

Whatsapp no jornalismo móvel: um recorte da realidade de quatro veículos alagoanos

Whatsapp in mobile journalism: a snapshot of four local news outlets in Alagoas-Brazil

André HOLANDA¹
Débora Hagestedt MUNIZ²
Patrícia Pereira MACHADO³

Resumo

Este artigo é resultado de pesquisa, através de questionário aplicado aos jornalistas de quatro redações de Alagoas. O objetivo principal é investigar se o uso do aplicativo para dispositivos móveis *WhatsApp* influencia na construção das matérias e sua interferência na rotina produtiva. Além disso, buscamos mapear detalhes do uso da ferramenta e os tipos de transmissão de dados entre a redação e os locais onde acontecem os fatos, mediados pelas figuras do repórter, da fonte, da assessoria de comunicação ou da população. Neste trabalho, foram pesquisadas as redações da *Tv Alagoas* (filiada da *SBT*), a rádio *CBN*, o jornal impresso *Gazeta de Alagoas* e o site *Cada Minuto*.

Palavras-chave

Jornalismo móvel; MOJO; *WhatsApp*; Alagoas.

Abstract

This paper is the result of a survey with journalists from four media outlets in Alagoas. The goal is to investigate whether the use of *WhatsApp* influences the construction of news as well as if it influenced a change in its routines of production. Additionally, we aim at mapping details about the use of the tool and the kinds of data exchanged daily between the newsroom and the places where the facts happened, mediated by reporters, sources, press office and population. The research studies newsrooms from *Tv Alagoas* (affiliated to the network *SBT*), *Radio CBN*, the newspaper *Gazeta de Alagoas* and the site *Cada Minuto*.

Keywords

Mobile journalism; MOJO; *WhatsApp*; Alagoas.

RECEBIDO EM 02 DE JUNHO DE 2016
ACEITO EM 05 DE JULHO DE 2016

¹ André Fabrício da Cunha Holanda é professor Doutor em Comunicação e Cultura Contemporânea, colaborador do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea da Universidade Federal da Bahia. Docente da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro. Pesquisador Pós-Doc financiado pelo programa PDJ do CNPq. Contato: andreholanda73@gmail.com
² Débora Hagestedt Muniz é jornalista pós-graduada em Comunicação Digital, Novas Mídias e Webjornalismo pela Universidade Tiradentes de Alagoas. Contato: debora.hagestedt@gmail.com
³ Patrícia Pereira Machado é jornalista pós-graduada em Comunicação Digital, Novas Mídias e Webjornalismo pela Universidade Tiradentes de Alagoas. Contato: patriciajornalista1@hotmail.com

Introdução

A cada inovação tecnológica da comunicação, muda-se a rotina produtiva das redações jornalísticas. O jornal impresso, por exemplo, deve seu nascimento a uma dessas mudanças. Quando Gutenberg inventou a imprensa em papel e possibilitou que o trabalho, antes feito manualmente, pudesse ser realizado pelas máquinas, abriu caminho para o surgimento de uma verdadeira indústria capaz de uma produção diária e massiva de informação. A evolução das tecnologias foi transformando a forma de construir e distribuir as notícias. Após a era do telegráfo, com a chegada dos gravadores de rolo e câmeras fotográficas e de vídeo mais portáteis, na década de 60, o jornalismo ganha a característica de se aproximar cada vez mais do fato a ser noticiado e o jornalista passa a ter a possibilidade de elaborar a notícia onde o fato acontece. Com o passar dos anos, as redações ganham novos suportes e equipamentos para agilizar a elaboração das matérias.

Porém, segundo o livro *Jornalismo Móvel*, de Fernando Firmino da Silva (2015), foi após o ano de 2010, com a difusão da internet 3G e dos dispositivos móveis, que a comunicação ganhou um caráter mais imediatista, transformando o jornalismo na prática caracterizada pela mobilidade e a criação de conteúdos diretamente no local do evento, conceito que chamamos de *Jornalismo Móvel* (SILVA, 2015, p.7). As redes sociais, os aplicativos *streaming* e de mensagens instantâneas passam a ser como plataformas essenciais para a distribuição, monitoramento e divulgação do conteúdo, o que tira do jornalista a antiga ideia de acesso exclusivo aos fatos. Hoje, munido apenas de um dispositivo móvel com internet, qualquer cidadão pode publicar um acontecimento na hora em que ele acontece, exigindo do jornalismo uma adaptação capaz de adotar novas medidas que acompanhem a velocidade das informações. As práticas do jornalismo contemporâneo deram novos conceitos ao que era praticado nos meios de comunicação tradicionais:

Definimos, assim, na perspectiva da produção, o jornalismo móvel como a utilização de tecnologias móveis digitais e de conexões de redes sem fio pelo repórter na prática jornalística contemporânea visando ao desenvolvimento das etapas de apuração, produção e distribuição de conteúdos do campo ou de transmissão ao vivo. Nesta instância, o conceito dialoga com esse processo de convergência jornalística em curso nas organizações e com a

expansão da mobilidade. Grosso modo, jornalismo móvel digital incorpora o “móvel” de mobilidade e o “digital” da digitalização do aparato técnico utilizado para conferir um rearranjo às rotinas produtivas no jornalismo e ao consumo de notícias. (SILVA, 2015, p.11).

