



O Papel das Redes Sociais na Rotina Produtiva das Empresas Jornalísticas de Imperatriz ¹

Carla Rejane Elias DUTRA²

Tháísa Cristina BUENO³

Universidade Federal do Maranhão (UFMA) - MA

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo analisar e descrever o uso das redes sociais e das ferramentas de interação na rotina produtiva dos veículos da grande imprensa de Imperatriz - MA. O estudo foi dividido em dois momentos: em 2011, entre os meses de abril e julho; e entre agosto e novembro de 2012. Ao todo foram avaliadas oito redações, de veículos de televisão, jornal impresso e *website*. O estudo baseou-se na metodologia híbrida, que mescla a pesquisa qualitativa e quantitativa. Tudo isso na intenção de entender o trabalho diário nos veículos de comunicação e saber se estão atualizados no que tange ao uso das ferramentas digitais no seu dia a dia.

PALAVRAS-CHAVE: Internet; Jornalismo; Mídias digitais; Redação.

TEXTO DO TRABALHO

Dentro das redações de jornais, em diferentes suportes, as ferramentas digitais possibilitam agilidade no processo de produção da notícia e de proximidade com leitor, dentre outras coisas que no fim das contas representam alteração nas suas rotinas produtivas.

É quase impossível pensar em uma equipe jornalística hoje, seja na TV, rádio ou jornal impresso, que não tenha sofrido alguma influência das ferramentas da Internet no seu modo de produzir e/ou divulgar as informações. Seja na aproximação com o público, seja na ampliação dos bancos de dados, seja na desterritorialização das fontes e do próprio conteúdo, o fato é que em alguma medida a rede acabou influenciando a produção e a divulgação da informação.

Em outras palavras, a rede mundial de computadores está no cotidiano da sociedade e sendo assim influencia diretamente o trabalho da imprensa, uma vez que esta é também

¹ Trabalho apresentado no IJ 5 – Rádio, TV e Internet do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 12 a 14 de junho de 2013.

² Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus de Imperatriz, email: carla__d@hotmail.com.

³ Orientadora do trabalho. Professora assistente do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Maranhão (UFMA), campus de Imperatriz, e-mail: thaisabu@gmail.com.



um reflexo do seu tempo. “O advento da Internet trouxe diversas mudanças para a sociedade. Entre essas mudanças, temos algumas fundamentais. A mais significativa é a possibilidade de expressão através das ferramentas mediadas pelo computador” (RECUERO, 2009, p. 24).

A partir dessa ideia de que o advento das mídias digitais promoveu alterações na rotina das diversas redações jornalísticas, surge esta pesquisa cuja meta é justamente entender como as empresas jornalísticas de Imperatriz que trabalham diretamente com a divulgação da notícia fazem uso dessas ferramentas e como estas promovem modificações na sua forma de gerir o conteúdo.

Imperatriz é a segunda maior cidade do Maranhão e pode ser considerada um médio centro urbano, com 250 mil habitantes, de acordo com o último censo do IBGE (2010). A cidade conta com 12 veículos de comunicação consolidados, no entanto, não há ainda uma pesquisa que mostre a evolução do uso da Internet dentro das redações.

Assim, a proposta deste trabalho veio justamente sanar essa lacuna. A iniciativa começou como projeto do GMídia, um grupo de pesquisa do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo, da UFMA de Imperatriz, na linha de pesquisa em Novas Tecnologias e Mídias Digitais, coordenado pelos professores Thaísa Bueno e Lucas Santiago Arraes Reino.

A primeira etapa da pesquisa foi realizada entre abril e julho de 2011, com dez empresas jornalísticas. Na segunda etapa, os dados foram atualizados em oito veículos de comunicação, considerados parte da grande imprensa da cidade. Foram incluídos na pesquisa emissoras de televisão, jornais impressos e um *site* de notícias, que “rotinizam” de forma tradicional – usam as ferramentas do telefone, entrevista realizada pessoalmente, levantamento de documentos, entre outros – o ambiente de produção da notícia.

