper routine happened between October and November 2017 and it was held in different shifts to allow full description and analysis of the newsroom work. The script for observation and argument was guided by two thematic pillars, focusing on the app interference: work distribution and routine. Conclusively, the results show the app has redefined some traditional methods of gathering and disclosing facts.

### KEYWORDS

Productive routine. WhatsApp. Correio Popular. Imperatriz. Countryside.

### RESUMEN

Esta investigación tiene por finalidad entender cómo WhatsApp interfiere en la rutina productiva del diario Correio Popular, el primer y único periódico de Imperatriz (MA) a ser distribuido por la herramienta. Para atender a los objetivos, el estudio incluyó tres etapas: apreciación del día a día en la redacción, conducción de entrevistas y observación participante. Con base en los preceptos de la etnografía, la inserción de los investigadores ocurrió entre los meses de octubre y noviembre de 2017. El guión de observaciones fue guiado por dos pilares temáticos: la distribución y la rutina de trabajo. En conclusión, los resultados muestran que la aplicación ha resentido algunos métodos tradicionales de escrutado y de divulgación de los hechos.

### PALABRAS CLAVE

Rutina productiva. WhatsApp. Correio Popular. Imperatriz. Interior.



### Lucas Santiago Arraes Reino

Doutor e professor adjunto no curso de Comunicação Social – Jornalismo na Universidade Federal do Maranhão (UFMA).

[lucasreino@gmail.com](mailto:lucasreino@gmail.com)

### Thaís Bueno

Doutora e professora adjunta no curso de Comunicação Social – Jornalismo na UFMA.

[thaisabu@gmail.com](mailto:thaisabu@gmail.com)

### Matheus Lopes

Graduando em Jornalismo na UFMA.

[matheus\\_exper@hotmail.com](mailto:matheus_exper@hotmail.com)

### Thaynara Leite

Graduanda em Jornalismo na UFMA.

[tataleite10@gmail.com](mailto:tataleite10@gmail.com)

## 1 INTRODUÇÃO

A inserção de ferramentas tecnológicas de comunicação interfere diretamente nas redações dos jornais nas mais diferentes etapas da produção e veiculação da notícia, da apuração e escrita até a divulgação e o consumo do conteúdo oferecido. Sistemas, aplicativos, sites, softwares e outros recursos da computação inserem-se na prática dos jornais e remodelam esses veículos e sua forma de atuação. Se autores como Tuchman (1973), Wolf (1987), Traquina (1993), entre outros, ao tratarem das discussões sobre os fatores internos e externos que impactam esses modelos de trabalho, contribuíram para aprofundar as discussões sobre as progressivas mudanças na prática jornalística em diferentes momentos históricos, na atualidade duas variáveis permitem retomar aqui essa discussão: o advento do WhatsApp como ferramenta na produção e compartilhamento de conteúdo; e a realidade das redações de interior, cujas rotinas costumadamente adotam condutas próprias, nem sempre em consonância com os modelos usados nos grandes centros (BUENO, 1977; COSTA, 2002; PERUZZO, 2005; DORNELLES, 2004; 2010).

O WhatsApp passou a fazer parte da rotina produtiva dos jornais gradualmente a partir de 2013, o pioneiro na utilização do aplicativo no Brasil foi o jornal carioca *Extra*.

Dentro da realidade jornalística, o *app* possui grande aplicabilidade no campo do *jornalismo colaborativo*. O primeiro a fazer uso dessa nova ferramenta foi o *Extra*, do Rio de Janeiro. Em junho de 2013, o jornal inovou ao disponibilizar um número de WhatsApp para que leitores enviassem sugestões de pauta e informações que pudessem virar conteúdo informativo no veículo. De acordo com o portal Meio e Mensagem, [...] em cerca de seis meses, o jornal já havia recebido mais de 10 mil fotos e 100 mil mensagens. (FERREIRA, 2014, p. 52)

88

Segundo Bueno e Reino (2017), com base no mapeamento descritivo dos tipos de aplicativo e sua utilização nos principais jornais das 27 capitais brasileiras e nos três maiores veículos nacionais, o WhatsApp é o aplicativo mais utilizado pelos veículos jornalísticos brasileiros para conversar com o público.

No que tange ao uso de aplicativos tradicionais, o WhatsApp é o mais comum, embora nenhum dos veículos que fazem uso dele especifique o horário de funcionamento ou disponibilize conteúdo específico. De forma pragmática, o aplicativo só é frequente como sugestão de pauta. (BUENO; REINO, 2017, p. 129)

Specht (2017) confirma que, nos jornais, o WhatsApp é, em boa parte das vezes, um recurso mais usual na busca por fontes de informações. A autora também revela que há resistência dos jornalistas para manter o status de *gatekeeper*, que poderia ser posta em questão com o aplicativo. Essa resistência, porém, não impediu que a notícia fosse modificada, já que, por meio do sistema interativo, muitos leitores forçam a cobertura de certos assuntos de seu interesse na medida em que enviam ao veículo informações e fazem questionamentos usando o aplicativo. "Há mais fontes acessíveis em mais lugares, e o flagrante pertence ao público" (SPECHT, 2017, p.4). Conforme explica, a relação criada com o uso do WhatsApp torna a notícia mais democrática e a transforma em um material em desenvolvimento, ou seja, não é um conteúdo fechado só publicado quando o jornal decide fazê-lo.

De fato, apesar da popularidade que essas ferramentas conquistaram e da velocidade com que integraram do dia a dia do jornalismo, não são implementadas, assim como outras práticas das rotinas de mídia, de maneira uniforme entre veículos

cujas estruturas e condições de trabalho são distintas. Ao de bater sobre as atividades cotidianas das redações, Sousa (1999) pontua que tais convenções não podem ser tomadas como um modelo uniformizado pela área, como um paradigma estável que poderia ser encontrado ou praticado pelo jornalismo como um todo, uma vez que essas ações estão diretamente ligadas à estrutura das empresas e, também, em certo grau, à autonomia de cada profissional.

Podemos considerar que rotinas são os processos convencionalizados e algo mecanicistas de produção de alguma coisa que, sem excluir que determinadas pessoas tenham rotinas próprias ou que a cultura e o meio social afetem essa produção, me parece obedecerem essencialmente a fatores sócioorganizacionais. (SOUSA, 1999, p. 26)

Imperatriz é uma cidade de interior, localizada na região Sul do Maranhão e com 353.428 habitantes (IBGE, 2016). Na localidade há dois jornais impressos ativos, O Progresso, o mais antigo em circulação na cidade (desde maio de 1970), e Correio Popular, que, embora seja distribuído via WhatsApp, é formatado como impresso e veiculado na sua versão em PDF por meio de listas de transmissão.

Tal particularidade tornou esse jornal, que circula na cidade desde 2016 na sua versão em PDF, o objeto de análise desta pesquisa, que busca conhecer como o WhatsApp, que foi adotado como ferramenta de distribuição do jornal, é usado também na rotina de produção do veículo.

O estudo se propõe a identificar, por meio da descrição da rotina dos jornalistas no dia a dia do veículo; e, posteriormente, analisar como a ferramenta interfere na apuração e distribuição do conteúdo, bem como conhecer como a empresa e seus jornalistas são impactados pela adoção da rede social no seu dia a dia profissional.