Atualmente, o aplicativo *WhatsApp* de mensagens multiplataforma em dispositivos móveis tem provocado mudanças comportamentais na comunicação entre as pessoas, auxiliando a divulgação e intensificando um dos conceitos definido por Henry Jenkins (2013, p. 20), como a capacidade de espalhar informações. Por meio deste aplicativo, é possível produzir texto, áudio, transmissão de vídeo e foto, o que abre a possibilidade de transformá-lo em um canal de contato eficaz entre o repórter/população e a redação.

Este artigo traz o resultado da pesquisa que investigou a utilização do *WhatsApp* no processo de construção da notícia, no intuito de entender se a ferramenta mudou ou não a rotina produtiva em algumas redações de Alagoas. Para isso, foram escolhidos meios de comunicação distintos: televisão, rádio, jornal impresso e portal de notícias. O estudo para conclusão do curso da pós-graduação em Comunicação Digital, Webjornalismo e Novas Mídias, na Universidade Tiradentes, no ano de 2015, foi feito a partir de questionário enviado às redações de cada um dos veículos, de modo a tomar com detalhes as impressões da rotina produtiva das redações e apontar os caminhos para uma futura análise do jornalismo móvel em Alagoas. Os resultados foram descritos de forma quantitativa para as questões fechadas e de forma qualitativa por meio dos depoimentos. O estudo recebeu ainda uma atualização em maio de 2016 através de um questionário para os jornalistas dos mesmos veículos pesquisados inicialmente. Nesse segundo momento, estudamos o impacto da decisão judicial que suspendeu o uso da ferramenta por 72h em todo território nacional.

Inicialmente o presente estudo contextualizará o jornalismo transformado pela tecnologia móvel e como isso impactou na forma de realizar o trabalho. Posteriormente especificará os suportes e ferramentas que mudam as rotinas produtivas nas redações. O artigo irá trazer o contexto alagoano e o resultado da pesquisa sobre o uso do *WhatsApp* nas redações jornalísticas escolhidas. Por fim, apresentará os depoimentos das fontes escolhidas a partir das suas posições estratégicas nas redações (produtor, editor e chefia de reportagem) para reforçar a análise da

ligação do *WhatsApp* com as redações jornalísticas, na ocasião em que o aplicativo foi suspenso por ordem judicial.

A análise do modo como o *WhatsApp* é utilizado no jornalismo alagoano permitirá posteriormente uma reflexão mais aprofundada sobre como o Jornalismo Móvel se comporta no Estado e quais são as principais barreiras e benefícios da sua utilização.

Mudanças nas rotinas produtivas – o *whatsapp* no jornalismo

Entre os diversos aplicativos para dispositivos móveis que contribuem para a facilidade da comunicação, está o *WhatsApp*, que em pouco tempo mudou, mais uma vez, a forma de utilizar o dispositivo móvel. O aplicativo permite a troca de mensagens instantâneas com texto, imagens, vídeos e áudio, sem pagar por SMS⁴, apenas utilizando a internet. Em sua página na internet, o aplicativo é apresentado da seguinte forma:

WhatsApp Messenger é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS. Está disponível para *iPhone*, BlackBerry, Android, Windows Phone, e Nokia e sim, esses telefones podem trocar mensagens entre si! Como o *WhatsApp Messenger* usa o mesmo plano de dados de internet que você usa para e-mails e navegação, não há custo para enviar mensagens e ficar em contato com seus amigos. Além das mensagens básicas, os usuários do *WhatsApp* podem criar grupos, enviar mensagens ilimitadas com imagens, vídeos e áudio. (Site oficial do *WhatsApp*, 2015).

O fato é que, além de se tornar um útil instrumento, entre a redação e o repórter, ou entre redação e a assessoria de comunicação de diversos órgãos, o *WhatsApp* também tem sido uma forma de aproximar da população da construção da notícia. Por meio do crivo editorial do veículo é feita a triagem de fatos que podem virar notícias. O veículo pioneiro a utilizar o recurso foi o Jornal *Extra*, do Rio de Janeiro, em 2013.

O uso do *WhatsApp* foi uma consequência da experiência do "Repórter 3G" do *Extra* e da utilização da tecnologia móvel de

⁴ Em agosto de 2015, o então ministro das Comunicações, Ricardo Berzoini, declarou que os serviços online *WhatsApp*, de mensagens instantâneas, e Netflix, de streaming de vídeo, precisam ser regulamentados por competirem com os fornecidos por empresas brasileiras que já têm suas atividades definidas pela legislação brasileira. Para Berzoini, as empresas de telecomunicações possuem pouca oportunidade de prestar outros serviços, mas têm de arcar com diversas obrigações regulatórias e de investimento.

modo a incentivar o jornalismo colaborativo através de canal com o seu público. A experiência favorece o caso de furos de reportagem pelo recebimento exclusivo de vídeos, fotos e textos do público que viram reportagens. Dados do projeto revelam que os números de WhatsApp do Jornal Extra receberam em dois anos do projeto, entre junho de 2013 e junho de 2015, 4 milhões de mensagens, além de fotos (112 mil), áudios (14 mil) e vídeos (13 mil). Esse conteúdo originou no período a publicação de 3.500 reportagens para o Extra no online e na edição impressa. (SILVA APUD CARREIRO, 2015, p. 30).