As rádios foram excluídas nessa segunda etapa por não possuírem redações – técnicas de apuração, busca por pautas ou algo semelhante. Em Imperatriz, elas são veículos que apresentam em suas grades basicamente programas de entretenimento. Desse modo, elas não seriam relevantes para este estudo.

A proposta deste estudo foi mostrar como funciona o dia a dia das redações e entender de que forma os recursos disponibilizados pela Internet são inseridos na rotina dos veículos que se encontram distantes das capitais e de grandes centros urbanos. A ideia é, a partir do olhar para as empresas de comunicação de Imperatriz, entender parte da



realidade no interior do Brasil e perceber se a prática reflete as mudanças apontadas pelos autores como certas, a partir da disponibilidade das novas tecnologias.

O objetivo central do estudo foi analisar o uso das ferramentas digitais no cotidiano dos veículos da grande imprensa de Imperatriz. Saber como utilizam as redes sociais e as ferramentas de interação na rotina produtiva para mensurar efetivamente o seu papel modificador e utilitário em veículos cujas condições de trabalho estão longe de alcançar o modelo ideal dos grandes centros, como São Paulo e Rio de Janeiro, por exemplo.

Por isso a necessidade de entender a rotina produtiva das empresas jornalísticas de Imperatriz, sendo essa a maneira mais real de mostrar a interação dos profissionais no processo de produção do conteúdo, pois a proposta deste estudo, não é só mostrar o levantamento feito nos veículos de comunicação, pretende-se também, descrever quais empresas usam as redes sociais e ferramentas digitais na cidade, e substancialmente, entender em que medida elas alteram a prática jornalística no seu dia a dia. Para chegar ao desenvolvimento desta pesquisa foi necessária aplicação de levantamento bibliográfico, que identifica, localiza e obtém a bibliografia pertinente ao assunto. A pesquisa bibliográfica “é apresentação de um texto sistematizado, onde é apresentada toda literatura que o aluno examinou, de forma a evidenciar o entendimento do pensamento dos autores, acrescido de suas próprias ideias e opiniões” (STUMPF, 2009, p. 51).

O estudo baseia-se na Metodologia Híbrida, que mescla a pesquisa qualitativa e quantitativa. Machado e Palácios (2008) defendem que o modelo híbrido é mais democrático porque, ao ter acesso aos dados quantitativos, o pesquisador terá mais subsídios para pensar a organização e a escolha do enfoque na pesquisa qualitativa. Eles asseguram que o pesquisador, depois da averiguação quantitativa do seu objeto, cria suas categorias de análise com maior liberdade e com mais eficiência, por conta da aproximação do *corpus* de estudo.

Na primeira etapa do estudo, aplicaram-se questionários a todos os funcionários das redações das dez empresas jornalísticas analisadas, contabilizando 49 pesquisados entre repórteres, editores, chefes-de-redação e outros cargos ligados diretamente à produção de notícias. Para Duarte (2009), aplicar questionários é uma prática que dá subsídio inicial e permite aprofundar o entendimento dos resultados obtidos. As perguntas desse primeiro contato foram relacionadas ao uso das redes sociais e das ferramentas de interação (MSN, *G-talk* e outras ferramentas de bate-papo) nas redações dos veículos. Depois disso, fez-se um balanço geral de todos os questionários.



O recorte metodológico incluiu nesse primeiro momento quatro emissoras de televisão – “TV Mirante” (Globo), “TV Difusora” (SBT), “TV Nativa” (Record) e “TV Anajás” (Rede Vida); cinco rádios – “Rádio Mirante AM”, “Rádio Mirante FM”, “Rádio Difusora Sul”, “Rádio Terra FM” e “Rádio Nativa”; e um jornal impresso - “Correio Popular”. No entanto, na segunda etapa foram cinco emissoras de televisão – “TV Mirante” (Globo), “TV Difusora” (SBT), “TV Nativa” (Record), “TV Capital” (Rede TV) e “TV Anajás” (Rede Vida); dois jornais impressos – “Correio Popular” e “O Progresso”; e um *site* de notícias – “Do Minuto”.