O levantamento de dados, por meio de observação e entrevistas, foi realizado entre os meses de outubro e novembro de 2017 em turnos diferentes de trabalho da empresa a fim de conhecer a rotina como um todo. A pesquisa tem como base metodológica os estudos qualitativos, mais especificamente a etnografia. Para tanto se valeu de entrevistas em profundidade com a equipe do jornal, observação da rotina do veículo, bem como observação participante e análise posterior dos dados à luz dos autores do jornalismo e dos manuais de redação. Nesses dois meses foram entrevistados seis jornalistas, sendo quatro repórteres, uma editora-chefe (também jornalista) e um profissional que trabalha como *social media*. Além desses, foram ouvidos dois diagramadores que também estão envolvidos diretamente no processo produtivo e na divulgação do jornal. Na fase seguinte, a pesquisa contou com o auxílio de dois dos pesquisadores como colaboradores do jornal nos dias 21 de fevereiro e 2 de março de 2018 no formato de observação participante<sup>1</sup>. Ao todo foram dezesseis dias em campo.

Um roteiro predefinido auxiliou a condução das entrevistas, pensadas com base em dois pilares temáticos que ajudaram a guiar também a observação e a construção do diário de campo: a distribuição, para entender como esse envio era feito; e a rotina, com o intuito de analisar como o aplicativo era utilizado nas etapas de produção de conteúdo e busca de informações.

## 2 NEWSMAKING E ROTINAS PRODUTIVAS

---

<sup>1</sup>Durante a observação participante, houve a imersão na rotina do jornal, que resultou na veiculação de duas matérias autorais.

Dos manuscritos informativos compartilhados em praças públicas ao jornal distribuído via WhatsApp muitas mudanças interferiram no produto, no modo de fazer e na própria identidade da imprensa. Olhando para o passado longínquo e depois para a história recente, não é leviano afirmar que de um modo ou de outro o Jornalismo continuamente esteve atrelado às descobertas tecnológicas e impactado por suas ferramentas. Agnez (2011, p.64), ao analisar a influência das tecnologias na rotina dos jornais, destaca que “a informatização incidiu primeiramente nos processos de produção da notícia [...] e estendeu-se completamente para os canais de distribuição e consumo da informação”. Castells (1999), Moretzsohn (2002), Palácios (2013), entre outros, argumentam que a velocidade e aceleração do tempo alteraram substancialmente o dia a dia dos veículos.

A organização desses instrumentos na web [e-mail, os aplicativos de bate-papo (MSN, GTalk e afins), as redes sociais e os aparatos móveis] impulsionou uma ruptura significativa na forma de trabalhar dos jornalistas, seja por causa das facilidades de apuração, ampliação nas escolhas das fontes de entrevista, agilidade na captura da notícia; seja na própria relação com o leitor, já que forçou as empresas a conviverem com mais proximidade com aqueles a quem se dirigem. Ou seja, a redação e os próprios jornalistas foram levados a rever sua forma de organização e atuação (BUENO, 2012, p.129).

Como bem destacam Silva (2009) e Pereira (2011), as possibilidades advindas da inserção de tecnologias na rotina produtiva dos veículos alcançaram todas as etapas da prática: da produção à divulgação. Essa observação também é ponderada por diversos outros autores, cujos estudos mostram, por exemplo, reconfigurações das práxis. Bueno (2011) avalia sobre como a organização da pauta e sua sistematização foi remodelada se compararmos os costumes usuais de ciberjornais com os tradicionais veículos em suportes impressos; Canavilhas (2006) destaca a interferência no texto, com a transformação da clássica pirâmide invertida no que identificou como “pirâmide deitada”, uma mudança que extrapola à escrita, mas incide na forma de pensar e concretizar o conteúdo; sobre a apuração, diversos autores, entre eles Palácios (1999) e Mesquista (2014) mostraram como a proximidade com a audiência interferiu no modo como se organiza a redação. E as descrições não param, mais recentemente estudos sobre as webmétricas (NGUYEN, 2016) ou rastreabilidade (REINO, 2016) também debatem sobre o impacto dos algoritmos na rotina dos jornais.

Ao tratar do alcance da tecnologia na comunicação, Marcondes Filho (2009) diz que podemos enxergar uma influência mais fortemente em dois formatos: um no conteúdo, que passa a ter novas possibilidades – basta pensarmos hoje nas narrativas hipertextuais, multimidiáticas, imersivas etc. – e outra na rotina. Ao apresentar duas grandes revoluções do jornalismo, o autor elenca duas ferramentas como as propulsoras das mudanças nas práxis e na construção social da área, ambas ligadas às ferramentas: o surgimento da Rotativa e imprensa de massa, em 1850; seguidamente à Informatização, a partir de 1970, que envolve uma série de processos com influências de *hardwares* e *softwares*.

Neste contexto a inclusão do aplicativo WhatsApp como um recurso de apuração e divulgação acaba sendo mais uma dessas mudanças na rotina da mídia. O aplicativo é um *software* elaborado para dispositivos móveis criado em 2009, que funciona a partir de uma conexão de internet e um número de telefone móvel, gerenciado por

determinada operadora de telefonia. É possível enviar através dele imagens em formato de fotografia ou vídeo, arquivos de voz e documentos.

O WhatsApp pode ser visto, numa relação histórica, como uma inovação que tenta abarcar um formato emergente (sem necessidade de mediação do jornalista), uma roupagem de inovação para novas práticas e métodos. Como alerta Barbero, na ritualidade, ou seja, na rotina do trabalho imbricada com a produção cultural, é importante atentar também para a sociabilidade, a interação social permeada pelas constantes negociações do indivíduo com o poder e com as instituições (REIS, 2017, p. 11).

As novas práticas e métodos descritos por Reis (2017) interferem diretamente na rotina produtiva do veículo que opta por usar o aplicativo, pois, para além das facilidades e amplitudes no modo como se pode apurar uma informação, o WhatsApp agrega o sentido de proximidade entre empresa e leitor, que se sente parte da produção da mídia que consome, embora ainda seja uma relação muito controlada pela empresa.

Para Carneiro (2016) “a mudança de rotina de um veículo, a partir do uso de aplicativos que promovem um contato mais rápido e direto com o leitor, pode ser encarada como uma renovação hegemônica”, ou seja, o WhatsApp reforça a relação e termina por “flexibilizar a forma de interação” entre a empresa e o público leitor. E no Brasil, para além da prática estar sistematizada ou apenas disponível à audiência pelas empresas, o fato é que o uso do WhatsApp pela mídia é uma realidade que merece ser avaliada. Estudo recente, de julho de 2015, da agência de notícia britânica Reuters, divulgada no *Digital News Report* (NEWMAN; LEVY; NIELSEN, 2015) destacou que 34% da população brasileira utiliza o aplicativo para se informar.

É bem verdade que a popularização dos celulares, a banda larga fixa e móvel, e as redes sociais de maneira geral, interferem no processo de difusão e demais etapas de construção do conteúdo (PRIMO, 2013; SOUSA, 2008; PELANDA, 2003). Ainda assim, quando a ferramenta é incorporada aos hábitos de comunicação das empresas, nem sempre esse modelo é um padrão pensado a priori ou usual a todos os integrantes da equipe. Estudo de Bueno e Reino (2017) demonstrou que mesmo grandes grupos de imprensa, como Folha de S.Paulo e Estado de S. Paulo ainda não tinham uma rotina muito bem definida de uso do WhatsApp para se relacionar com o público, por exemplo, apesar de divulgarem a rede como forma de interação.

### 3 A PESQUISA NO CORREIO: OBJETO E METODOLOGIA

O Correio Popular começou a circular em Imperatriz em 2011. O jornal era inicialmente impresso e foi distribuído nesse formato até 2013, quando tinha uma tiragem diária de 800 cópias e era comercializado pelo valor de R\$ 0,50.