No caso citado pelo autor Silva, referente ao Jornal *Extra*, o repórter trabalha munido de um “kit de jornalista móvel”, com notebook, *smartphones*, carregadores veiculares, atualizando as notícias diretamente do local de apuração sem precisar voltar para redação para finalizar o material produzido. “Essa experiência de jornalismo aplicado problematiza a relação entre as tecnologias móveis e o jornalismo via apropriações dos potenciais e os tensionamentos que derivam desses usos.” (SILVA, 2015, p. 28)

Uma pesquisa realizada pela agência de notícia britânica, *Reuters*, divulgada em junho de 2015 no *Digital News Report* (NEWMAN; LEVY; NIELSEN, 2015), analisou o comportamento dos consumidores de notícias em 12 países e o resultado mostrou que, diferente dos outros países, no Brasil o *WhatsApp* se tornou uma importante fonte social de notícia, cerca de 34% da população brasileira utiliza o aplicativo para se informar. Entre as populações entrevistadas, os brasileiros também são os que mais consomem notícias por redes sociais (70%); os que mais compartilham notícias por redes sociais e e-mail (47%); os que mais comentam notícias por redes sociais (44%) e os que mais consomem notícias online (72%).

O contexto do jornalismo alagoano

Segundo o levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2013, 17,7% dos domicílios alagoanos têm acesso à internet exclusivamente mediante *smartphones* e *tablets*. Os internautas que acessavam a rede mundial por meio de computadores eram 38,2%. O levantamento apontou que a conexão em banda larga fixa estava presente em 65% deles, e a banda larga móvel em 53,5%. A média de internautas que utilizavam rede móvel de dados em Alagoas naquele ano supera a registrada no Brasil.

O mapeamento da Agência Nacional de Telecomunicações (ANATEL) sobre a velocidade da Banda larga no Brasil mostrou que a

capital alagoana possui cerca de um milhão e duzentos mil pontos de acesso à internet, com velocidade de 2 a 12 Mbps (velocidade de transferência de dados). O que chama a atenção é que, segundo o último censo do IBGE, realizado em 2010, a população de Maceió é de 932.748 habitantes.

Após a popularização da internet, o processo de construção das notícias não é mais estático e conta com a participação da população. A cobrança por informações instantâneas e atualizadas de forma ágil pressionou os empresários dos meios de comunicação a adaptarem as redações jornalísticas com novas ferramentas tecnológicas. Apesar de uma resistência para novidades, as mudanças também chegaram aos veículos alagoanos. Através da escolha dos diversos meios de comunicação, este estudo pode registrar o desempenho e uso da tecnologia móvel no Estado.

A primeira parte da pesquisa foi realizada através de questionário com treze perguntas, sendo oito questões fechadas e cinco abertas. O link (*Google Docs*) e o resumo do trabalho proposto foram enviados a jornalistas de quatro veículos de comunicação por e-mail, entre os dias 17 de agosto e 04 de setembro de 2015. A segunda parte da pesquisa foi realizada entre os dias 16 e 17 de maio de 2016, através de uma pergunta única em contato direto com editores de conteúdo nas mesmas redações jornalísticas ouvidas na primeira etapa.

Os veículos escolhidos para a pesquisa foram: *TV Alagoas* (afiliada da SBT), jornal impresso *Gazeta de Alagoas*, site *Cada Minuto* e a rádio *CBN*:

- **TV Alagoas** – Afiliada do SBT. Fundada em 30 de janeiro de 1982, pelo grupo Sampaio de Comunicação, a emissora foi vendida em 2010 para o grupo SOPC - Sistema Opinião de Comunicação, que agrega os seguintes veículos: TV Alagoas - 5 VHF (SBT); TV Borborema - 9 VHF (SBT); TV Clube João Pessoa - 10 VHF (Band); TV Clube Recife - 9 VHF (Record); TV Ponta Negra Natal - 13 VHF (SBT). Em Alagoas, o Sistema Sampaio de Radiodifusão possui os veículos: Sampaio 870 AM; Sampaio 92.5 FM; TV Alagoas - 5 VHF (SBT).
- **Jornal *Gazeta de Alagoas*** – Jornal impresso mais antigo do Estado, criado em 1934. Segundo a empresa, o jornal tem uma participação e a leitura habitual de 87%. Periodicidade: terça a domingo. Por ser o jornal mais antigo em circulação, a *Gazeta* pode, por meio de seus profissionais, especialmente os de

maior tempo na casa, descrever com mais precisão e experiência o significado dessa mudança multimídia na forma de fazer jornalismo.

- **Portal Cada Minuto** – Lançado em 2009, o portal é constituído de conteúdos noticiosos dentro dos padrões de sites de notícias em uso no país. Um diferencial neste meio de comunicação está na capilaridade das notícias, com sucursais em praticamente todas as regiões do estado, e na grande participação dos internautas na transmissão de informações que alimentam a página.
- **Rádio CBN** – FM 104,5. Sistema Correio de Rádio. Fundada em 1991, a Central Brasileira de Notícias (CBN) foi pioneira ao utilizar o formato allnews no Brasil. Em Alagoas, a CBN faz parte do Sistema Correio de Rádio, que agrega as rádios: Correio AM 1200, Rádio Correio Água Branca FM 88.9; Rádio Correio Delmiro Gouveia FM 91.9; Rádio Correio Joaquim Gomes FM 90.5; Rádio Correio Matriz FM 91.7; Rádio Correio Murici FM 88.5 e Rádio Correio Porto Real FM 98.5.