Dos dez veículos da primeira etapa do estudo, cinco foram excluídos: as “Rádios Mirante AM e FM”; “Rádio Difusora Sul”; “Rádio Terra FM” e “Rádio Nativa”. Esses cinco veículos não foram atualizados, por não possuírem produção jornalística e não disporem de uma redação de fato, uma vez que todos eles dão prioridade a programações de entretenimento e programas terceirizados em suas grades. E ainda que divulguem notícias de hora em hora, foi constatado que esse conteúdo é exclusivo da Internet, ou seja, não há uma prática de apuração de modo que elas não se encaixem no perfil dos veículos que integram esta pesquisa.

Assim, uma vez selecionados os veículos que trabalham diretamente com a divulgação da notícia, no segundo momento, aplicaram-se questionários com os responsáveis por cada veículo, para saber um pouco da história e assim entender a evolução da empresa até o momento.

Para apresentar os dados coletados de maneira didática, o desenvolvimento deste trabalho distribui-se em três capítulos. No primeiro capítulo, pretende-se discutir os conceitos básicos de redes sociais e ferramentas digitais, bem como descrever as principais ferramentas que permitem a interação e potencializam modificações na rotina produtiva das empresas jornalísticas.

No segundo capítulo, discorre-se sobre o surgimento das oito empresas jornalísticas estudadas em Imperatriz, e tendo como ponto de partida relatos da quantidade de funcionários buscou-se também fazer uma descrição prévia de como é a rotina dos jornalistas e dos principais problemas e particularidades dentro dessas redações. Esse capítulo vai proporcionar um perfil completo do mercado imperatrizense no que tange à grande imprensa.

O terceiro capítulo mostra a análise do uso das redes sociais e das ferramentas na redação dos oitos veículos de comunicação com o intuito de mostrar como esses veículos fazem uso das ferramentas digitais, descritas em geral como revolucionárias. O



levantamento analítico vai mostrar como elas estão inseridas no dia a dia do jornalista da cidade e o como isso amplifica e dinamiza seu trabalho.

Apesar da apologia que alguns autores e pesquisadores, como Saad (2012) e Machado (2003), fazem ao uso das mídias sociais como ferramenta de mudança da prática jornalística, na realidade elas ainda não são amplamente utilizadas nas redações de cidades interioranas, como é o caso de Imperatriz.

Ainda distantes do que é preconizado nos livros, nos quais os autores defendem as redes sociais e as ferramentas de interação como plataformas do futuro que, certamente, farão parte dos ambientes comunicacionais, os veículos de comunicação maranhenses as utilizam de modo limitado. Isso ocorre, principalmente, porque os profissionais da mídia não entendem as potencialidades dessa tecnologia.

Nesta cidade do interior do Maranhão, os meios de comunicação se dizem adeptos dessas mídias sociais para serem caracterizados como veículos que estão dentro da modernidade. Entretanto, na prática, elas pouco alteram o cotidiano da produção diária de notícias. A maioria dos veículos só consegue pensar no uso dessas mídias no que tange à divulgação da própria marca e teme sua aplicação como uma forma de dispersão dos funcionários no trabalho.

Os próprios funcionários ainda são muito amadores no que diz respeito a entender efetivamente o uso dessas ferramentas. Eles não sabem em que e como usar esses recursos dentro das redações, pois não há instrução e nem treinamentos sobre como utilizá-las.

Apesar disso, notou-se que os funcionários, apesar da pouca capacitação para o trabalho, utilizam essas ferramentas em sua vida pessoal com o objetivo de manterem-se informados. Essa iniciativa é louvável, mas está longe de trazer uma mudança significativa na prática da imprensa na região, que fica muito focada no entretenimento. Para que ocorra uma mudança efetiva nos veículos de Imperatriz, o preconceito com essas ferramentas - que surge a partir de um jornalismo que carrega costumes e características do jornalismo tradicional – precisa ser extinto.