Na época, as redes sociais estavam longe de ter a força que possuem, e o WhatsApp só passou a funcionar no Brasil no momento em que o jornal já estava fechando. O veículo já estava presente nas redes sociais por meio do

Facebook, por exemplo, mas o *Correio Popular* então estava muito mais presente nas ruas (COLUNISTA 1<sup>2</sup>, 2018, [informação verbal]<sup>3</sup>).

Em 2014, parou de circular na cidade por motivos financeiros e dois anos depois voltou com uma nova administração, passando a ser chamado simplesmente de *Jornal Correio*. Nesse momento, adotou o WhatsApp como seu principal recurso de distribuição, embora ainda circulasse no formato impresso. A partir de 2017 trocou totalmente a plataforma de papel pelo aplicativo de celular, tornando-se o primeiro do Maranhão e o único de Imperatriz a ser formatado no modelo impresso, mas distribuído exclusivamente por meio de listas de transmissão do aplicativo.

A opção pela distribuição dirigida e digital surgiu como medida para manter o jornal em circulação, visto que o formato impresso não estava alcançando o número de vendas esperado: “Percebemos que a venda do jornal nas bancas era muito limitada, de dez jornais colocados nas bancas, três eram vendidos” (DIRETOR 1, 2017, [informação verbal]<sup>4</sup>). Desde então, a versão impressa passou a ser distribuída apenas em ocasiões especiais, como no aniversário da cidade.

Em março de 2017 essa mudança começou a ser implantada e em uma edição do jornal foi explicado como aderir à lista de transmissão e o que ela proporciona, como receber a versão [do jornal] em PDF primeiro pelo WhatsApp entre 21 e 22 horas da noite, antes de sua veiculação no site do jornal, que é publicado somente no dia seguinte às 10 horas (EDITORA 1, 2017, [informação verbal]<sup>5</sup>).

Em outubro daquele ano, segundo o diretor do jornal, os contatos já chegavam à quarta lista. Como cada grupo suporta 254 contatos, estima-se que no total mais de mil pessoas recebam o jornal diariamente (DIRETOR 1, 2017, [informação verbal]<sup>6</sup>). Após o início do uso do WhatsApp para a divulgação do jornal em PDF, à medida que aumentava o número de pessoas que pediam para fazer parte da lista de transmissão, o *Jornal Correio* começou a dar maior destaque ao número de WhatsApp na versão PDF do jornal, mais especificamente na página 2.

O jornal passou por uma reformulação depois de um ano, quando trocaram de diretor. O formato PDF passou a ser mais importante, devido aos links interativos que direcionam o leitor a uma página específica daquela publicação. A página 2 do jornal tornou-se exclusiva para a divulgação da lista de transmissão, dando destaque ao número do WhatsApp que é do diretor do jornal, Francisco Júnior (EDITORA 1, 2017, [informação verbal]<sup>7</sup>).

---

<sup>2</sup>Para enquadrar no mesmo aspecto da caracterização dos repórteres (ver tabela 1), optou-se por identificar o diretor do jornal, Francisco Júnior, como Diretor 1; a editora-chefe Larissa Rolim, de Editora 1; o social media, Fernando Ralfer, de Social Media 1; a colaboradora do jornal como colunista Hyana Reis, de Colunista 1.

<sup>3</sup>Entrevista concedida para este estudo por Hyana Reis, colunista 1, ex-funcionária do *Jornal Correio*. [fev. 2018]. Imperatriz, 2018.

<sup>4</sup>Entrevista concedida para este estudo por JUNIOR, Francisco. [out. 2017]. Imperatriz, 2017.

<sup>5</sup>Entrevista concedida para este estudo por ROLIM, Larissa. [nov. 2017]. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

<sup>6</sup>Entrevista concedida para este estudo por JUNIOR, Francisco. [out. 2017]. Imperatriz, 2017. Em anotações e gravação em áudio mp3.

<sup>7</sup>Entrevista concedida para este estudo por ROLIM, Larissa. [nov. 2017]. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

E foi exatamente a particularidade de adotar WhatsApp para distribuir um conteúdo que não era pensado especificamente para o aplicativo, mas que mantinha o formato de diagramação, texto e linguagem do modelo impresso que chamou a atenção dos pesquisadores e levou a escolha do Correio Popular como objeto de estudo deste artigo. Como a investigação buscava-se entender como o aplicativo, que se tornou o principal meio de distribuição do produto, era usado em outras etapas da rotina do veículo, bem como o modo no qual os jornalistas lidavam com essa ferramenta no seu dia a dia, o estudo optou pelo método etnográfico. Um modelo qualitativo de investigação que como pontua Travancas (2006, p. 99) "é entendida como um método de pesquisa empírica que apresenta características específicas e exige um "mergulho" do pesquisador" no campo de verificação.

Nesse sentido, com o intuito de adentrar e conhecer efetivamente a rotina do jornal imperatrizense, este artigo adotou os seguintes ferramentais do modelo etnográfico: entrevistas não estruturadas, observação e anotações no caderno de campo, e observação participantes. De acordo com Gil (2008, p. 100), a observação etnográfica pode ser dividida em quatro etapas: formulação do problema, da construção das hipóteses, coleta, análise e interpretação dos dados. Todas essas etapas foram respeitadas neste estudo sobre o uso do WhatsApp pelo jornal Correio Popular.

A inserção na rotina do jornal ocorreu entre os meses de outubro e novembro de 2017 e as condicionantes que orientaram a inserção na redação do veículo, bem como a condução das entrevistas, foram pensadas a partir de dois pilares temáticos: a distribuição do conteúdo via lista de transmissão; e a rotina de uso do aplicativo pelos jornalistas. Essa etapa pode ser compreendida como uma *entrée cultural* que prepara para o trabalho de campo.

*A entrée cultural é uma etapa delimitada pelo pesquisador previamente, como preparação para o trabalho de campo. Para se começar um procedimento etnográfico o pesquisador primeiramente precisa preparar-se, levantando quais tópicos e quais questões ele deseja analisar; e em que tipo de comunidades, fóruns e grupos pode obter respostas satisfatórias e pertinentes à sua pesquisa (AMARAL, 2008, p. 38).*

No entanto, uma vez inseridos no campo de estudo, outras categorias de análises foram levantadas e ao final da pesquisa o estudo estruturou-se em outros três subeixos:

- Pauta: por meio desta categoria buscou-se entender como o aplicativo interferia na seleção do conteúdo a ser pautado na edição. Esta categoria foi selecionada porque a pauta é dos pilares mais tradicionais da rotina jornalística e está presente nas redações dos mais distintos formatos. Uma interferência nesta etapa do processo representaria uma ruptura significativa do fazer jornalístico.
- Periodicidade e retorno: por meio desta categoria buscou-se saber em que momento da rotina dos jornalistas o WhatsApp aparece com mais frequência e como esses profissionais lidam com a demora ou agilidade das fontes em atendê-los, bem como, se eles são rápidos quando acionados pelo público. O objetivo era entender o quanto a instantaneidade do aplicativo interferia no modo como os profissionais se organizava na redação.
- Envio de conteúdo e apuração: por meio desta categoria buscou-se entender que tipo de conteúdo era compartilhado pelo aplicativo. O objetivo era conhe-

cer algumas possíveis peculiaridades da relação do jornalista com os fatos recebidos ou enviados via celular e se isso reconfigurava em algum grau a sua rotina de produção.

