

# Telejornalismo e *WhatsApp*. construindo a notícia<sup>1</sup>

## Telejournalism and *WhatsApp*. building the news

Thiago SOARES<sup>2</sup>  
Raíssa Lima ONOFRE<sup>3</sup>

### Resumo

A presente pesquisa buscou compreender como as práticas jornalísticas são reformuladas em face ao uso do dispositivo tecnológico *WhatsApp* nas rotinas produtivas do telejornalismo. Partimos do pressuposto de que os jornalistas devem estar atentos às transformações ocorridas na comunicação a partir da convergência midiática, de modo que é preciso preparar as Redações para adquirir habilidades digitais necessárias ao mercado de trabalho. Com base nessas reflexões, buscamos responder ao seguinte questionamento: de que forma o *WhatsApp* afeta nas rotinas produtivas do telejornalismo? Fizemos uma contextualização quanto à temática para em seguida adentrar em um aspecto mais prático baseado em casos como o Bom Dia Paraíba, telejornal local da Rede Globo, e Jornal Extra, site de jornalismo do grupo Globo.

### Palavras-chave

Telejornalismo; Rotinas produtivas; *WhatsApp*.

### Abstract

The present study aimed at understanding how the journalistic practices are being rearranged in view of the use of the technological device *Whatsapp* in the productive routines in television journalism. I assume that journalists should be aware of changes occurring in the communication from the media convergence, so it is necessary to prepare the newsrooms to acquire digital skills to the labor market. Based on these reflections, we seek to answer the following question: how *WhatsApp* affects the productive routines in television journalism? We made a contextualization as the theme to then enter into a more practical aspect based on cases like Good Morning Paraíba, Local TV news Globo and Jornal Extra, journalism site Globo group.

### Keywords

Telejournalism; Productive routines; *Whatsapp*.

RECEBIDO EM 20 DE FEVEREIRO DE 2016  
ACEITO EM 28 DE JULHO DE 2016

<sup>1</sup> Artigo resultante de adaptação do segundo capítulo da dissertação de mestrado defendida no Programa de Pós-graduação em Jornalismo - PPJ, da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, intitulada **Práticas do *WhatsApp* no Bom Dia Paraíba**: novas rotinas produtivas no telejornalismo.

<sup>2</sup> Jornalista. Doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA), professor do Departamento de Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e pesquisador do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Culturas Midiáticas e Mestrado Profissional em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). Possui graduação em Jornalismo (UFPE) e mestrado em Letras (UFPE). Contato: thikos@gmail.com

<sup>3</sup> Jornalista. Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB), especialista em Assessoria de Comunicação pela Fesp/PB, graduada em Jornalismo pela UFPB e em Relações Internacionais pela Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Contato: raissaonofre@hotmail.com

Assim como as notícias, as práticas jornalísticas são dinâmicas e, portanto, mutáveis conforme o contexto histórico, econômico, político e tecnológico. No trabalho em questão, focamos nas mudanças provocadas pela tecnologia, mais particularmente quanto ao uso do aplicativo *WhatsApp Messenger* como ferramenta nas rotinas produtivas do telejornalismo. Partimos do pressuposto de que os jornalistas devem estar atentos às transformações ocorridas na comunicação a partir da convergência midiática, de modo que é “preciso preparar as redações e os jornalistas para as transformações da profissão, desenvolvendo uma visão multidisciplinar e a capacidade de trabalhar com diversas mídias” (PENA, 2010, p. 178).

Nessa perspectiva, o *WhatsApp*<sup>4</sup> como ferramenta de jornalismo tem se destacado por paulatinamente vir flexibilizando o trabalho da produção de notícias, assim “poupando esforços” (SHOEMAKER, 2011). O *WhatsApp* é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz, um software para smartphones criado no Vale do Silício, Estados Unidos, com o intuito de ser uma alternativa melhor que o SMS, sistema de mensagem de texto. Sua denominação decorre do trocadilho em inglês *What's Up* (E aí? traduzindo para o português). O aplicativo possibilita o compartilhamento instantâneo de imagens, vídeos, áudios, documentos, contatos e locais. As informações podem ser transmitidas diretamente para uma pessoa ou para várias ao mesmo tempo a partir da criação de grupos específicos. Entretanto, o usuário deve ter acesso à Internet, bem como a uma de suas plataformas, quais sejam: Iphone, BlackBerry e Windows Phone.

Importante destacar que o *WhatsApp* não foi criado como uma ferramenta do jornalismo, mas sim utilizado por este ao perceber os benefícios do aplicativo à prática profissional da comunicação. Sua aplicabilidade na construção de notícias decorre, por exemplo, da facilidade de transmitir informações, encurtando distância geográfica e gastos com deslocamento de repórteres.

Com base nessas reflexões, fizemos o seguinte questionamento: de que forma o *WhatsApp* afeta nas rotinas produtivas do telejornalismo? Nesse sentido, entendemos ser importante para a compreensão do tema proposto estudar as rotinas produtivas conforme explanação da

---

<sup>4</sup> As informações a respeito do aplicativo *WhatsApp* foram retiradas do próprio site <<https://www.whatsapp.com/>>, que fornece sua história, funcionalidade e inclusive a possibilidade de ser utilizado na web.

bibliografia tradicional, porém introduzindo também alguns aspectos relativos à interferência das tecnologias nas práticas jornalísticas.

Para tanto, corroboramos nesse aspecto com a teoria *Newsmaking*, que tem como paradigma a construção social da realidade e preocupação central a articulação entre as três vertentes citadas por Wolf (1994), quais sejam: cultura profissional dos jornalistas, organização do trabalho e, por fim, processos produtivos. Estas propiciam o entendimento das rotinas produtivas, aqui em especial no cenário do telejornalismo na Paraíba, tendo em vista que ao longo da pesquisa destacamos alguns relatos de jornalistas paraibanos<sup>5</sup>.

Entendemos, conforme Shoemaker (2011), a produção da notícia como um esforço colaborativo, a qual, apesar de todas as transformações que vem ocorrendo, ainda segue rotinas. Estas são eficientes por “poupar esforços”, na medida em que simplificam a tarefa de avaliar as notícias a partir de critérios preestabelecidos pela organização, bem como pelo *ethos*<sup>6</sup> jornalístico. Ademais, as rotinas também estão conectadas à eficiência econômica, visto que tendem a resultar em trabalho mais rápido e de baixo custo financeiro, alcançados por minimizar comportamentos de risco, prevenindo por exemplo críticas e processos judiciais.

Seguimos primordialmente, em nossa pesquisa bibliográfica, os autores, na área de jornalismo, Wolf (1994), Alsina (2009), Pena (2010) e Paternostro (1999). Ademais, fizemos uma apropriação das reflexões de Jenkins (2013) para o jornalismo, tendo em vista que o autor em questão não pensa especificamente sobre esse campo, mas sim sobre as mudanças ocorridas no contexto da comunicação em decorrência da cultura da convergência. Focamos nos seguintes conceitos: construção da notícia e convergência midiática, enfatizando na relação *WhatsApp*-telejornalismo no processo de produção da notícia.

Assim, com o objetivo de compreender as práticas do *WhatsApp* no telejornalismo, fizemos uma reflexão quanto à temática para entender com maior clareza o processo comunicativo entre o aplicativo, jornalistas e leitores/telespectadores, os quais agora atuam de forma mais efetiva também como colaboradores da produção das notícias.