O WhatsApp nas redações alagoanas

De 50 jornalistas das respectivas redações contatados, 21 responderam o questionário. A maioria dos participantes, que responderam o questionário, 47,6% atua no jornal impresso; o segundo maior número de entrevistados, 28,6%, trabalha no telejornalismo; já os que atuam na redação do site respondem por 19% e os profissionais da rádio se referem a 15% do total da pesquisa. A identidade de cada jornalista foi mantida em sigilo. Para garantir que cada entrevistado respondesse apenas uma vez, o *Google Docs* registrou o IP de cada máquina usada para a pesquisa, impedindo o reenvio das respostas.

Entre os entrevistados, 81% são jornalistas do sexo feminino e 19% masculino. A pesquisa constatou que a maioria dos entrevistados (47,6%) atua na área há pelo menos 11 anos; 33,3% têm entre seis e dez anos de carreira. A maioria, 33% ocupa a função de repórter; 28,6% respondem pelas editorias; 14,3% trabalham como produtores; 9% são chefes de reportagem, os demais estão entre os cargos de editor chefe, editor executivo e apresentador.

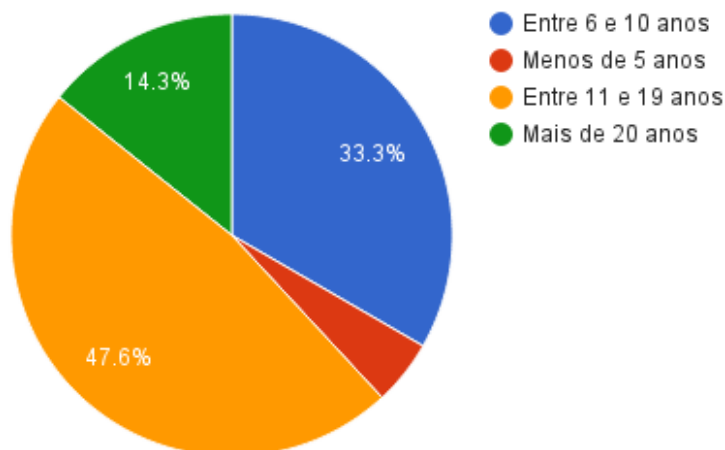


Figura 1: Gráfico do tempo de atuação dos jornalistas entrevistados

Fonte: pesquisa dos autores realizada no *Google Docs*

Cerca de 60% dos entrevistados afirmou que as redações nas quais trabalham têm um *smartphone* com o aplicativo *WhatsApp* de uso comum. Segundo eles, o uso é para o recebimento de imagens, vídeos e textos e áudios; apuração de notícias; contato entre redação e repórter. Entre os jornalistas, 99% também utilizam o *WhatsApp* com o número pessoal com a mesma finalidade.

A pesquisa questionou quantos profissionais integram grupos no *WhatsApp* de divulgação de informações por meio de assessorias de comunicação de órgãos oficiais. Apenas três jornalistas (todos eles de jornal impresso) não fazem parte de grupos de assessorias no *WhatsApp*, os demais participam entre três e seis grupos deste tipo.

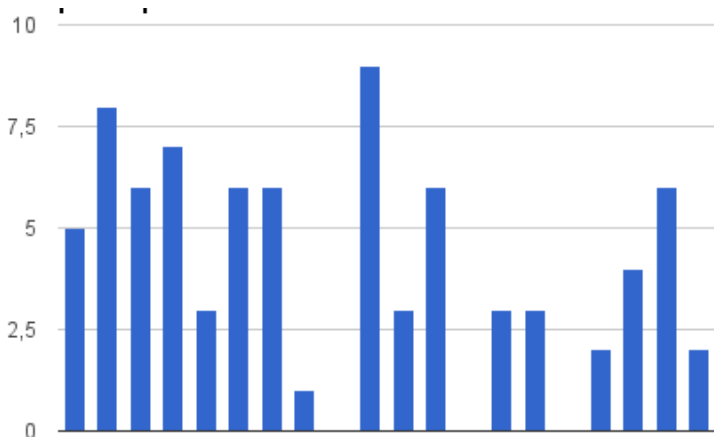


Figura 2: Gráfico com a média de grupos de assessoria de imprensa no WhatsApp que jornalistas das redações fazem parte

Fonte: pesquisa dos autores realizada no *Google Docs*

A partir da observação dos resultados do questionário, a pesquisa quis analisar como os jornalistas qualificam fatores como: veracidade, confiabilidade da fonte, precisão de fatos, profundidade da informação. Para isso, foi perguntado se existem critérios ou políticas de uso do aplicativo, estabelecidos pela redação. Dos entrevistados, 23,80% o responderam que existe um critério determinado enquanto 73,19% afirmaram que não existem critérios. Observamos, porém, que a pergunta foi interpretada de diferentes maneiras, uma vez que jornalistas da mesma redação tiveram respostas divergentes. Conforme os depoimentos, profissionais afirmam haver política de uso do aplicativo nas redações estabelecendo como regra a publicação de informações de uso comum:

□ “No grupo com os repórteres, editores e outras pessoas da empresa, o objetivo é a troca de informações sobre pautas, avisos da empresa e temas que estejam ligados ao jornalismo.” (ANÔNIMO, Editor de conteúdo do site Cada Minuto, 2015);⁵

□ “É permitido apenas o envio de informações de trabalho, nada de brincadeiras, mensagens de autoajuda ou vídeos que fujam de assuntos profissionais. Do contrário, o membro é excluído.” (ANÔNIMO, Apresentador da TV Alagoas, 2015)

Apesar de a maioria dos entrevistados afirmar que não existe um critério ou política de uso determinado pela linha editoria dos jornais, os jornalistas garantiram haver cuidado com apuração do fato, checando a informação com órgãos oficiais e buscando mais detalhes com a fonte.