## 4 ANÁLISE E RESULTADO

### 4.1 DISTRIBUIÇÃO

O primeiro setor analisado na investigação foi a distribuição. E nesse ponto uma característica bem marcante é o fato de que, embora o WhatsApp seja voltado exclusivamente para o jornal, o número do telefone é o mesmo do contato de uso pessoal do diretor (Diretor 1), responsável também por fazer a distribuição do jornal em PDF. A foto de perfil no WhatsApp do veículo, por sinal, não traz nenhum símbolo que identifique a empresa, mas sim uma fotografia pessoal do diretor, como mostra a imagem 1.

IMAGEM 1 - PRINT DE TELA COM A FOTO DE PERFIL DO *JORNAL CORREIO* NO WHATSAPP



Fonte: Reprodução do perfil do jornal (2018)

A escolha é bastante questionável no sentido de não criar uma identificação com o veículo, mas com um funcionário, especificamente, ainda que este seja o sócio da empresa. “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” (PIMENTEL, 2016, p.2). Além disso, a escolha individualizada levanta questões sobre a própria linha editorial da empresa, que representa não a imagem de um chefe ou empresário, mas um equilíbrio de interesses (MARQUES DE MELO, 2003) e que no modo como é apresentada no veículo maranhense acaba por confundir o leitor.

Outro aspecto muito particular do modo como o veículo administra sua transmissão refere-se ao conteúdo, que não se restringe ao compartilhamento da edição pronta. Durante o dia são enviadas aos seguidores partes dessa produção, como detalhes de pauta, fotografias feitas no decorrer da apuração, infográficos preparados pela equipe de criação, prévia da capa e/ou colunas. A proposta é fazer com que o



público se sinta parte da produção, saiba o que vai receber e faça sugestões ao longo do dia.

Essa é uma estratégia que se enquadra no momento atual em que são reconfigurados os papéis de produtores e consumidores de conteúdo e que Jenkins (2009) chamou de cultura participativa. Um modelo de consumo e produção de mídia que busca, espontaneamente ou por exigência do mercado, uma aproximação com sua audiência. É bem verdade que no jornal aqui estudado, essa aproximação, pelo menos no que tange à distribuição do conteúdo, adota uma postura mais unilateral, já que não chega a configurar um diálogo com o público. De qualquer modo o próprio autor norte-americano já tinha alertado em seu texto sobre o fato de que nem sempre essa participação ocorre de maneira igual e, em muitos casos, apresenta-se apenas como uma sensação de participação.

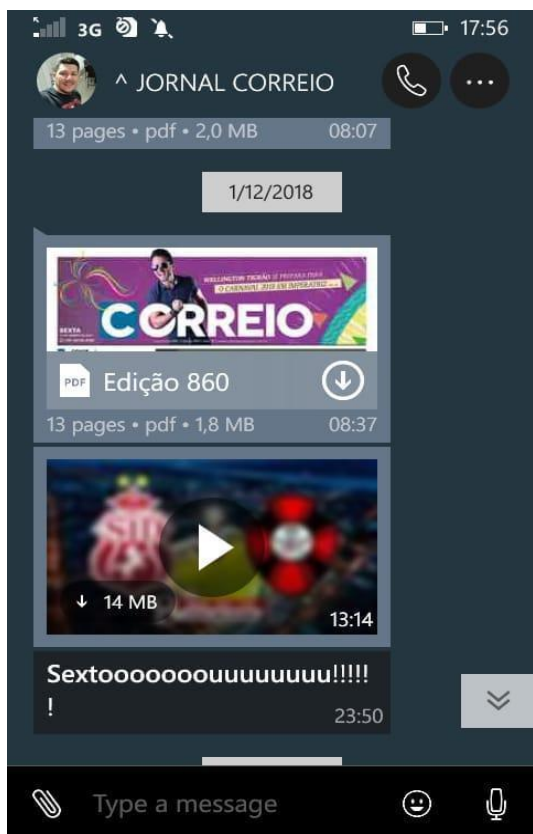
No entanto, o fato de tentar essa aproximação, leva a entender que mesmo empresas pequenas de comunicação e longe dos grandes centros percebem que a relação com o leitor é necessária à sua sobrevivência, ainda que em algum momento tenha de pensar estratégias mais efetivas de firmar essa parceria.

Por exemplo, o gerenciador da lista de transmissão também compartilha conteúdos que nem sempre dizem respeito ao veículo, como, por exemplo, mensagens de autoajuda, comemorações de times de futebol, entre outros. Uma prática bem comum é o emprego da expressão "sextou", para comemorar com os seguidores o fato de que o fim de semana está próximo.

IMAGEM 2 - "SEXTOU" É UMA EXPRESSÃO COMUM ENTRE OS COMPARTILHAMENTOS DO JORNAL<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup>Realizamos uma estimativa, na qual se observou o uso da expressão "sextou" por dez vezes entre 2 de agosto de 2017 e 23 de março de 2018. O registro se mantém desde a nossa participação na lista de transmissão do *Jornal Correio*, antes mesmo de efetuada a pesquisa de campo.

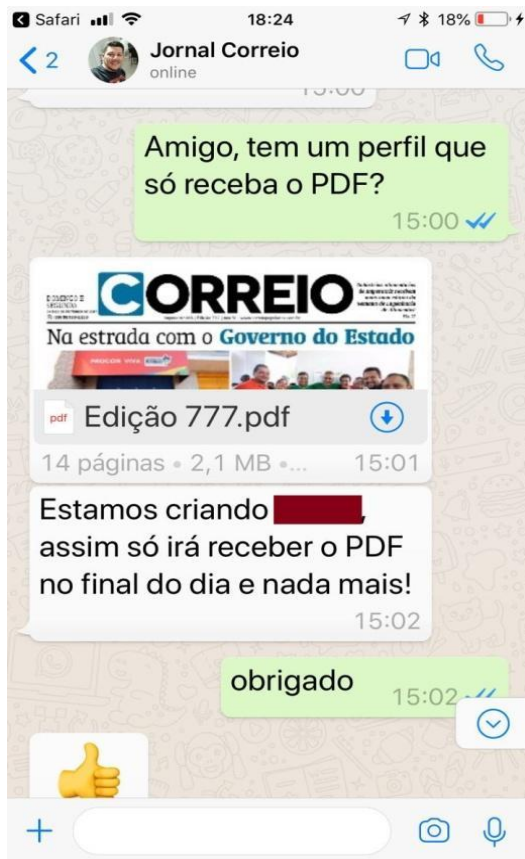


Fonte: Reprodução da lista de transmissão do Jornal Correio (2018).

96

A iniciativa não agrada a todos do grupo. Uma parcela de leitores, que prefere receber apenas o jornal em PDF, acredita que não há a necessidade de adicionar frases, fotos, áudios, vídeos e links com outros conteúdos. Alguns leitores pedem que não lhes seja enviado esse tipo de conteúdo, como mostra a imagem 3.