---

<sup>5</sup> Os jornalistas integram a equipe da TV Cabo Branco, os quais foram entrevistados durante a pesquisa para a dissertação de Mestrado da pesquisadora em questão.

<sup>6</sup> *Ethos* aqui entendido como ética jornalística. “Na teoria, a palavra grega *ethos* significa aquilo que é predominante nas atitudes e sentimentos dos indivíduos de um grupo, mas também é o espírito que move a coletividade. Seu plural é *tá ethé*, cujo significado está ligado aos costumes de uma sociedade. E costume também está na origem da palavra moral, que vem do latim *moris*. Enfim, há sempre uma ligação intrínseca entre o indivíduo e a comunidade” (PENA, 2010, p.115).

Dessa forma, trabalhamos a relação entre o telejornalismo e o *WhatsApp* a partir de autores como Shoemaker (2011), Traquina (2002) e Sá Barreto (2006, 2013). Concluímos nosso estudo apontando cinco afetações percebidas pela pesquisadora em relação às práticas do aplicativo no campo do telejornalismo, também perpassando por problemáticas por que passa esse dispositivo, especialmente no campo do jornalismo.

## Mídia televisiva e telejornalismo

Vimos com Jost (2004) que os jornais dizem mais ou menos a mesma coisa, sendo o diferencial a atitude discursiva com o seu leitor. Em nosso trabalho, vamos iniciar com as práticas em comum que teoricamente existem nos telejornais para em seguida entendermos a inserção do *WhatsApp* no telejornalismo.

Assim, inicialmente discutiremos as características da estrutura televisiva, que segundo Paternostro (1999) são elencadas em: *informação visual, imediatismo, alcance, instantaneidade, envolvimento, superficialidade e índice de audiência*. Entretanto, por se tratar de um texto de 1999 e sabendo que a comunicação vem passando por reformulações, fizemos algumas considerações quanto aos conceitos do autor no contexto da atualidade, fase que perpassa o uso das novas tecnologias por jornalistas e telespectadores.

A *informação visual* transmite mensagens através de uma linguagem que independe do conhecimento de um idioma ou da escrita por parte do receptor, sendo a imagem o signo mais acessível à compreensão humana. Já o *imediatismo* consiste na transmissão de informação contemporânea quando mostra o fato no momento exato em que ele ocorre através da imagem. Esse *imediatismo* ainda foi ampliado com o uso do *WhatsApp*, tendo em vista que o acesso às informações chegam praticamente na mesma hora em que são enviadas pelo usuário, o que facilita na elaboração de notícias *ao vivo*. Ademais, a TV é um veículo abrangente e de grande *alcance*, de modo que ela pode ser “vista” e “ouvida” de várias maneiras diferentes (PATERNOSTRO, 1999).

Quanto à *instantaneidade*, temos que a mensagem da TV é captada de uma só vez, no momento em que é emitida, não podendo “voltar atrás e ver de novo”, ao contrário de jornal e revista. Atualmente, com o uso das novas tecnologias, podemos repensar esse conceito, na medida em que os telespectadores não podem rever de imediato as notícias, mas podem sim visualizar, depois de sua exibição na TV, partes do telejornal

publicados em vídeos nos sites dos próprios programas jornalísticos ou através do *WhatsApp* quando o vídeo é circulado entre os usuários do aplicativo. Como exemplo, segue abaixo relação de alguns vídeos exibidos na edição de 15 de junho de 2016 pelo Bom Dia Paraíba, os quais foram inicialmente exibidos apenas pela televisão, mas posteriormente divulgados também pela Internet através do link: <<http://g1.globo.com/pb/paraiba/bom-dia-pb/videos/>>.



**Figura 1: Site do Portal G1 - PB disponibilizando em vídeos, separados por matérias individuais, a edição do Bom Dia Paraíba**

**Fonte:** Portal G1 - PB

A TV também tem como característica o *envolvimento*, exercendo fascínio sobre o telespectador, pois consegue transportá-lo para “dentro” de suas histórias. Paternostro (1999) considera que não há um padrão de linguagem televisiva, mas existe no telejornalismo a forma pessoal de “contar” notícia e a familiaridade com repórteres e apresentadores, que seduzem e atraem os telespectadores, o que nos leva a concordar com Jost (2004) na medida em que ele apresenta a televisão como uma instância midiática cuja finalidade é fornecer informações como um espetáculo, visto que é este que atrai os telespectadores.



**Figura 2: Publicações de Patrícia Rocha em seu Instagram pessoal**  
**Fonte:** Instagram

Como exemplo, citamos o envolvimento existente entre a apresentadora do Bom Dia Paraíba, Patrícia Rocha, com o público. Suas publicações nas redes sociais possibilitam esse tipo de *envolvimento*, permitindo a sensação de familiaridade por parte dos telespectadores com a também chefe de redação. Exemplo disso é seu Instagram<sup>7</sup>, rede social em que posta fotos divulgando seu lado profissional, mas também particularidades de sua vida pessoal. Essa divulgação é aceita de forma positiva pelos paraibanos, tendo em vista que ela tem 62,7k (sessenta e dois mil e setecentos), número expressivo de seguidores. Também é bom para o Bom Dia Paraíba, que tem seu nome constantemente mencionado, possibilitando um aumento de público do telejornal.

Em relação à *superficialidade*, o *timing*, tem-se que o ritmo da TV proporciona uma natureza superficial às suas mensagens. Apesar de haver algumas séries de reportagens e programas com maior profundidade, em geral ocorre o predomínio de notícias marcadas pela superficialidade das informações, a qual decorre de fatores como os custos das transmissões,

<sup>7</sup> O Instagram atualmente possui muitos recursos semelhantes ao Facebook, entretanto seu foco é mais fotos e vídeos, tanto que o seu convite para os usuários na página <www.instagram.com> é: “cadastre-se para ver fotos e vídeos dos seus amigos”.

os compromissos comerciais e a briga pela *audiência*<sup>8</sup>. Em verdade, o jornalismo está na dicotomia produção de notícia *versus* tempo. Busca notícias ao passo em que sofre com a limitação do tempo limite de entrega das matérias, o *deadline*, o qual “permite ao editor-chefe ter segurança do que ele tem em mãos minutos antes do jornal ir ao ar” (PATERNOSTRO, 1999, p.140). Isso acaba por afetar a rotina dos jornais, de modo que

a seleção das informações a serem veiculadas, bem como as formas de estruturação desse material informativo são opções estratégicas que consideram lógicas mercadológicas e discursivas, ao determinarem o grau de noticiabilidade dessas informações, a sua adequação a certos gêneros e formatos, o seu interesse institucional. Mas, as referências desses acontecimentos e imagens são um mundo exterior à televisão. (DUARTE, (2007, p.12).

A última característica da mídia televisiva apontada por Paternostro é o *índice de audiência*, em que

a medição do interesse do telespectador orienta a programação e cria condições de sustentação comercial. O índice de audiência interfere de modo direto, a ponto de a emissora se posicionar dentro de padrões (trilhos) que são os resultados de aceitação por parte do público-telespectador. (PATERNOSTRO, 1999, p.65).

Importante destacar que essa audiência vem sendo reconfigurada a partir da inserção das novas tecnologias na sociedade.