Sobre a avaliação do uso da ferramenta *WhatsApp* na apuração das notícias, 80,95% dos profissionais avaliaram como positiva e os demais não manifestaram opinião. A maioria acredita que o aplicativo proporcionou mudanças na rotina produtiva das redações. Os pontos que tiveram maior destaque entre os entrevistados foram: agilidade, facilidade e praticidade.

“Em menos de cinco anos, o processo de apuração da notícia sofreu mudanças com a inserção de diversas ferramentas (aplicativos e redes sociais). Facilitou a apuração e o contato com entrevistados”, afirmou um dos entrevistados que ocupa o cargo de editor de conteúdo no site *Cada Minuto*. Um produtor da *Tv Alagoas* destacou a mistura da vida pessoal com profissional: “Muita mudança. Agilidade, facilidade, mas também

⁵ Nesta pesquisa todos os depoimentos foram anônimos, sendo socializado apenas o cargo e o local de trabalho. Portanto, todos os autores das citações extraídas deste questionário serão identificados como ANÔNIMOS, somado ao cargo, local de trabalho e o período que o questionário foi aplicado.

muito estresse, já que necessitamos que todos estejam online no momento que precisamos nos comunicar.” Apenas um entrevistado, que ocupa a função de produtor na rádio *CBN*, acredita que, apesar de positivo, o uso do aplicativo, não implicou em mudanças na rotina produtiva.

Para 85,71% dos jornalistas que responderam a pergunta sobre a participação da população no processo de construção das notícias através do aplicativo estudado, garantiram que a distância entre a redação e a comunidade foi significativamente reduzida.

Em muitos casos, a notícia só tem sentido com a contribuição que a população dá através do aplicativo. Em caso de chuvas, acidentes ou eventos, as informações (fotos e vídeos) enviadas são muito importantes. Principalmente quando as distâncias impedem que um repórter vá ao local. Só reforça o jornalismo colaborativo open source. (ANÔNIMO, Editor do site *Cada Minuto*, setembro 2015).

Em seu depoimento, um repórter do site *Cada Minuto* afirma que o aplicativo é uma via de mão dupla, facilita o acesso a informações relevantes, mas, por outro lado, as informações que não rendem ou atendem aos critérios de notícia são motivo de reclamação por parte de quem envia a informação:

A população nos passa informações a que normalmente não teríamos acesso. Porém, pessoalmente, através de ligação telefônica e agora *WhatsApp*, existe uma cobrança por parte das pessoas que enviam e que algumas vezes não entendem como funciona o processo. (ANÔNIMO⁶, Repórter do site *Cada Minuto*, setembro 2015).

Após o processo de avaliação da ferramenta, da opinião sobre as mudanças de rotinas produtivas nas redações e da intensidade da participação da população na construção da notícia através do *WhatsApp*, a pesquisa quis entender sua relevância na redação. A pergunta se limitou a verificar se o aplicativo é essencial ou se é classificado apenas como mais uma ferramenta para facilitar o trabalho, mas que pode ser dispensável. Entre os entrevistados, 51% qualificaram como indispensável, considerando seu uso fundamental para a rotina de trabalho jornalístico.

⁶ Nota dos autores: Todas as entrevistas foram realizadas de forma anônima sem a necessidade de identificação do entrevistado. Levou-se em conta apenas a função desenvolvida por cada jornalista entrevistado.

19,04% disseram identificar a importância, mas ainda não classificam como essencial, assim como o telefone e a internet, por exemplo. 9,8% dos profissionais responderam que é apenas mais uma ferramenta da comunicação, assim como as redes sociais e outros 19,04% não emitiram opinião.

Ao fim da pesquisa, perguntamos se os entrevistados tinham algum caso curioso ou que gostariam de ressaltar sobre o uso do aplicativo no seu trabalho. Extraímos os relatos que consideramos mais expressivos para ilustrar, com elementos factuais, como o *WhatsApp* foi integrado à prática de trabalho. O jornalismo colaborativo que esse tipo de ferramenta pode proporcionar foi um dos assuntos tratados entre os entrevistados. No site, por ser ambiente Web, a colaboração já auxiliou com informações, fotos e vídeos, mas até mesmo no jornal impresso usuários do *WhatsApp* conseguiram contribuir de forma relevante.

No meio em que trabalho, o impresso, o *WhatsApp* é uma importante ferramenta de envio de imagens. Algumas vezes, foi a imagem enviada via *WhatsApp*, por um leitor de um município distante de Maceió, que ganhou destaque nas páginas do jornal. (ANÔNIMO, Chefe de Reportagem do jornal *Gazeta de Alagoas*, setembro 2015).

No telejornalismo existe a possibilidade do telespectador substituir a tela da televisão pela do celular e, por isso, muitos jornais estão adotando o uso de aplicativos de dispositivos móveis para estimular a audiência do público através de uma convergência das mídias. Assim, quem assiste ao programa televisivo pode participar com mais efetividade na construção do conteúdo e, por outro lado, o jornalista pode ter mais uma fonte para recorrer na falta de informações. Um repórter da *TV Alagoas* destacou como fato curioso o caso em que foi preciso checar uma marcação da pauta diretamente com a fonte, sem passar pelo intermediário da redação.