IMAGEM 3 - LEITOR SOLICITA AO CANAL DE TRANSMISSÃO APENAS DISTRIBUIÇÃO DE PDF



Fonte: Reprodução da lista de transmissão do Jornal Correio (2018)

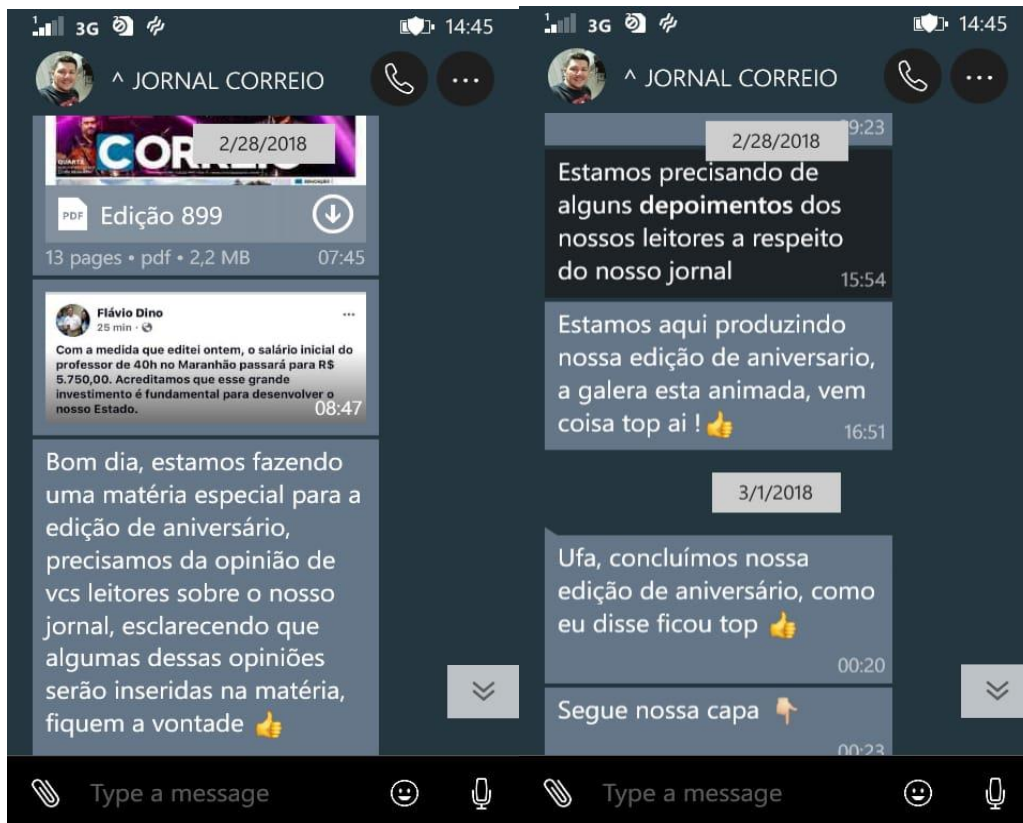
97

De acordo com a fonte que enviou o *print* da conversa, a mensagem foi encaminhada ao veículo em meados de setembro de 2017. De lá para cá não houve nenhuma menção de criação de uma lista de transmissão exclusiva para o PDF. Por esse motivo, concluímos que no atual formato a ferramenta se apresenta unidirecional, já que apesar das reclamações o modelo não sofreu alterações; e não adota efetivamente uma estratégia de empresa, mas sim uma iniciativa do profissional em particular. Com Jenkins (1999, p. 220) bem lembrou, nem sempre essa aproximação dá certo já que “o novo consumidor irá ajudar na criação do novo valor ou irá se recusar a fazê-lo”.

Ainda assim o veículo usa o espaço para conversar com seus leitores. Muitas vezes o administrador das listas faz perguntas dirigidas a um ou outro leitor do grupo. Foi o que aconteceu quando, no aniversário do jornal, os leitores foram convidados, via lista de transmissão, a enviar seu depoimento sobre o veículo, o que mostra que está tateando ainda modos de interação.

IMAGEM 4 - REPRODUÇÃO DE TELA: PEDIDO DE DEPOIMENTO DOS LEITORES PARA A EDIÇÃO DE ANIVERSÁRIO

## Jornal pelo WhatsApp



Fonte: Reprodução da lista de transmissão do Jornal Correio (2018).

98

E se o modo como o jornal remete o conteúdo e interage com seus seguidores não está muito bem sistematizado, o imprevisto parece também atingir outras etapas da distribuição. De acordo com as informações obtidas durante a pesquisa, o jornal tem como meta encerrar a edição por volta das 18 horas. Após esse prazo fica, em tese, impossível reverter alguma informação, pois foi estabelecido que o jornal em PDF fique pronto até 21 horas, horário em que termina o expediente dos diagramadores. E nesse mesmo horário a edição é veiculada no WhatsApp. Mas há ocasiões em que o jornal é compartilhado de manhã cedo, entre 7 e 8 horas do dia seguinte. Isso acontece porque, embora se apresente como sendo diário, de acordo com a Editora 1 (2017, [informação verbal])<sup>9</sup>, nos dias de "domingo e segunda-feira não há atualização" do jornal em PDF.

Antes de a versão final ser enviada ao leitor, todos os membros da equipe recebem a prévia e apontam os últimos ajustes. Isso não impediu que, em alguns momentos, o jornal tivesse compartilhado duas ou três versões atualizadas, por causa de erros que foram publicados.

Horas antes de ser enviada a versão final para a lista de transmissão, todos do jornal recebem o PDF no grupo interno, leem, e vão comentando pelo WhatsApp o que mudar, onde mudar, e, depois de passar pelo crivo de todos, o jornal é compartilhado na lista de transmissão (EDITORA 1, 2017, [informação verbal])<sup>10</sup>.

<sup>9</sup>Entrevista concedida para este estudo por ROLIM, Larissa. [nov. 2017]. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

<sup>10</sup>Entrevista concedida para este estudo por RALFER, Fernando. [out. 2017]. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

Todas as versões em PDF do veículo também são inseridas no *website* do jornal por volta das 10 horas da manhã. Desse modo, quem faz parte da lista de transmissão recebe em primeira mão o jornal do dia, sem ter a necessidade de ir ao site para baixar o material digital.

E isso acaba por comprometer um pouco a fidelização dos veículos, já que a empresa não consegue manter uma rotina sistematizada e o leitor não pode organizar-se, por exemplo, para receber a nova edição de maneira precisa. Como ponderam Benetti e Storch (2011, p. 206), as estratégias de mídia em tempos de internet para garantir leitores e conseguir competitividade exigem uma adaptação dos veículos a uma dinâmica que “ultrapassa a rotina dos profissionais”, mas inclui “dinâmicas de conteúdo e forma, de periodicidade e circulação”.

## 5 A EQUIPE DO JORNAL E A ROTINA PRODUTIVA COM O WHATSAPP

### 5.1 PAUTA

Das poucas sistematizações mais ou menos organizadas do uso do aplicativo na rotina do Correio estão a distribuição, já que este é o modo que o veículo adotou para distribuir seu conteúdo; e a reunião de pauta, feita exclusivamente pelo aplicativo. Essas são as poucas rotinas pré-definidas, sendo que esta última prática ocorre por meio de um grupo criado no aplicativo e restrito à redação, onde são debatidos os assuntos da edição e compartilhado o andamento de cada matéria. Por essa razão, não existem reuniões de pauta presenciais, já que a discussão ocorre no grupo e inclui as sugestões que os leitores enviam ao veículo na lista de transmissão da edição ou nos contatos particulares de cada jornalista.

Algumas pessoas chegam ao diretor do jornal pela lista de transmissão e por ela compartilham informações que mais tarde podem virar pauta quando ele as repassa ao grupo interno do jornal, sugerindo aos repórteres que apurem e escrevam sobre determinado assunto (REPÓRTER 2, 2017, [informação verbal]<sup>11</sup>).

Em média são três as sugestões de pauta discutidas por dia entre os repórteres da redação e a editora-chefe nos grupos.