O que parece evidente é que vivemos em uma sociedade em permanente mudança, isso não é novidade, só que mais acelerada, e isso é um elemento recente. Como consequência, em muitas ocasiões, os pesquisadores das ciências sociais ficam cada vez mais perplexos. Até porque não parece que isso possa mudar. Segundo Castells (1998b:392), o século XXI “vai se caracterizar por uma perplexidade informada”. [...] De qualquer forma, precisamos reconhecer a dificuldade que enfrentamos para continuar com os processos sociais que vão sendo produzidos e os desafios das novas tecnologias. (ALSINA, 2009, p. 55-56).

É, com efeito, uma fase de transição que a sociedade está vivendo. Por essa razão, a prática profissional dos jornalistas nunca mais será a mesma. Isto, pois, “quem antes era parte de uma minoria que gerava

---

<sup>8</sup> Segundo Paternostro (1999, p.136), *audiência* é o “universo e perfil do público que assiste a um determinado programa (ou programação) em horário específico. Medição realizada por institutos de pesquisa, com metodologias específicas para analisar várias tendências”.

notícias para uma grande audiência passou a ser parte também da audiência de notícias criadas pela grande maioria, da sua antiga audiência” (RAMALHO, 2010, p.08).

Nesse sentido, é inegável que o campo da comunicação está mudando, assim exigindo treinamento e adaptação da linguagem por parte dos jornalistas. Muitos deles “terão que sair da zona de conforto em que viveram por décadas e isso pode ser bastante difícil” (RAMALHO, 2010, p.188). Isto porque o jornalista necessita adquirir habilidades digitais para usar tais ferramentas, bem como entender que sua profissão teve a linguagem e o modo de produção de conteúdo revisitados.

Com uma câmera e internet, o cidadão comum pode publicar tais informações. Entretanto, o jornalista pode utilizar os benefícios dessa transformação tecnológica em que vivemos, unindo assim o saber jornalístico às iniciativas que se apoiam na interatividade e aumento da participação do público, o que ocorre principalmente nas mídias sociais. “O que entendemos hoje como mídias sociais nada mais é do que a forma moderna de se praticar uma das principais necessidades do ser humano: a socialização” (RAMALHO, 2010, p.11).

Em nosso trabalho destacamos o uso do *WhatsApp* nesse contexto de reconfiguração da comunicação. Isto, pois, no próprio Bom Dia Paraíba, os telespectadores divulgam informações que são colhidas pela equipe de produção e, por conseguinte, fornecidas para os jornalistas já seguindo filtros de apuração estabelecidos pelas rotinas produtivas do telejornal da TV Cabo Branco.

Com base nessas reflexões sobre *audiência* e novas tecnologias, vamos identificar no próximo item alguns aspectos relativos à construção da notícia no telejornalismo, tendo como ferramenta de produção o aplicativo *WhatsApp*. Destacamos a importância de discutir sobre essa temática, pois o *WhatsApp* vem sendo usado não apenas entre os jornalistas nas rotinas produtivas, mas também pelos telespectadores que colaboram com informações enquanto *fontes*<sup>9</sup> jornalísticas, sendo ainda suporte para a elaboração de *pautas*<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Fonte de informação/jornalística: “pessoa, organismo, documento, instituição que transmite informações ao repórter para elaboração de uma notícia. (PATERNOSTRO, 1999, p.143).

<sup>10</sup> Pauta: “previsão dos assuntos de interesse jornalístico. É o roteiro dos temas que vão ser cobertos pela reportagem”. (PATERNOSTRO, 1999, p. 147).

## Rotinas produtivas no telejornalismo: construindo a notícia

Diariamente, na rotina produtiva das Redações há um excesso de informação que chega aos jornalistas, os quais devem seguir critérios de noticiabilidade para selecionar ou não esses fatos e, por conseguinte - após um conjunto de critérios, operações e instrumentos - apurá-los e transformá-los em notícia nos diferentes veículos de comunicação. Para o entendimento desse processo de transformar o acontecimento em notícia, seguimos Pena quanto à perspectiva teórica do *Newsmaking*, que considera o trabalho jornalístico a construção social da realidade. O autor inclusive exemplifica esse “descortinamento” no jornalismo televisivo, o qual deve ser ainda mais intenso:

Na TV, sob o império da visualização, como diria Virilio, somos escravos da superficialidade. Organizada no tempo e não no espaço, a notícia televisiva sofre com mais intensidade os efeitos da velocidade. O “furo de reportagem” não espera a edição do dia seguinte, deve ser veiculado na hora, ao vivo e em cores. No interior dessa lógica, fica clara a pressão sofrida pelo repórter. Ao mesmo tempo, entretanto, ele toma a notícia como um valor, ou seja, apropria-se dos benefícios de ser jornalista a dar o furo e entra no jogo da concorrência comercial. É um dos aspectos classificados por Breed como constrangimento organizacional, que influencia diretamente no trabalho jornalístico. (PENA, 2010, p.71).

Dessa forma, entendemos que a imprensa não reflete a realidade, mas ajuda a construí-la. O *Newsmaking* preocupa-se portanto com a produção da notícia. Segundo a teoria, diante da imprevisibilidade dos acontecimentos, as empresas jornalísticas precisam colocar ordem no tempo e no espaço. Para isso, estabelecem determinadas práticas unificadas na produção de notícias. Na pesquisa em questão, estudamos as práticas unificadas produzidas no telejornalismo através do uso do *WhatsApp* no processo de apuração e divulgação da notícia. Antes, porém, focamos em alguns aspectos teóricos relativos a esse paradigma, que surgiu nos anos 70 com o objetivo de rejeitar a *Teoria do Espelho*, que considera a notícia como reflexo da realidade. Para Wolf (1994), são três as razões:

Primeiro porque é impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os *media* noticiosos que devem “refletir” essa realidade, visto que as notícias ajudam a construir a própria realidade. Segundo, a própria linguagem não pode funcionar como transmissora

direta do significado inerente aos acontecimentos, tendo em vista que a linguagem neutral é impossível. A terceira e última razão se justifica pelos media noticiosos estruturarem inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos, devido a diversos fatores, incluindo os aspectos organizativos do trabalho jornalístico, as limitações orçamentais, etc.

Logo, o paradigma das notícias como construção:

- considera o conceito de distorção como inadequado e pouco frutífero;
- discorda da perspectiva das teorias que defendem que as atitudes políticas dos jornalistas são um fator determinante no processo de produção das notícias;
- não implica que as notícias sejam ficção. As notícias são sim convencionais;
- questiona as teorias de ação política e todas as análises que apontam para uma distorção intencional das notícias;
- corrobora com as teorias estruturalista e interacionista. Ambas defendem a perspectiva de que o "neófito" se integra por um processo de osmose não só numa organização, mas numa comunidade profissional, sendo assim teorias transorganizacionais. Entendem também que os jornalistas são participantes ativos na construção da realidade;
- considera o produtor como um Middle Man (Homem Central), obrigado a movimentar-se entre negociações constantes, quer com o *staff* (corpo administrativo), quer com o *network* (redes de contatos) para conseguir um produto aceitável para todos.

Assim, não obstante o jornalista operar um discurso de realidade, não devemos eximir este de sua responsabilidade nos processos de construção social da realidade. Ademais, os diversos fatores, incluindo os aspectos organizativos do trabalho jornalístico, as limitações orçamentais, a própria maneira como a rede noticiosa é colocada para responder a imprevisibilidade dos acontecimentos, devem ser considerados na estruturação e construção da realidade.