Certa vez, nossa equipe estava com dificuldade para encontrar um campo de futebol na periferia. O endereço da pauta estava errado. Enviei mensagem via *WhatsApp* pra uma fonte com fotos de possíveis locais (havia vários campos pelo bairro) e ela me indicou que o lugar não era nenhum daqueles, até que descobrimos que estávamos no bairro errado também. No final das contas, a luz caiu e outra equipe no outro dia fez as imagens. (ANÔNIMO, Repórter da *Tv Alagoas*, setembro 2015).

As informações chegam de forma bruta à redação e passam por um crivo editorial. Os jornalistas destacaram que checar os fatos é essencial. Se informações falsas poderiam chegar por outros meios, com os aplicativos de mensagens instantâneas elas se espalham mais rápido e multiplicam-se facilmente. Esse foi um dos principais pontos de reclamação, pois os jornalistas demandam muito tempo na apuração do “fato” falso.

Quando se espalha uma notícia que veio de outro estado, mas que não está acontecendo aqui, por exemplo. As pessoas reproduzem, compartilham sem checar a veracidade. Teve um caso de um surto que estava acontecendo na Bahia e disseram que era em Alagoas. Também houve um sequestro no Norte do Brasil. (ANÔNIMO, Chefe de reportagem do *Jornal Gazeta de Alagoas*, setembro 2015).

Mesmo com a pesquisa concluída em setembro, resolvemos dar maior sustentação à análise do impacto do *WhatsApp* nas rotinas produtivas das redações jornalísticas. Sendo assim, acrescentamos o segundo momento do estudo analisando o caso em que a ferramenta foi suspensa pela Justiça brasileira por pouco mais de 24h. No dia 02 de maio de 2016, um juiz de Sergipe ordenou o bloqueio do aplicativo por 72h, atendendo a um pedido feito pela Polícia Federal, com a alegação que o *WhatsApp* se recusou a quebrar o sigilo de mensagens em uma investigação de tráfico de drogas que corre em segredo de justiça.

Em nota, o *WhatsApp* informou que a decisão punia mais de 100 milhões de brasileiros para “nos forçar a entregar informações que afirmamos repetidamente que nós não temos”. Segundo o portal de notícias da Rede Globo (g1.globo.com), o Comitê para a Proteção dos Jornalistas, uma organização internacional de defesa da liberdade de imprensa, manifestou preocupação em relação à decisão da Justiça. O comitê afirmou que o bloqueio da plataforma é um engano que viola a natureza aberta da internet e prejudica desproporcionalmente o fluxo de informações.

A suspensão também atingiu a rotina de metade das redações jornalísticas analisadas neste estudo. A fim de verificar a influência do aplicativo na apuração, produção, construção e envio de notícias, estabelecemos um segundo momento da pesquisa, questionando produtores, editores e chefes de reportagem (um grupo chave nesse processo) sobre as consequências.

Na produção da *TV Alagoas*, a suspensão prejudicou o andamento dos trabalhos.

Primeiro porque na função da produção já existem os grupos (exemplo: Ministério Público Estadual, Polícia, Bombeiros e entre os jornalistas para discutir e propor pautas) e o *WhatsApp* torna essa comunicação mais fácil e rápida. Então, no dia do bloqueio foi como se estivéssemos voltado ao passado, precisei do telefone para apurar tudo. Também temos o *WhatsApp* da *TV Alagoas*, por onde recebemos várias denúncias e nesse dia não tivemos nada. A sensação de estar acontecendo tudo na cidade e não estarmos sabendo nada foi terrível. O aplicativo se tornou uma ferramenta fundamental para a produção, assim como para a *TV Alagoas*, porque o contato com o público está mais próximo. (ANÔNIMO, Produtor da *Tv Alagoas*, maio de 2016).

A mesma opinião foi compartilhada pela editora do portal de Notícias *Cada Minuto*.

Foram poucos os relatos, mas no geral a principal dificuldade sentida foi na recepção de informações. Praticamente todas as assessorias de Alagoas usam o *WhatsApp* para compartilhar releases, sugestões de pauta e avisos de coletiva. Apesar de ter durado menos de 24 horas, o dia acabou sendo mais parado que o normal. A Ascom da Polícia Rodoviária Federal recorreu ao aplicativo de mensagens Telegram e montou um grupo com os jornalistas por lá. Os repórteres diziam: Como fazer jornalismo sem *WhatsApp*? Minhas fontes para fechar uma matéria estavam no *WhatsApp*. Vou ter que esperar 72 horas! Também foi 'difícil' se comunicar, já que quando há pauta, o repórter que vai cobrir passa as informações para a redação pelo WA. Então fotos, vídeos e falas atrasaram. (ANÔNIMO, Editor do site *Cada Minuto*, maio de 2016).

Já nos casos da produção da *Rádio CBN* e da chefia de reportagem do jornal impresso *Gazeta de Alagoas*, a paralização temporária do aplicativo não interferiram na rotina de trabalho.

A redação da *Gazeta de Alagoas* não usa *WhatsApp* como meio de comunicação para produzir pautas ou entrevistas. Temos um grupo da redação para conversarmos com produção, reportagem e edição. Quando o repórter tem oportunidade, entrevista usando o próprio número de *WhatsApp*. Desta forma o bloqueio do aplicativo não interferiu de maneira significativa no trabalho. Sem o *WhatsApp* recorremos ao "velho" e bom telefone, que ainda é o nosso meio de comunicação mais utilizado. (ANÔNIMO, chefe de reportagem do jornal *Gazeta de Alagoas*, maio de 2016).