Tudo que é novo enfrenta resistência e uma adaptação lenta. Contudo, para entrar na concorrência de divulgar a notícia em primeira mão e, até mesmo, permanecer 24 horas no ar, informando sobre acontecimentos locais, estaduais, nacionais e mundiais, as redes sociais e as ferramentas de interação são as melhores opções. A presente pesquisa observou que se isso não acontecer, os veículos de Imperatriz ficarão para trás em relação aos grandes centros urbanos.



O fato da cidade ter só um *site* de notícias é uma mostra de como ainda está lenta a evolução das mídias digitais, colocando Imperatriz fora da realidade nacional. Além disso, os veículos concebidos como precursores do jornalismo na cidade pouco se importam em investir em tecnologias, se agissem de outra forma, poderiam ajudar a repaginar esses ambientes e ganhar uma maior notoriedade na cidade. As plataformas já existentes nesses veículos são usadas somente para divulgar conteúdos e não para produzir, fato que descaracteriza a verdadeira intenção da inclusão das mídias sociais nas empresas jornalísticas, que no caso é a de adquirir e propagar a notícia, além de facilitar a interação com o leitor.

Há alguns anos, o profissional do jornalismo se contentava em trabalhar com um gravador; papel e caneta; máquina fotográfica; telefone; e apenas um aparelho para digitar o texto. Além desses objetos, atualmente, o jornalista precisa de computador com Internet e, principalmente, das mídias sociais como suporte. A fase que o jornalismo de Imperatriz vivencia é uma realidade que nos centros urbanos já passou há muito tempo. Tendo como base a classificação⁴ de Marcos Palácios⁵, Imperatriz se encontra na segunda geração do Jornalismo na Internet, marcada por traços de um jornalismo tradicional, que ainda testa as potencialidades da *web*. Ao que se percebe, as empresas resistem ainda à inserção das mídias sociais, no que se refere a utilizá-las como suporte para produção de conteúdos e interação com o público. Para Palácios (2003), o certo é que os meios de comunicação busquem compreender os modos de articulação e as transformações das características dos múltiplos suportes existentes, no que se refere ao meio *online*, confrontando-os com as práticas que efetivamente têm lugar no cenário da produção jornalística contemporânea. Vale ressaltar que neste trabalho a intenção foi mostrar a potencialidade que as redes sociais e as ferramentas de interação têm nas redações das empresas jornalísticas de Imperatriz, que podem atingir um público maior

⁴1ª Fase: fase que era caracterizada pela reprodução dos conteúdos, tendo o jornal impresso como o único a distribuir conteúdos na Internet. Os outros veículos se limitavam a passar informações disponibilizadas no seu suporte convencional.

2ª Fase: momento em que o jornalismo tradicional começa a testar a potencialidade das mídias digitais, e ainda está acoplado ao simbolismo do jornal impresso.

3ª Fase: é um estágio que pressupõe base tecnológica ampliada, acesso expandido por meio de conexões banda larga, proliferação de plataformas móveis, redação descentralizada e adoção de sistemas que permitam a participação do usuário. Os dados são de BARBOSA, Suzana. Jornalismo digital e bases de dados: mapeando conceitos e funcionalidades. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-digital-bases-dados.pdf>. Acesso 11 de fevereiro de 2013.

⁵ Autor referência na classificação das três gerações do Jornalismo na Internet, que são citadas no texto de Suzana Barbosa (orientanda).



de interlocutores. Esta pesquisa não se propõe a um julgamento que avalie se os veículos estão certos ou errados no que tange ao uso dessas ferramentas, mas sim, quer contribuir com esse campo comunicacional, mostrando os pontos positivos e negativos do uso dessas ferramentas.

Este estudo não se encerra aqui, pois esta é uma discussão que ganha uma proporção além do que se pode ver. A rotina produtiva de uma redação jornalística sempre teve e terá inovações tecnológicas. No momento, as mídias sociais como Facebook, Twitter, MSN e *Gtalk*, entre outras, são as novidades que impulsionam a era do jornalismo digital. Como exemplo dessas inovações no meio jornalístico, pode-se citar o surgimento do telégrafo e depois o do telefone, assim como muitos outros. Assim, no futuro, a tendência é que as mídias sociais utilizadas atualmente possuam novas funções ou até mesmo que surjam novas ferramentas.