Convém ressaltar ainda que as mídias produzem realidade através das interações com os telespectadores, o que implica dizer que não se trata apenas de um processo de produção, mas de circulação e reconhecimento. (SÁ BARRETO, 2006, p.63).

Nesse aspecto, destacamos o papel do *WhatsApp* nas rotinas produtivas do telejornal, tendo em vista que a partir dele há uma intensa participação do público no processo de formação de conteúdo, o que ocorre através de mensagens e vídeos pertinentes à programação.

São *programas de informação* que seguem alguns critérios quanto ao valor-notícia, os quais

se encontram, assim, profundamente enraizados em todo o processo informativo. Este compõe-se de diversas fases, que variam segundo a organização do trabalho específico de cada redação e de cada meio de comunicação. Só é possível ilustrar aqui as fases principais da produção informativa quotidiana, ou seja, aquelas que podem encontrar-se em todos os órgãos de comunicação e que mais incidem na qualidade da informação. (WOLF, 1994, p.195).

Dessa forma, vamos pensar mais no aspecto teórico no que se refere às rotinas produtivas, as quais são possíveis de se identificar em diferentes órgãos de comunicação.

### **Rotinas produtivas no jornalismo**

“A produção da notícia é um processo complexo que se inicia com um acontecimento (ALSINA, 2009, p.113)”. Mas “quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia?” (WOLF, 1994, p.175). Por essa razão, antes de adentrarmos nas três fases (*recolha, seleção e apresentação*) que envolvem as rotinas produtivas, entendemos ser importante uma compreensão sobre a relação acontecimento-mídia, bem como o papel assumido pelos valores notícia para a resposta da pergunta elaborada por Wolf.

Este processo de 'tornar um acontecimento inteligível' é um processo social – constituído por um número de práticas jornalísticas específicas, que compreendem (frequentemente de modo implícito) suposições cruciais sobre o que é a sociedade e como ela funciona. (HALL *apud* TRAQUINA, 2002, p.103).

Dessa forma, entendemos, assim como Alsina (2009), que os acontecimentos para se tornarem notícia seguem algumas condições, dentre as quais elencamos: *frequência, limiar, ausência de ambiguidade, significação, consonância, imprevisibilidade, continuidade, composição e valores socioculturais*.

Quanto à *frequência* tem-se que, caso um acontecimento seja produzido em um tempo que esteja de acordo com a frequência do meio e com seu tempo de produção, é mais provável que ele se torne uma notícia. Por essa razão, os acontecimentos inesperados que chegarem na última hora da tarde terão mais dificuldade para serem notícia, tendo em

vista haver necessidade de mudança na programação. Um acontecimento também pode se tornar notícia quando o *limiar* de intensidade é muito alto ou o seu nível normal de significação tem um aumento significativo, a exemplo de um início e desfecho de um sequestro.

É necessário estar atento à apresentação da notícia ao público, por isso o texto deve ter *significação*, ser portanto compreensível em um âmbito de identificação social e cultural de uma determinada comunidade, de modo que quanto *menos ambíguo* for o significado de um acontecimento, muito mais rápido ele virará notícia.

Em relação à *consonância*, o jornalista, caso ache que um acontecimento pode ser de interesse para seu público, o tornará mais rapidamente notícia. Por isso, é importante entender o público a que se dirige. Isto, pois, diante de determinadas expectativas da audiência, um acontecimento terá mais possibilidades de ser selecionado ao conseguir se encaixar nessas expectativas. Terá mais possibilidade também um acontecimento com *imprevisibilidade*. Isto é, diante de dois acontecimentos parecidos, terá mais probabilidade de ser selecionado o que for mais misterioso, curioso, uma ruptura das normas.

Outra condição é a *continuidade*, tendo em vista que, quando aparece um acontecimento que é notícia, produzir-se-á uma continuidade com os acontecimentos relacionados a ele. Ademais, há que se observar a *composição*, pois

um meio de comunicação transmite um conjunto de notícias que deve ser equilibrado. Ou seja, os acontecimentos também são selecionados em relação à composição geral do meio. Assim, em determinadas circunstâncias, um acontecimento pode ser concebido dentro da mídia e em outras não. De fato, quando aparece um caso excepcional, acontece um apagão na informação de, no mínimo, a seção que corresponde ao tema. [...]. Esse efeito de ocultação dos temas faz com que, ao coexistirem muitos acontecimentos de uma mesma seção, em princípio há menos possibilidade de eles se tornarem notícia, pois brigam entre si pelo espaço e pelo tempo que já são limitados nos meios de informação. (ALSINA, 2009, p.159).

Por fim, cita-se os *valores socioculturais*, que faz referência a pessoas da elite a nações de elite ou a fatos negativos. Importante destacar que todos esses critérios não são aplicados de forma mecânica, de modo que para avaliá-los o jornalista precisa estar atento a três critérios, quais sejam: *agregação*, *complementaridade* e *exclusão*.

Quanto mais os fatores da notícia estiverem *associados, agregados* a um determinado acontecimento, maior a probabilidade de ser compensado pelo grau de relevância do outro. Ademais, é possível haver um acontecimento em que um dos fatores é considerado de pouca relevância, mas isso pode ser compensado pela *complementaridade* do outro. Por fim, segundo o último critério, um acontecimento que não tiver nenhum desses fatores nunca chegará a ser notícia, por essa razão decorre a *exclusão*.

Além desses critérios apontados por Alsina (2009), também é importante atentar para o fato de que a seleção das notícias é um processo de decisão e de escolha realizado rapidamente, de modo que os critérios devem ser fácil e rapidamente aplicáveis, sendo as escolhas feitas sem demasiada reflexão. Esses critérios, os valores-notícia, utilizam-se de duas maneiras, quais sejam:

são critérios de seleção dos elementos dignos de serem incluídos no produto final, desde o material disponível até a redação. Em segundo lugar, funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário na preparação das notícias a apresentar ao público. Os valores-notícia são, portanto, regras práticas que abrangem um corpus de conhecimentos profissionais que, implicitamente, e muitas vezes, explicitamente, explicam e guiam os procedimentos operativos redatoriais. [...] o rigor dos valores-notícia não é o de uma classificação abstracta, teoricamente coerente e organizada; é, antes, a lógica de uma tipificação que tem por objetivo atingir fins práticos de uma forma programada e que se destina, acima de tudo, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos. (WOLF, 1994, p. 176-177).

No nosso caso, buscamos pensar nos fins práticos do *WhatsApp* como ferramenta jornalística. Para tanto, atentamos ao fato de que os valores-notícia possuem caráter dinâmico, mudam no tempo, assim não permanecendo sempre os mesmos. Por essa razão, é importante observar constantemente o contexto histórico, econômico, tecnológico e social. Isto, pois, ele influenciará no aspecto prático-operativo em que os valores-notícia adquirem significado. Assim, os valores-notícia estão enraizados em todo o processo informativo, sendo um elemento fundamental da rotina produtiva de um jornal, a qual se articula em três fases: *recolha, seleção e apresentação*.