Preferimos ligar, *WhatsApp* só em último caso. Normalmente, fechamos a agenda ou a deixamos bem preenchida nos dias de sexta-feira ou segunda. (ANÔNIMO, produtor da *CBN*, maio de 2016).

Considerações finais

O jornalismo está posicionado como uma prática social marcada pelo artifício de reinvenção constante. O uso de tecnologias móveis digitais e de conexões online sem fio revolucionou a prática jornalística, transformando todas as etapas de apuração, produção e distribuição de informações. Assim, o jornalismo móvel e digital vem conferindo novo dinamismo nas rotinas produtivas no desenvolvimento da notícia.

As redações alagoanas têm se apropriado das ferramentas tecnológicas disponíveis na atualidade, mas essas mudanças de formato na produção de conteúdo não foram, até então, registradas pelos veículos de comunicação como marcos dos processos produtivos do jornalismo. O *WhatsApp* surgiu e foi absorvido automaticamente, sem qualquer projeto prévio e detalhado de impactos, interferências, vantagens e desvantagens em seu uso, menos ainda com levantamento de dados ou a preparação de profissionais destinados à acompanhar e triar informações que mapeiam o desempenho do aplicativo estatisticamente, como fizeram diversos grupos de comunicação cariocas.

Isso quer dizer que não há planejamento juntos as equipes nas redações ou metodologia de uso, configurando certo amadorismo na utilização dessa ferramenta. A prova disso está no percentual de profissionais que afirmaram não haver qualquer critério determinado pela linha editorial dos jornais. Outro aspecto importante detectado pelo estudo foi à resistência de veículos tradicionais, como televisão e jornal impresso (sendo veículo o segundo o maior do Estado), em aderir ao aplicativo *WhatsApp* de forma oficial, abrindo para a sociedade o novo canal oficial de comunicação.

A convergência da produção de conteúdos em uma só empresa; a criação de redações multimídia; a disputa por novos mercados e mudanças nas condições econômicas da empresa de comunicação; à fusão dos limites entre o jornalismo e outras profissões; a redefinição dos conceitos de liberdade de expressão e informação; o desafio de dissociar as fronteiras entre público e privado, entre os meios de massa e os meios de comunicação privados; a revisão dos padrões e normas éticas; a imposição de novas tecnologias nas redações e a emergência de novos

estilos e gêneros culminam em um cenário ainda mais abrangente e transformador para o jornalismo.

O “jornalismo móvel digital” pode ser considerado o modelo de comunicação atual que responde melhor e mais rapidamente às necessidades fundamentais para manter vivo o organismo essencial da notícia. Tal condição, no entanto, não exclui a redação física como ponto de concentração na tomada de decisões estratégicas e controle do fluxo de informações. A redação portátil dá um sentido diferente ao modelo convencional de produzir conteúdos, influenciando e alterando a produção da notícia, combinada agora com a velocidade da emissão por meio das tecnologias digitais, daí sua possível dependência de parte significativa dos jornalistas à tecnologia. Neste modelo, os repórteres ocupam uma posição simbólica, tendo como função transmitir a informação no centro dos acontecimentos.

Ao mesmo tempo em que, atualmente, o “jornalismo móvel digital” é essencial para manter ativo o ciclo de vida da notícia, ele também intensifica os problemas enfrentados na construção do jornalismo factual. O volume das informações que são difundidas no *WhatsApp* podem aumentar o tempo de apuração e produção de matérias. A necessidade da velocidade e instantaneidade da publicação do fato têm gerado diversas notícias precipitadas e cabe aos jornalistas demandar mais tempo para a verificação dos fatos e análise das informações recebidas via aplicativo. A mesma rapidez com que se recebe uma suposta pauta pode ser aplicada na confirmação de veracidade e, conseqüentemente, divulgação, desde que apurada adequadamente.

Ou seja, uma mudança estrutural se contrapõe a um grupo de mudanças conjunturais e também às microinovações que normalmente afetam aspectos específicos de uma prática social. Por exemplo, o lançamento de um novo jornal ou a introdução de um novo software de diagramação certamente altera o modo como o jornalismo é praticado, mas dificilmente pode ser o estopim de um processo de mudanças estruturais. Por outro lado, o aparecimento de uma nova mídia – como a internet – ou uma crise generalizada nas empresas de comunicação oferece potencial para alterar uma dimensão mais profunda da prática jornalística. (PEREIRA; ADGHIRN, 2011, p.42).

O jornalismo com portabilidade é produzido por meio de dispositivos móveis diversos: celulares, *tablets*, entre outros “*gadgets*”. O “*Mobile Journalist*” (MOJO) surge como conceito para designar a atividade

com o uso de *notebooks*, câmeras e gravadores digitais, tecnologia 3G, *e-mail* e de outros programas de produção online, para produzir matérias em mobilidade e postar diretamente de onde o fato está acontecendo. Neste contexto, as redes sociais e aplicativos de comunicação entram como plataformas fundamentais para a distribuição desses conteúdos produzidos.