REFERÊNCIAS

AGNEZ, Luciane Fassarella. **A convergência digital na produção da notícia**: reconfigurações na rotina produtiva dos jornais Tribuna do Norte e Extra. 2011.

ASSUNÃO, Thais Silva. **Imprensa em Imperatriz-MA**: uma proposta de periodização dos jornais impressos (1932-2010). Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) - Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2011.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital e bases de dados**: mapeando conceitos e funcionalidades. Disponível em: < <http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-digital-bases-dados.pdf> >. Acesso em: 11 fev. 2013.

BRAMBILLA, Ana. Núcleo de redação: jornalismo. In: BRAMBILLA, Ana (Org.). **Para entender as mídias sociais**, 2011. Disponível em: <<http://www.slideshare.net/ontheclasse/para-entender-as-midias-sociais-9346257>>. Acesso em: 19 abr. 2011.

BUENO, Thaísa Cristina. Utopia digital: repensando o papel revolucionário das novas tecnologias em redações de jornais do interior. **Revista Cambiassu**, São Luís - MA, v. 19, n. 11, jul./dez. de 2012.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo da pirâmide investida a pirâmide deitada**. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>>. Acesso em: 15 jan. 2013.



CARNEIRO, Pollyanna Vieira. **Bom dia Imperatriz: um estudo sobre telejornais matutinos.** Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) - Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2010.

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

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

*KELLNER, Alexander Wilhelm Armin. **Novas tecnologias, tecnocidades e perspectivas de democratização.** Sage, 1999.*

LONGHI, Raqueli; SOUSA, Maíra de Cássia de. A dinâmica da notícia na internet: organizações jornalísticas e atores da rede. **Contemporânea/comunicação e cultura**, v. 10, n. 3, p. 511 – 529, set./dez. 2012.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas.** Salvador: Calandra, 2003.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marco. Um modelo híbrido de pesquisa: a metodologia aplicada pelo GJOL. In: BENETTI, Márcia; LAGO, Cláudia (Orgs.). **Metodologia da pesquisa em jornalismo.** 2 ed. Petrópolis – RJ: Vozes, 2008.

MIELNICZUK, Luciana. Sistemas de publicação em ciberjornalismo: rotinas produtivas. Disponível em: < <http://jornalismo.ufma.br/thaisa/files/2011/08/redacao.pdf>>. Acesso em: 9 jan. 2013.

MORAIS, Willian Castro. **O perfil do jornalista de Imperatriz nas emissoras de televisão, rádio e jornal impresso.** (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) - Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2010.

PALACIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo online: o Lugar da Memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos do jornalismo digital.** Salvador: Editora Calandra, 2003.

PINHEIRO, Roseane Arcanjo. Gênese da imprensa no Maranhão nos séculos XIX e XX. **Comunicação & Sociedade**, São Bernardo do Campo, Pós Com-Methodista, v. 29, n. 49, p. 43 - 64, 2007.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo Diário: Reflexões, recomendações, dicas e exercício.** São Paulo: Publifolha, 2009.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.



SAAD, Elisabeth. **O jornalista (brasileiro) na sociedade da informação**: repórter da realidade, arquiteto da virtualidade. Disponível em: <<http://njmt.incubadora.fapesp.br/portal/publi/beth/jornalista-brasileiro-na-era-dainformacao.pdf>>. Acesso em: 28 dez. 2012.

SILVA, Inara Souza. **Comunicação no ciberespaço abre novas funções para jornalistas**: o caso campo grande news. Disponível em: <http://jornalismo.ufma.br/thaisa/files/2012/11/Perfil_informacional_do_jornalista.pdf>. Acesso em: 03 jan. 2013.

SOUSA, Luzia de. **Bandeira 2**: estudo de casos do jornalismo policial da TV Difusora Sul de Imperatriz –MA. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) - Universidade Federal do Maranhão, Imperatriz, 2011.

STUMPF, Ida Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS. **Guia para elaboração de trabalhos científicos**. São Leopoldo, 2011.