No que se refere ao item *a recolha dos materiais informativos*, tem-se que o jornalismo televisivo

é mais passível do que o da imprensa escrita e mais dependente dos sistemas de recolha institucionalizados. A ele se adapta a observação segundo a qual, enquanto outrora eram os jornalistas que iam à procura das notícias, atualmente são as notícias que “procuram” os jornalistas. Em todo o caso, a recolha das notícias nega o essencial da ideologia profissional que retrata o jornalista à caça de notícias, orientado para o exterior enquanto ativo recolhedor de informações, independente das fontes. (WOLF, 1994, p.196).

Embora seja um texto de 1994, o que observamos na prática é que mais do que nunca o discurso do autor se enquadra na lógica da comunicação do século XXI, em que frequentemente as notícias chegam aos jornalistas, antes mesmo de eles irem em busca de novos fatos. E uma das grandes ferramentas que propiciam esse tipo de recolha de materiais é o *WhatsApp*, tendo em vista que comumente os telespectadores enviam fatos aos produtores do jornal, os quais são apurados e muitas vezes aproveitados para se transformarem em notícia.

Nessa fase, há outras características que merecem destaque, quais sejam: preocupa-se em ter notícias importantes, de modo que o ideal seriam notícias atuais, porém, por motivos ligados à organização do trabalho, há grande ênfase para acontecimentos planejados e previstos; ocorre também o privilégio de fontes institucionais e agências. Isto porque a fase de recolha dos materiais noticiáveis é influenciada pela necessidade de se ter um fluxo constante e seguro de notícias para, assim, ser possível executar o produto exigido.

A segunda fase integrante das rotinas produtivas de um jornal é a *seleção*, processo de conversão dos acontecimentos em notícias, o qual passa por uma triagem e organização do material que chega à redação. Entretanto,

não se pode descrever a seleção apenas como uma escolha subjetiva do jornalista, mesmo que seja, profissionalmente, motivada; é necessário vê-la como um processo complexo, que se desenrola ao longo de todo o ciclo de trabalho, realizado a instâncias diferentes – desde as fontes até ao simples redator – e com motivações que não são todas imediatamente imputáveis à necessidade direta de escolher as notícias a transmitir. A observação é igualmente válida para os valores-notícia que, na realidade, não sobrevivem apenas no momento da seleção mas um pouco durante todo o processo produtivo, inclusive nas fases de feitura e de apresentação das notícias. (WOLF, 1994, p.216).

Por fim, tem-se o *editing e apresentação das notícias*, a última fase integrante das rotinas produtivas de um jornal. Nela, objetiva-se fornecer uma representação sintética, necessariamente breve, visualmente coerente e possivelmente significativa do objeto da notícia. Com isso, é um processo que condensa, focaliza a atenção em certos aspectos do acontecimento, sendo o que se denomina *highlighting*. Mais especificamente, é a seleção dos aspectos salientes de um acontecimento, ação ou personagem, que se obtém anulando a previsibilidade, bem como o que não pareça ser suficientemente importante, novo, dramático (WOLF, 1994).

Neste processo de *apresentação das notícias*, também é necessário ser claro e simples, de modo que a imagem de pedagogo e de tutor que se atribui à profissão jornalista possa reafirmar sua utilidade social. Para isso, no que se refere à produção de um telejornal, buscam-se estratégias de comunicabilidade:

Para elaborar um telejornal, alguém (uma equipe de produção jornalística) produz algo (telejornal) que sabe que vai ser exibido, olhado por outro (o telespectador). Neste sentido, para potencializar o fascínio do olhar, essa equipe recorre aos rituais estratégicos da mídia televisiva. (SÁ BARRETO, 2006, p.90).

No que se refere à temática abordada pela autora, destacamos nossa consonância com Traquina (2002) para o fato de que a promoção das estratégias de comunicação é legítima, sendo manipulação apenas quando métodos ilegítimos, como a mentira ou documentos forjados, são utilizados.

Como conclusão dessa articulação sobre as três fases que envolvem as rotinas produtivas, *recolha, seleção e apresentação*, Wolf (1994) entende que a produção das notícias se caracteriza como um processo comunicativo com muitas variáveis heterogêneas, as quais foram em parte já citadas ao longo da explanação acima. Entretanto, além destas, Tuchman, uma das mais respeitadas pesquisadoras da teoria do *Newsmaking*, complementa a temática quando a autora entende o processo de produção da notícia como uma rotina industrial.

Com isso, devido ao jornalista ter que se submeter a um planejamento produtivo, uma suposta intenção manipuladora por parte do profissional seria superada. Nesse sentido, as normas ocupacionais teriam maior importância do que as preferências pessoais na seleção e filtragem das notícias, surgindo assim a possibilidade de uma *distorção*

*inconsciente*. Esta é vinculada à rotina de produção compartilhada com os colegas e interiorizados pela cultura profissional (WOLF, 1994). Pena exemplifica essa situação, a qual é pertinente ao nosso tema sobre telejornalismo:

Suponha que você é um repórter de TV e acaba de chegar à redação com uma reportagem sobre um assunto relacionado ao governo do seu estado. Entretanto, faltam apenas trinta minutos para o telejornal entrar no ar e você precisa editar a matéria. Naturalmente, sua edição dará prioridade à entrevista com o governador do estado. Mas isso não quer dizer que você esteja manipulando a reportagem a favor do governo. Apenas seguiu algumas das lógicas internas da rotina produtiva como a hora de fechamento e a escolha da figura mais representativa (o governador), que é um critério de noticiabilidade. (PENA, 2010, p.130).

Na lógica da mercantilização do processo de produção, portanto,

o ideal cultivado pela cultura jornalística de que o único compromisso do jornalismo é informar a população de certa forma fragiliza-se, torna-se uma utopia, um ideal romântico do ethos jornalístico. Sob essa lógica, a notícia é construída com base nos acontecimentos e nos códigos jornalísticos, mas a seleção desses acontecimentos e o tratamento que lhes é ministrado revelam os vínculos com o poder econômico e político. (SÁ BARRETO, 2013, p.71).

Essas reflexões a respeito da produção da notícia nos fazem mais uma vez seguir Traquina no que se refere à notícia como uma construção social,

o resultado de inúmeras interações entre diversos agentes sociais que pretendem mobilizar as notícias como um recurso social em prol das suas estratégias de comunicação, e os profissionais do campo que reivindicam o monopólio de um saber, ou seja, o que é notícia. (TRAQUINA, 2002, p.16).

Acerca desses profissionais, destacamos que, com o uso do *WhatsApp* como ferramenta jornalística, algumas mudanças ocorreram no que se refere ao processo de seleção da informação/credibilidade devido à sobrecarga informacional no século XXI, aqui já apontada por Alsina (2009). No próximo item, vamos discutir um pouco sobre essas transformações na lógica da comunicação, que em parte ocorreram também por causa da cultura da convergência atualmente vigente.