O que se percebe em relação à interferência do WhatsApp na rotina produtiva é que ela é seguida de maneira distinta pelos jornalistas, o que demonstra que o veículo não tem efetivamente uma diretriz para as diversas etapas, exceto, parcialmente, na distribuição. Assim, depende de cada repórter seu uso mais rotineiro ou esporádico.

Assim sendo, o aplicativo está presente no dia a dia dos jornalistas de maneiras distintas. Enquanto o repórter de polícia, por exemplo, integra 23 grupos no aplicativo que o ajudam na apuração das notícias, o repórter de esporte prefere a apuração tradicional – pessoalmente ou por ligação telefônica – e faz uso mais frequente do e-mail. Note-se que essas preferências não estão relacionadas à idade dos jornalistas, já que nenhum dos dois tem formação em ensino superior e ambos são profissionais mais antigos. Outro exemplo é o de uma repórter, que costumeiramente cobre cultura, que é recém-formada e também prefere o modelo tradicional de apuração de informação ao uso do WhatsApp.

---

<sup>11</sup>Entrevista concedida para este estudo pelo Repórter 2. [nov. 2017]. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

Isso confirma o que Traquina (1993) já ponderava, anteriormente, de que mesmo que cada veículo adote rotinas bem determinadas, elas não impedem a criatividade e os próprios hábitos de cada repórter. Para o autor, as empresas determinam os modelos-padrão de trabalho, mas não controlam pequenas distorções ou acréscimos complementados pela atuação de cada membro da equipe, desde que não entrem em atrito com a orientação editorial da empresa.

No caso do *Correio*, como a ferramenta foi pensada inicialmente para sanar um problema de distribuição e não de apuração, coube a cada repórter a escolha do modo como conduzia a introdução do aplicativo na sua prática diária. Deste modo, foi feito o caminho inverso: não coube ao veículo criar uma rotina de trabalho que depois ia incorporar pequenas particularidades do modo de atuação de cada profissional, mas justamente o oposto, foram os jornalistas, cada um a seu modo, que incluíram o aplicativo na rotina do veículo, que aos poucos acabou por perceber que este fazia parte da prática da empresa, ainda que em nenhum momento tenha sido pensada como estratégia de mercado.

Essa postura demonstra a pouca preocupação da empresa com essas rotinas ou a ignorância do quanto as rotinas podem impactar na imagem do veículo. Como pondera Sousa (1999), o desempenho dos jornalistas está amarrado às conjunturas sociais e, em particular, às conjunturas organizacionais. Quando isso não ocorre de maneira controlada pelo grupo que as representa, as rotinas acabam por ficar com pouca formalização e isso impacta no modo como o público aos poucos vai construindo a imagem do veículo. Bueno, W. (1977), ao estudar as rotinas dos jornais de interior, que chamou jornalismo artesanal, pondera que o planejamento do "jornal como empresa" é uma forma de superar crises e manter-se no mercado, embora admita que quanto menor as cidades a eles vinculadas, mais difícil superar essas distinções. O autor destaca que é difícil – principalmente por conta, não da falta de empenho, mas de equipe – propor uma organização de trabalho bem sistematizada, já que como descreve, um mesmo jornalista geralmente "é o diretor do jornal, o redator, o repórter, o revisor, o contato de publicidade, o paginador e o impressor" (BUENO, W. 1977, p. 11).

Essa falta de equipe e organização também interfere no modo como é feita a apuração e neste sentido o aplicativo acaba sanando a deficiência estrutural da redação. Para a maioria dos jornalistas do *Correio*, ir pessoalmente fazer a apuração acaba sendo um problema, já que eles entendem que sair da redação para apurar os fatos demanda muito tempo e, por conseguinte, atrapalha a edição.

Certa vez, estive participando de uma coletiva de imprensa que demorou a começar, e aconteceu o que temia: fiquei presa naquela pauta e percebi que os convidados não deram nenhuma informação relevante, pois apenas enrolavam dizendo que o evento seria bom, isso e aquilo, e nem mesmo os assessores puderam dar as informações de forma precisa. Sou muito ansiosa, principalmente quando as coisas não saem como planejado. Por causa desse dia, penso duas vezes antes de participar, pois o tempo é curto para ir atrás de outras pautas (REPÓRTER 1, 2017, [informação verbal]<sup>12</sup>).

Neste sentido o aplicativo é mais do que um modo de agilizar o trabalho ou uma iniciativa inovadora e de ponta na rotina do veículo, mas um recurso que supre a

---

<sup>12</sup>Entrevista concedida para este estudo por Repórter 1. [out. 2017]. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

deficiência do jornal no âmbito da estrutura. Deixa de ser uma novidade a ser incorporada, para se tornar algo atrelado à necessidade de diminuir o uso de materiais de releases ou agências e, substancialmente, sanar uma lacuna estrutural.

## 5.2 PERIODICIDADE E RETORNO

Outro ponto que chamou atenção durante a observação foi como o aplicativo é adotado na rotina de forma intuitiva, mesmo entre os jornalistas mais resistentes em fazer a apuração por meio dessa ferramenta, em algum momento o aplicativo acaba por fazer parte da sua prática. Observou-se, por exemplo, que abrir o WhatsApp na tela do computador é uma das primeiras ações que os jornalistas executam quando chegam à redação. Isso mostra quanto o aplicativo está inserido no dia a dia do veículo, mesmo não sendo esta uma orientação.

Do mesmo modo como o uso do WhatsApp é estabelecido de forma individualizada, cada um define, com base em sua experiência, um tempo limite para uma resposta pelo aplicativo e a opção por outra estratégia de apuração, bem como quando encerrar o envio ou recebimento de dados. A Repórter 2, por exemplo, diz que encerra o contato preferencialmente às 21 horas, por considerar que a insistência após esse horário constitui um tipo de “indelicadeza com sua fonte”. Ela também pondera que estipula um tempo mínimo que pode mudar os rumos de uma pauta, pois de “dois a três minutos de espera por uma resposta é muito tempo. Demorou quinze minutos, é demais. Se a pessoa não responde a tempo a pauta cai” (REPÓRTER 2, 2017, informação verbal<sup>13</sup>).

Para ter certeza de que a fonte está constantemente on-line, o Repórter 1 deixa ativa a função do aplicativo que permite saber quando a pessoa esteve on-line e se visualizou a mensagem enviada. Essa função também depende de quem está do outro lado, pois em alguns casos, quando tal configuração é desativada pelo usuário, fica impossível saber desses detalhes.

Nesses casos, quando percebo que a pessoa não usa essa função, e vejo que se passaram alguns minutos, ligo para a fonte e pergunto se ela visualizou a mensagem (REPÓRTER 1, 2017, [informação verbal]<sup>14</sup>).

De modo geral todos os repórteres disseram que preferem trocar mensagens de áudio com as fontes entrevistadas por meio do aplicativo.

Deixo a critério da fonte escolher se responde por mensagem de texto ou em áudio. Às vezes peço que seja em áudio como uma forma de resguardar as informações caso a fonte negue o contrário sobre alguma informação (REPÓRTER 2, 2017, [informação verbal]<sup>15</sup>).

A escolha ao menos permite uma apuração menos formal que o texto escrito, por exemplo, embora a relação assíncrona não seja uma orientação dos jornais por não

---

<sup>13</sup> Entrevista concedida para este estudo pelo Repórter 2. [nov. 2017]. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

<sup>14</sup> Entrevista concedida para este estudo pelo Repórter 2. [nov. 2017]. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

<sup>15</sup> Entrevista concedida pelo Repórter 2. [nov. 2017]. Entrevistadores: Matheus Lopes e Thaynara Leite. Imperatriz, 2017. Anotações em diário de bordo.

permitir interpelações com a fonte e as respostas recebidas serem aceitas sem a criticidade que uma relação mais próxima e instantânea permitiria (PINTO, 2010; FOLHA DE S.PAULO, 2018).