Com a difusão dos dispositivos móveis, os repórteres passaram a dividir a apuração da notícia com a população. O cidadão passou a fazer parte do processo, e a atividade da notícia tornou-se uma construção social e compartilhada. Esse modelo multimídia contribui para a expansão na difusão da informação e dá ao leitor, ao internauta, ao expectador e ao ouvinte maior poder na produção de conteúdos, tornando-os ainda mais importantes para a comunicação. Em consequência a isso, o *MOJO* está cada vez mais voltado à produção para redes sociais. Para muitos estudiosos na área de comunicação, essa conjuntura representa o auge do jornalismo diário.

No Brasil, o jornalismo está instalado numa crise. No ano de 2015, aconteceram demissões em massa nos jornais nacionais *O Globo*, *Estado de S.Paulo*, *Folha de S.Paulo*, *Band*, *Diário de Pernambuco* e *Editoras Abril*. Em Alagoas não foi diferente, demissões nos jornais *Gazeta de Alagoas*, na emissora filiada à *Record*, a *TV Pajuçara*, e o cenário não é animador para quem atua na área. Concomitante a isso, foi possível observar através da pesquisa, que as empresas de comunicação do Estado além de enxugarem os quadros profissionais dos veículos tradicionais, pouco investem em aparatos para construir o jornalismo móvel qualificado. Por isso, acreditamos que o nosso trabalho será útil para um mapeamento da atual situação do jornalismo alagoano dentro da perspectiva das novas tecnologias móveis.

Referências

AGNEZ, Luciane Fassarella. Metodologia de pesquisa em jornalismo: caminhos para uma dissertação de mestrado. **Comtempo**, São Paulo, v.1, n.1, jul. 2011. Disponível em:

<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/comtempo/article/viewFile/7567/7216>>. Acesso em: 18 ago. 2015.

BARBOSA, Suzana; **Jornalismo digital e bases de dados: mapeando conceitos e funcionalidades**. LIVRO DE ACTAS – 4º SOPCOM. Universidade Federal da Bahia. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/barbosa-suzana-jornalismo-digital-bases-dados.pdf>>. Acesso em: 14 ago. 2015.

Blog da disciplina Cibercultura, **Jornalismo Móvel**. Minas Gerais: Universidade Federal de Viçosa, 2013. - Disponível em: <<http://www.com.ufv.br/cibercultura/jornalismo-movel/>>. Acesso em: 18 ago. 2015.

FUNDAÇÃO DE AMPARO À PESQUISA DO ESTADO DE SÃO PAULO.

Pesquisa investiga mudanças no jornalismo e no perfil do jornalista. Disponível em:

<http://agencia.fapesp.br/pesquisa_investiga_mudancas_no_jornalismo_e_no_perfil_do_jornalista/18409/>. Acesso em: 12 jul. 2015.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Spreadable Media**. Creating Value and Meaning in a Networked Culture. New York, USA: New York University Press, 2013.

NERI, Marcelo Cortês (Coord.). **Mapa da Inclusão Digital**. Rio de Janeiro: Centro de Políticas Sociais (CPS/FGV), 2012. Disponível em: <http://www.cps.fgv.br/cps/bd/mid2012/MID_texto_principal.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2015.

NEWMAN, Nic; LEVY, David AL; NIELSEN, Rasmus Kleis. Reuters Institute Digital News Report 2015. **Available at SSRN 2619576**, 2015. Disponível em: <<http://www.digitalnewsreport.org/>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

PALÁCIOS, Marcos; BARBOSA, Susana; SILVA, Fernando F. da; CUNHA, Rodrigo da. Jornalismo móvel e inovações induzidas por affordances em narrativas para aplicativos em *tablets* e *smartphones*. In: Canavilhas, J.; SATUF, Ivan (org.). **Jornalismo para Dispositivos Móveis**: produção, distribuição e consumo. Covilhã: Livros LabCom, UBI, 2015. p.7-43.

PAULINO, Rita de Cássia Romeiro; OLIVEIRA, Vivian Rodrigues de. A Tecnologia Como Norteador das Mudanças nos Processos de Produção Jornalística do Impresso ao *Tablet*. In: ENCONTRO NACIONAL DE HISTÓRIA DA MÍDIA, 9., 2013, Santa Catarina. **Anais...** Santa Catarina: Universidade Federal de Santa Catarina, Curso de Jornalismo e Programa de Pós-Graduação de Jornalismo (POSJOR), 2013. p.1-15. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-da-midia-digital/a-tecnologia-como-norteador-das-mudancas-nos-processos-de-producao-jornalistica-do-impresso-ao-tablets>>. Acesso em: 12 jul. 2015.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v.1, n.24, p.38-57, janeiro/junho 2011. Disponível em:

<<http://www.seer.ufrgs.br/intexto/article/download/19208/12362>>.

Acesso em: 02 set. 2015.

Portal G1 Globo. Tecnologia banda larga no Brasil. Disponível em: <<http://especiais.g1.globo.com/tecnologia/banda-larga-brasil/2015/>>. Acesso em: 10 jul. 2015.

Portal G1 Globo. Ministro das Comunicações defende lei para regular *WhatsApp* e Netflix. Disponível:

<<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2015/08/ministro-das-comunicacoes-defende-lei-para-regular-de-whatsapp-e-netflix.html>>.

Acesso em: 18 maio 2016.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital:** uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas e produção da reportagem de campo [manuscrito]. 2013. Disponível em:

<<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20Silva.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2015.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel.** Salvador: EDUFBA, 2015. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/18003>>.

Acesso em: 10 set. 2015.