## **Jornalismo revisitado: convergência midiática e *gatekeeping***

Mais do que nunca, o jornalista “precisa de muita responsabilidade na apuração dos fatos e compromisso de confirmar as informações com diversas fontes. Só assim ele conseguirá garantir credibilidade e relevância no espaço digital” (RAMALHO, 2010, p.194). Por essa razão, é fundamental que esses profissionais visualizem as possibilidades que as novas ferramentas de comunicação podem agregar ao trabalho. Entre elas, podemos destacar:

- Mídias sociais como pauta: o que é divulgado por uma empresa pode ser repercutido por outros jornalistas. Ademais, temas constantes na web costumam pautar jornais, revistas, televisão e até mesmo outras mídias sociais;

- Internautas como fontes: é bastante comum jornalistas perguntarem em seus perfis particulares se tem alguém interessado em dar entrevista sobre determinada matéria. Além dessa forma, o jornalista pode captar a fonte através da observação de perfis em grupos criados, por exemplo, no *WhatsApp* e Facebook;

- Divulgação da informação com custos abaixo do que pelo cobrado pelo mercado de comunicação tradicional;

- Ampliar o engajamento dos leitores, o que por conseguinte possibilita verificar o *feedback* (retorno) da comunicação que vem sendo feita pela instituição;

- Devido à velocidade do fluxo informativo, a web facilita a divulgação de eventos ou anúncios públicos;

- Comunicação reativa: as mídias sociais podem esclarecer de forma rápida informações aos usuários, assim facilitando o esclarecimento/resposta sobre possíveis falhas na prestação de serviços de comunicação;

- Convergência de conteúdo: transposição de arquivos de um meio para o outro. No caso do telejornalismo do Bom Dia Paraíba isto é bastante usual, tendo em vista que o conteúdo divulgado na televisão passa para a internet, no site da Globo – Paraíba 1, em diferentes vídeos que formam a edição do dia. Ademais, as redes sociais são uma fonte para chamar os telespectadores para assistirem ao jornal ou ainda para rever matérias em destaque selecionadas pela equipe de produção para estar inseridas em mídias sociais, como por exemplo o Facebook.

Com efeito,

os mercados midiáticos estão passando por mais uma mudança de paradigma. Acontece de tempos em tempos. Nos anos 1990, a retórica da revolução digital continha uma suposição implícita, e às vezes explícita, de que os novos meios de comunicação eliminariam os antigos, que a Internet substituiria a radiodifusão e que tudo isso permitiria aos consumidores acessar mais facilmente o conteúdo que mais lhe interessasse. [...] Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias irão interagir de formas cada vez mais complexas. (JENKINS, 2013, p.31-32).

Nesse sentido, a convergência é um conceito antigo assumindo novos significados. Busca-se, atualmente, novos sentidos dentro de um contexto de transformações na comunicação, aqui em especial destacamos o telejornalismo e os aspectos relacionados às fases que envolvem as rotinas produtivas, quais sejam: *recolha*, *seleção* e *apresentação*.

Corroboramos com o autor quando ele afirma que a verdade está no meio-termo, de modo que as velhas e as novas mídias colidem, porém, mais que um processo tecnológico, verificamos que a convergência representa uma transformação cultural, estando inserido nesse aspecto as mudanças provocadas no *ethos* jornalístico em razão do uso do *WhatsApp* no processo de produção da notícia. Isto, pois, “os valores inerentes à ética só fazem sentido se estiverem inscritos no conjunto da sociedade, como um sistema interligado”.

Dessa forma, a convergência envolve uma transformação não apenas na forma de produzir, mas também no modo de consumir os meios de comunicação. Em nosso trabalho, entretanto, focamos no primeiro aspecto, qual seja: as rotinas produtivas. É importante, porém, entendermos que

a convergência não depende de qualquer mecanismo de distribuição específico. Em vez disso, a convergência representa uma mudança de paradigma – um deslocamento de conteúdo de mídia específico em direção a uma elevada interdependência de sistemas de comunicação, em direção a relações cada vez mais complexas entre a mídia corporativa, de cima para baixo, e a cultura participativa, de baixo para cima. (JENKINS, 2013, p.325).

Feita essa observação, para melhor compreender a inserção da convergência pela indústria midiática, elencamos cinco razões para o

surgimento da cultura da convergência na lógica da comunicação atual, tomando como referência os estudos de Jenkins, referência na temática. São elas:

1. Estratégias baseadas na convergência exploram as vantagens dos conglomerados;
2. A convergência cria múltiplas formas de vender conteúdos aos consumidores;
3. A convergência consolida a fidelidade do consumidor, em uma época marcada pela fragmentação do mercado e no aumento da troca de arquivos ameaçando os modos antigos de fazer negócios;
4. Convergência como possibilidade de moldar o comportamento do consumidor;
5. Convergência estimulada pelos próprios consumidores, que exigem que as empresas de mídia sejam mais sensíveis a seus gostos e interesses.

Independente da razão escolhida pela indústria midiática,

a convergência está mudando o modo como a média das pessoas pensa sobre sua relação com os meios de comunicação. Estamos num importante momento de transição, no qual as antigas regras estão abertas a mudanças e as empresas talvez sejam obrigadas a renegociar a sua relação com os consumidores. (JENKINS, 2013, p.326).

Com efeito, a relação entre leitor e jornalista mudou em decorrência do contexto de convergência midiática. Desse modo,

o público, que ganhou poder com as novas tecnologias e vem ocupando um espaço na intersecção entre os velhos e os novos meios de comunicação, está exigindo o direito de participar intimamente da cultura. Produtores que não conseguirem fazer as pazes com a nova cultura participativa enfrentarão uma clientela declinante e a diminuição dos lucros. As contendas e as conciliações resultantes irão redefinir a cultura pública do futuro. (JENKINS, 2013, p.53).

Nesse sentido, podemos perceber como diferentes variáveis foram modificadas em razão da Internet e, conseqüentemente, da convergência midiática. Apesar dessa crescente utilização das tecnologias digitais, algumas críticas ao jornalismo tradicional permanecem atuais no universo on-line, como, por exemplo,

a velocidade, a simplificação, a superficialidade e a banalização. Entretanto, além de essas críticas serem potencializadas no ambiente digital (o tempo real e a própria linguagem são exemplos, embora limitados pelos suportes de *hardware*), o universo da cibercultura também os relaciona com as fantasias de supressão do tempo e do espaço. (TRAQUINA, 2002, p.180).

Até aqui vimos transformações no contexto da comunicação, perpassando conceitos como telejornalismo, construção da notícia, rotinas produtivas e convergência midiática. No tópico seguinte, pensaremos em alguns desses aspectos vistos teoricamente, porém sob a perspectiva do *WhatsApp* no telejornalismo.

### ***WhatsApp*: entendendo seu uso no telejornalismo**

Compreendemos até então alguns conceitos sobre telejornalismo, notícias, construção da notícia e rotinas produtivas tendo em vista a lógica da atualidade. Essas reflexões tomaram como objetivo entender o uso do *WhatsApp* enquanto ferramenta jornalística, o que será mais enfatizando neste item. Antes de adentrarmos precisamente nesse enfoque, explanaremos algumas funcionalidades do aplicativo. Isto, pois, ele é de fácil entendimento quando se utiliza as ferramentas básicas. Há, porém, alguns fatos que são desconhecidos pelos usuários, mas que podem facilitar, além da simples troca de mensagens, o trabalho do jornalista.

Seguem abaixo algumas características e funcionalidades do *WhatsApp* para que, assim, possamos entendê-lo enquanto aplicativo e, por conseguinte, ferramenta jornalística. Neste ponto, exemplificaremos com o caso do Extra, primeiro jornal a trabalhar explicitamente com o aplicativo enquanto ferramenta para produção de notícias.