## 5.6 ENVIO DE CONTEÚDO DURANTE A APURAÇÃO

Por fim, outra peculiaridade que mostra como o recurso interfere na rotina do veículo diz respeito ao compartilhamento das próprias matérias ou trechos delas com as fontes. Uma prática comum entre os repórteres que fazem uso do WhatsApp na apuração das notícias é enviar a matéria pronta ou trechos delas para as fontes envolvidas antes de encaminhá-la para o editor. Conforme explica o repórter 2 “para que a fonte tome nota de como saiu a publicação” e para dar espaço para que sejam feitas alterações “quando essas forem válidas, antes que a publicação fique registrada com informações equivocadas”.

A ação é uma decisão individual dos profissionais e mostra o quanto ainda se discute pouco sobre a linha editorial e as práticas que seriam padrão na empresa imperatrizense. Essa decisão, que parte do jornalista, pode comprometer a própria autonomia do veículo, uma vez que compartilhar o conteúdo antes de publicá-lo permite uma interferência direta da fonte e seus interesses na matéria proposta, além das questões sobre ao ineditismo do conteúdo que passa a ser pouco valorizada.

Tal decisão mostra, ainda, que o jornal como empresa não exerce um controle geral sobre as ações dos jornalistas e da sua edição. Além disso, tanto manuais antigos de redação, como o Manual de Redação e Estilo do Estado de S. Paulo (1975; 1983), quanto a nova edição do manual de redação do jornal Folha S. Paulo (2018) ponderam que não se deve enviar matérias para as fontes a não ser em casos excepcionais. Essa novidade que o aplicativo trouxe à rotina do Correio aparenta ter menos relação com a facilidade que a ferramenta agrega e mais com a insegurança dos repórteres e, substancialmente, com a falta de uma rotina jornalística determinada.

102

## 6 CONCLUSÃO

O WhatsApp transformou a rotina jornalística: agiliza e subverte fronteiras no contato com a fonte, encobre algumas deficiências estruturais dos veículos e possibilita uma aproximação direta entre a equipe de produção e os leitores, por meio de um canal de interação e participação. É bem verdade que todas essas possibilidades estão à mercê das orientações de cada empresa e de como ela está disposta a adotar a ferramenta, mas, efetivamente, em maior ou menor grau, o dispositivo interfere no jornalismo atual.

Pensando especificamente no trabalho apresentado aqui, o uso dessa ferramenta causa uma interferência que - diferentemente de muitas outras inserções tecnológicas -, por ela ser barata e, portanto, exigir menor investimento, pode promover mudanças tão ou mais radicais se comparada a dispositivos mais complexos. Efetivamente, quando se pensa em investimentos tecnológicos e possibilidades de mudanças nas redações com o emprego dessas ferramentas, os veículos maiores, com mais investimentos, saem na frente. Basta pensar em narrativas imersivas, acompanhamento de métricas, relações com audiência e outros. No entanto, mesmo sendo uma imprensa de interior, e com toda a limitação financeira que enfrenta – tendo um time de repórteres pequena, falta de transporte próprio, escassez de equipamentos profissionais, até a ausência de uma equipe voltada para (*factchecking*) checagem de boatos e notícias falsas e/ou mal apuradas etc. – o jornal *Correio Popular* tem mostrado um uso do



WhatsApp muito particular, inclusive como ferramenta para solucionar essas lacunas, haja vista a saída encontrada para substituir a versão impressa pela distribuição online via rede social; o uso da ferramenta para apurar e receber informações, já que não dispõe de investimento o bastante para reportagem presencial, nem equipe suficiente para dar conta das demandas diárias que uma apuração assim exige etc.

É bem verdade que nem tudo pode ser disfarçado, o amadorismo do veículo quanto à pouca preocupação com em relação à profissionalização do jornal, o que fica evidente quando se vê a foto de perfil do WhatsApp do veículo. A linguagem utilizada na interação com a audiência que ao mesmo tempo cria proximidade e gera *feedbacks*, tem ainda muitas características pessoais e intrínsecas do diretor do jornal, como o uso de expressões regionais, opiniões sobre times de futebol, parábolas etc., mas tudo isso permite refletir e debater sobre como a imprensa de interior se organiza e cumpre seu papel e sua relação com a tecnologia.

Mas dentro dos três subeixos definidos para análise, pauta, periodicidade e distribuição de conteúdo, foi possível reconhecer transformações que a inclusão do Whatsapp na rotina produtiva do jornal promoveu. A pauta não deixou de ser uma reunião, mas transportou-se para um ambiente digital, online, ubíquo e disponível a qualquer momento.

A periodicidade continua sendo importante no jornalismo, ainda dita seu funcionamento, mas a resposta das fontes não segurava a produção, vários contatos podem ser feitos e a matéria vai sendo produzida. Por fim, o terceiro eixo, de distribuição de conteúdo, permanece importante, assim como a necessidade de padronização do horário, que seria resultado de uma profissionalização desse modelo. Não que todos devam receber no mesmo horário, mas cada um no horário de preferência, aproveitando essa possibilidade que a ferramenta oferece.

É preciso ponderar que a adoção do Whatsapp pelo veículo foi feita de forma não planejada, conforme o aplicativo foi sendo incluído na rotina, mas ele foi ganhando importância e novos papéis. Ao mesmo tempo que podemos apontar um certo amadorismo em algumas ações, é preciso reconhecer que esse tipo de realização enriquece os estudos e os dados captados neles, aprende-se muito mais com a experiência do Jornal que decidiu experimentar um novo recurso.

Também vale ressaltar que a pesquisa de campo, o uso da abordagem etnográfica contribuiu para a compreensão das rotinas. Práticas como compartilhar a matéria com a fonte antes da publicação, fazer entrevistas de forma assíncrona, integrar reuniões de pauta a distância porque a redação é pequena e seus integrantes não atuam no mesmo horário, são reflexões que só foi possível verificar na inserção no campo e que jogam luz para práticas que de outro modo não seriam acessíveis. Indicadas ou não pelos manuais, adotadas ou não por veículos maiores, essas rotinas existem e são praticadas. Ou seja, levantam questionamentos sobre a área e suas práxis e não podem ser ignoradas ou levemente criticadas.

É possível questionar o quanto de inovação realmente é trazido, quanto há de novo em um jornal que é distribuído por aplicativo, ainda que seja fato que mudanças ocorreram e este artigo, a partir da investigação feita, traz um relato fiel de algumas dessas mudanças, embasando inclusive futuras pesquisas e experimentos profissionais.

Essa é uma reflexão que não acaba aqui, mas pode ser aprofundada, sobretudo na relação com a audiência, uma prática que o jornal explora, mas que não foi o foco específico desta investigação.

## REFERÊNCIAS

AGNEZ, Luciane Fassarella. **A convergência digital na produção da notícia**. Universidade Federal do Rio Grande no Norte, 2012. Dissertação (Mestrado em Estudos de Mídia) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Natal, p. 157. 2011.

AMARAL, Adriana; NATAL, Geórgia; VIANA, Luciana. Netnografia como aporte metodológico da pesquisa em comunicação digital. *Imaginário*, Porto Alegre, v. 13, n. 20, p 34-40, ago. 2008.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. LabCom, Covilhã, PT, 2007.