O *WhatsApp* foi criado em 2009 e comprado cinco anos depois pelo Facebook e seu fundador, Mark Zuckerberg. Apesar de ser relativamente recente seu uso no mercado da tecnologia, vem ganhando espaço entre os usuários e passando por modificações em suas funcionalidades. Dentre algumas informações sobre sua historicidade no mundo tecnológico, destacamos as citadas abaixo pela Redação do Olhar Digital, inserida no site UOL, sobre a matéria "5 fatos que você (provavelmente) não sabia sobre o *WhatsApp*", publicada em junho de 2016.

Ao todo, a equipe do WhatsApp conta com pouco mais de 50 funcionários. Desses, 32 são engenheiros de software que trabalham dia após dia para desenvolver novidades e cuidar da experiência de mais de 1 bilhão de usuários em todo o mundo. É

como se cada engenheiro fosse responsável por quase 32 milhões de pessoas.

A empresa, mesmo sob o guarda-chuva do Facebook, não tem um departamento de marketing, vendas ou relações públicas. Eles não têm assessoria e nunca gravaram um anúncio para TV ou um banner para a internet. O sucesso do WhatsApp se espalhou pelo mundo do modelo mais tradicional possível: na propaganda boca a boca de usuários satisfeitos.

A empresa foi fundada em solo norte-americano e fez sua estreia em smartphones norte-americanos, mas o app não é muito popular nos Estados Unidos. Uma pesquisa feita pelo instituto SimilarWeb constatou que o WhatsApp é o aplicativo de mensagens mais usado em 109 países, incluindo toda a América Latina e a maior parte da África, mas perde para o Facebook Messenger nos Estados Unidos, Canadá e em algumas regiões da Europa.

Importante destacar que as mensagens enviadas e as chamadas efetuadas através do *WhatsApp* são protegidas com *criptografia de ponta-a-ponta*, não podendo portanto ser lidas ou ouvidas pelos gerenciadores do aplicativo ou por terceiros. Isto acontece porque as mensagens são criptografadas com um cadeado único, o qual possui uma chave especial possível de ser acessada apenas por quem escreve e o destinatário. Tudo ocorre automaticamente, não sendo necessário ativar configurações ou estabelecer conversas secretas especiais para garantir a segurança das mensagens.

Para o jornalismo, este quesito da criptografia de ponta-a-ponta permite a privacidade de uma entrevista e o sigilo das informações, sendo portanto um recurso útil no que tange às rotinas produtivas da profissão. Pelo *WhatsApp* é possível, além de enviar mensagens instantâneas, efetuar chamadas, mesmo entre pessoas de países distintos. Esse recurso também segue o conceito de criptografia de ponta-a-ponta, sendo importante para a manutenção da privacidade dos usuários do aplicativo.

No que tange às funcionalidades, ele possibilita *transferir documentos e áudios*. Esse quesito é um facilitador para o jornalismo, tendo em vista que através dele é possível enviar pautas para os jornalistas sem ter que esperar que haja o encontro presencial com eles. Isso diminui custos operacionais e, por conseguinte, financeiros. Além das pautas em documentos como o Word (documento de texto do Office), a equipe de produção pode *passar contatos* das fontes aos jornalistas através do aplicativo. É possível também transmitir a localização que o jornalista deve seguir para apurar as informações, sendo uma forma de

possibilitar por meio do GPS o acesso mais rápido aos locais de apuração das matérias.

Além de ser um bate-papo através da escrita, o *WhatsApp* possibilita *gravar áudios curtos* e assim chegar mais rápido ao interlocutor. Esse recurso é muito utilizado pelo jornalismo, visto que na correria contra o tempo de entrega da matéria nem sempre é possível parar e escrever com o intuito de, por exemplo, tirar dúvidas com a equipe de produção ou entrar em contato com algum entrevistado. O áudio é mais rápido de ser transmitido e facilita o entendimento da mensagem, que pode ser escutado quantas vezes achar necessário no horário que melhor for adaptado ao profissional.

Em nossa pesquisa, utilizamos muito o recurso de envio de áudios através do *WhatsApp* para entrar em contato com jornalistas e assim sanar algumas dúvidas, o que facilitou em questões de tempo e agilidade na elaboração do teórico. Destacamos que o *WhatsApp* também pode ser acessado através do computador sendo um facilitador para o trabalho jornalístico, que quando chega à Redação necessita copiar as entrevistas e passar os arquivos para a edição do jornal.

Abaixo segue a página<sup>11</sup> que disponibiliza esse serviço, sendo necessário que o usuário sincronize o celular à web através do QR Code, um código de barras bidimensional que escaneia informações, podendo converter em texto, imagem, música, entre outros serviços. No caso em questão, o QR Code escaneia para possibilitar o acesso ao *WhatsApp*.

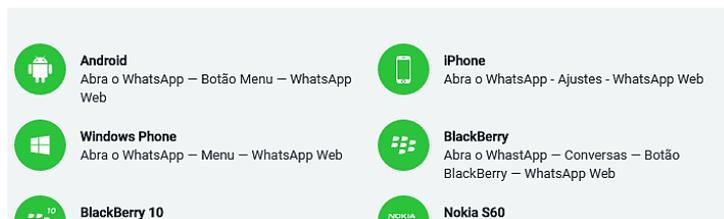


### WhatsApp

Utilize o WhatsApp em seu telefone para ler o código

Mantenha-me conectado

Para reduzir o uso de dados móveis, conecte seu telefone a uma rede Wi-Fi.



**Figura 7: Recurso para acessar o *WhatsApp* através do computador**

Fonte: WhatsApp

<sup>11</sup> O *WhatsApp* na web pode ser acessado através da página disponível em: <<https://web.whatsapp.com/>>. Acesso em: 22 jul. 2016.

Quanto à funcionalidade do *WhatsApp* enquanto ferramenta jornalística, destacamos o Extra, primeiro jornal a trabalhar explicitamente com essa questão, dando voz ao leitor. Entendê-lo, mesmo que superficialmente, é importante para nossa pesquisa, tendo em vista seu pioneirismo. A seguir traçaremos alguns aspectos do projeto do Extra sobre o recurso do *WhatsApp* na Redação. Segundo o Extra, desde 2013 vários *furos* jornalísticos surgiram com a colaboração dos leitores.

O Jornal considera o uso do *WhatsApp* pelo jornalismo uma nova forma de trabalhar mais rápida, conectada e próxima. Para Fábio Gusmão, editor digital, é

uma forma de produção de jornalismo inovadora que conecta as pessoas à nossa Redação. Nós temos vários turnos para cuidar do *WhatsApp*: começa às 6h da manhã e a gente faz turno de praticamente 24h conectados e respondendo em tempo real às pessoas que nos acionam por ali. (ANJ, 2016, *online*).

Para contar com o auxílio de informações de seus leitores, o Extra procura valorizá-los e garantir o sigilo das denúncias, informações e fotos passadas pelo aplicativo à equipe de produção.

Exemplo dessa participação do público pode ser visualizado na matéria abaixo, a qual no próprio texto jornalístico é descrita a interatividade da fonte de informação através do uso do *WhatsApp*: "Um ambulante fez contato com o *WhatsApp* do EXTRA (21 99644-1263). Disse que viu o momento em que os restos mortais eram retirados da água. Segundo ele, logo chegaram equipes da Guarda Municipal e da PM". Ademais, ocorre na citação a publicidade do número para entrar em contato com o Jornal, de modo que a partir desse link outros leitores possam enviar arquivos como forma colaborativa para a equipe de produção do Extra.

Desde seu lançamento, o aplicativo vem crescendo no ambiente digital e servindo como referência para os estudos sobre o uso do *WhatsApp* no jornalismo.