BENETTI, Márcia; STORCH, Laura. Jornalismo, convergência e formação do leitor. *Matrizes*. São Paulo, Ano 4, n. 2, p. 205-215, jan./jun. 2011.

BUENO, Thaísa. Utopia digital: Repensando o papel revolucionário das novas tecnologias em redações de jornais do interior. *Cambiassu: Estudos em Comunicação*, São Luís, MA, v. 19, n. 11, p. 128-137, jul./dez., 2012.

BUENO, Wilson da Costa. Caracterização de um objeto-modelo conceitual para a análise da dicotomia imprensa industrial/imprensa artesanal no Brasil. Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: 1977.

BUENO, Thaísa; REINO, Lucas S. Arraes. Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira. *Questões Transversais - Revista de Epistemologias da Comunicação*, São Leopoldo, RS, v. 5, n. 10, p. 125-135, jul./ dez., 2017.

CANVILHAS, João. **Webjornalismo**: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Covilhã (Portugal): Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação), S/data. Disponível em: <<http://www.bocc.uff.br/pag/canvilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2018.

\_\_\_\_\_. O localismo nos jornais do interior. *Revista Famecos*, Porto Alegre, v. 17, n. 3 p. 237-243, set/dez, 2010.

CARNEIRO, Cristine Gerk P. Adaptações Midiáticas ao Fluxo de Informações no Século XXI: WhatsApp na Redação de Jornal Impresso. In: XXXIX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, São Paulo, SP, 2016.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. v.1, Trad. Ronei de Vanâncio Majer; São Paulo: Paz e Terra, 1999,

COSTA, Letícia Maria da. Vozes dissonantes na Imprensa do Interior: A Produção e a Recepção do jornal "A Voz do Vale do Paraíba". Dissertação de Mestrado, Universidade Metodista de São Paulo: 2002.

DORNELLES, Beatriz. **Jornalismo "comunitário" em cidades do interior** – uma radiografia das empresas jornalísticas: administração, comercialização, edição e opinião de leitores. Porto Alegre: Ed. Sagra Luzzatto, 2004.

\_\_\_\_\_. O localismo nos jornais do interior. Porto Alegre: Revista Famecos, v. 17, p. 237-243, 2010.

EXTRA. Em dois anos, WhatsApp do EXTRA deu a volta ao mundo e chegou a 72 mil contatos. Rio de Janeiro: Extra, 29 set. 2015. Disponível em: <<https://extra.globo.com/noticias/brasil/em-dois-anos-whatsapp-do-extra-deu-volta-ao-mundo-chegou-72-mil-contatos-16576983.html>>. Acesso em: 16 jul. 2017.

FERREIRA, P.A. WHATSAPP, EXTRA? O uso de novas tecnologias no jornalismo impresso. Monografia de Conclusão do Curso de Comunicação Social - ECO -UFRJ, Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2014.

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

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª ed., São Paulo, SP: Atlas, 2008.

JENKINS, Henry. **A Cultura da Convergência**. São Paulo: Adolph, 2009.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Opinativo**. Campos do Jordão: Editora Mantiqueira, 2003.

MANUAL DE REDAÇÃO E ESTILO DO JORNAL O ESTADO DE S. PAULO. São Paulo: Moderna, 1983.

MESQUITA, Giovana. Já não se faz notícia como antigamente: as mudanças que a audiência tem provocado na relação com o jornalismo. In: XXXVIII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO – Rio de Janeiro, RJ, 2014. Disponível em: <<http://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-1613-1.pdf>>. Acesso em: 24 ago. 2018.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”** – o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

NGUYEN, An. O julgamento da notícia na cultura “caça-clique”: o impacto das métricas o jornalismo e sobre os jornalistas. *Revista Parágrafo*, São Paulo, v.4, n.2, p. 88-101. 2016. jul-dez. 2016.

NEWMAN, Nic ; LEVY, David. A. **Reuters Institute Digital News Report 2014**: Tracking the Future of News. Oxford: Reuter Institute, 2014. Disponível em: <<http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Reuters%2520Institute%2520Digital%2520News%2520Report%25202014.pdf>>. Acesso em: 15 set. 2018.

PALACIOS, Marcos (org.). **O que há de (realmente) novo no Jornalismo Online?** Conferência proferida por ocasião do concurso público para Professor Titular na FACOM/UFBA, Salvador, Bahia, em 21.09.1999. Disponível em (trecho): <<http://labcom-ifp.ubi.pt/files/agoranet/02/palacios-marcos-informacao-memoria.pdf>>. Acesso em: 7 ago. 2018,

PELLANDA, Eduardo Campos. Desdobramentos dos “olhares” móveis sobre o terrorismo em Londres: como as vítimas viraram repórteres. *Revista E-Compós*, São Paulo, v.10, n. 1, p- 173-186, dez. 2005.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. Intexto, Porto Alegre, RS, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan./jun., 2011.

PERUZZO, Cecília M. Krohling. Mídia regional e local: aspectos conceituais e tendências. *Comunicação e Sociedade*. São Bernardo do Campo: Póscom-Umesp, v.26, n. 43, p. 67-84, 1º sem. 2005.

PIMENTEL, Marcelo. Evolução do jornal Vale Paraibano: um estudo de caso sobre a reforma gráfica e editorial do jornal ocorrida no período entre os anos de 1994 e 1998. Dissertação de Mestrado, Metodista, 2000.

PIMENTEL, James. **Como utilizar o WhatsApp na minha empresa**: guia de bolso do aplicativo para o ambiente corporativo. Monografia de Especialização. Universidade Federal do Maranhão. 2016.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo Diário**. Publifolha: São Paulo, 2010.

PRIMO, Alex. **Interações em rede**. Porto Alegre: Ed. Sulina, 2013.

REINO, Lucas. A rastreabilidade como característica do ciberjornalismo. 5º Simpósio Internacional de Ciberjornalismo. **Anais**. Campo Grande – MS, agosto de 2014.

REIS, Marco Aurélio; THOMÉ, Cláudia de Albuquerque. Um olhar sobre o papel do WhatsApp nas redações dos principais jornais do Rio. *Comunicação & Informação*, Goiânia, GO, v. 20, n. 2, p. 95-112, jul./out., 2017.

SANTOS, T.E.S. Tribuna do Norte: a trajetória centenária do jornal mais antigo do interior do Estado de São Paulo. *Acervo Mídia Regional: Revista do Núcleo de Pesquisa e Estudos em Comunicação de Taubaté*. Taubaté, ano 3, n. 4, p. 85-85, 2º sem. 1998.

SILVA, Fernando F. Mobilidade convergente: Abordagem sobre a prática e os estudos do jornalismo móvel. Ícone, Recife, PE, v. 11 n.2, dez. 2009.

\_\_\_\_\_. Tecnologias móveis na produção jornalística: do circuito alternativo ao *mainstream*. In: *V CONGRESSO DA SBPJOR (CD-ROM)*. Aracaju-SE/Brasil, 2007.

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

\_\_\_\_\_. Uma história breve do jornalismo no Ocidente. In: \_\_\_\_\_(Org.). **Jornalismo: História, Teoria e Metodologia da Pesquisa**. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2008.

SPECHT, Patrícia Pivoto. O impacto da interatividade via WhatsApp na produção noticiosa do jornal Diário Gaúcho. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, Florianópolis, v. 15, n. 1, p- 40-51, jan – jul. 2018.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In BARROS, A. e DUARTE, J. (orgs.), **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006, pp. 98-109.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**: Porque as notícias são como são. v.1, Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye. *Making News. A study in the construction of reality*. New York: The Free Press, 1978.

WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença, 1987.