Ao longo de três anos, o número de leitores cadastrados no *WhatsApp* do Extra passou dos 338 registrados nas primeiras 48 horas para os mais de 70 mil. As milhares informações recebidas de leitores ajudaram na divulgação de crimes e em denúncias de problemas em serviços essenciais, como transporte público e acesso a atendimento hospitalar. Desde 2013, conforme relatado pelo site *Comunique-se*, esse conteúdo rendeu diversas matérias no site do veículo, em tempo real, e no impresso. (ANJ, 2016, *online*).

Apesar do grande sucesso de seu *WhatsApp*, o Extra passou recentemente por problemas de comunicação, dificultando assim o contato com seus mais de 70 mil cadastrados via aplicativo, bem como seu uso enquanto ferramenta jornalística. Suas contas foram bloqueadas por cinco vezes desde 2013, ano de lançamento do Projeto. Entretanto, em maio de 2016 a situação piorou devido aos sucessivos bloqueios que vinha sofrendo, sendo esta uma fragilidade que destacamos para seu uso na produção das notícias. Isto, pois, é necessário ter um suporte de confiança, que esteja de fato disponível para seus leitores.

A justificativa para o mais recente bloqueio da conta do Extra no *WhatsApp* assemelha-se às situações anteriores, em que houve um alto fluxo de mensagens envolvendo um mesmo número de telefone, remetendo à situação de *spam*<sup>12</sup>. Outra possibilidade seria o cancelamento automático por conta de um elevado número de bloqueios da parte dos usuários do aplicativo. Em entrevista para a ANJ, o editor digital Fábio Gusmão lamentou a situação:

Trata-se de uma miopia, pois costumo dizer que, por meio do aplicativo, o leitor está a três toques da gente (abrir o app, registrar e enviar). E são leitores cadastrados, com seus números e endereços identificados, ou seja, há uma relação de confiança e credibilidade nas informações repassadas que, checadas, podem ser valiosas informações jornalísticas e de utilidade pública. (ANJ, 2016, online).

Após esse bloqueio, o Extra continuou usando o *WhatsApp* após sua liberação, porém intensificou o uso no Telegram, outro aplicativo de mensagens, concorrente do *app*<sup>13</sup> do Facebook, que vem se destacando em meio aos constantes bloqueios do *WhatsApp* no Brasil.

Com a experiência do Extra, destacamos, mais uma vez, a fragilidade do serviço *WhatsApp* no jornalismo. Isto, pois, caso ele continue com esses bloqueios em outros veículos de comunicação, a tendência é buscar alternativas, no caso pensar em um aplicativo semelhante, porém com menos burocracias, e sim com facilidades para o contato com os leitores. Atualmente, como optado pelo Extra, o segundo aplicativo de mensagens de maior alcance e divulgação é o Telegram.

---

<sup>12</sup> *Spam* é um tipo de mensagem eletrônica enviada ao usuário sem que ele tenha solicitado. Geralmente é enviada para várias pessoas ao mesmo tempo. Portanto, é considerada indesejada, razão pela qual o *WhatsApp* entende ser necessário bloquear o número das empresas jornalísticas. Entretanto, o que ocorre na verdade é uma falha de interpretação na comunicação, confundindo excesso de troca de mensagens entre os usuários com *spam*.

<sup>13</sup> *App* é um termo utilizado para expressar "aplicativo".

Na busca para não perder o contato com os seus leitores em decorrência desses bloqueios, o Extra fez algumas matérias divulgando o número para acessar ao Telegram do Jornal, bem como quais são os recursos do aplicativo, que ainda estava sendo descoberto e ganhando dimensão no campo da tecnologia da comunicação. Dessa forma, o Jornal mostra sua ânsia em estar inserido nesse contexto de transformações que envolvem novas possibilidades de ferramenta jornalística, tanto que eles foram os primeiros no Brasil a acreditar no potencial do *WhatsApp* como captador de informações importantes para a elaboração de *pautas*, indo além de sua função como aplicativo de bate-papo.

Apesar dessa tentativa de inserção do Telegram como uma ferramenta jornalística, destacamos que o *WhatsApp* ainda tem maior destaque e usabilidade entre os telespectadores e as próprias equipes de Redação. Não obstante, devido às intensas mudanças porque passam os meios de comunicação, é importante discutir outras possibilidades que possam auxiliar na construção da notícia.

Além dessas fragilidades dos bloqueios, no caso uma questão além das condições preestabelecidas pelos jornais, vale ressaltar também uma fragilidade ocasionada pelas próprias equipes de Redação, que é a mudança dos números do *WhatsApp*. Como é um aplicativo ainda relativamente recente no que se refere às práticas jornalísticas, ele vem se adaptando ao contexto em que está inserido, de modo que os jornalistas também procuram superar as limitações do aplicativo, inclusive muitas vezes no que se refere aos limites existentes entre a interatividade do Jornal e os usuários do aplicativo.

O Extra passou por essa mudança de número em junho de 2016. No intuito de divulgar o novo contato, o Jornal fez reportagens divulgando as mudanças, porém não explica a sua necessidade aos usuários. Na matéria "EXTRA tem novo número de *WhatsApp*: (21) 99602-2721", de 04/06/2016, ele apenas relata a necessidade que o usuário tem de editar o contato e também mostra como novos usuários podem se cadastrar:

O EXTRA agora recebe vídeos, fotos, mensagens e denúncias por WhatsApp pelo telefone (21) 99602-2721. Se você já tinha se comunicado com o jornal usando o aplicativo, é preciso trocar o número registrado na sua agenda. O processo é muito simples: na lista contatos, selecione a opção "editar contato" e altere o número cadastrado. Não se esqueça de salvar as alterações!  
Atenção: O WhatsApp do EXTRA não vai mais operar no número (21) 99644-1263.

O Extra, portanto, é pioneiro no Brasil no que se refere ao uso do *WhatsApp* como ferramenta jornalística de interatividade entre a Redação e os leitores, de modo que consequentemente ele vai passar por adaptações necessárias para sua real aplicabilidade no campo da comunicação. Isto, pois, o próprio aplicativo passa constantemente por transformações e interferências inclusive no plano judicial. Acima citamos que o aplicativo foi bloqueado para o Jornal Extra.

Porém, por um curto período ele também foi bloqueado para todos os usuários do aplicativo no Brasil, sendo esta também outra fragilidade que podemos apontar no que se refere à temática em razão de que, diante dessas situações, a tendência é buscar novas formas de interatividade no mundo virtual, como já vimos e citamos o caso do Telegram. Dessa forma, entendemos citar de forma rápida, a título de compreensão do contexto, algumas razões para seu bloqueio no Brasil e algumas consequências desse acontecimento para a produção das notícias.

### ***WhatsApp*: bloqueio e implicações no jornalismo**

No dia 02 de Maio de 2016, uma decisão da Justiça, por meio do juiz Marcel Maia Montalvão da vara criminal da cidade sergipana de Lagarto, determinou a suspensão do *WhatsApp* no Brasil por 72 horas, afetando mais de 100 milhões de usuários no país. Antes de sua decisão, o juiz já havia mandado prender o vice-presidente do Facebook para a América Latina, Diego Dzodan, por descumprimento de ordem judicial que pedia quebra de sigilo de mensagens trocadas pelo aplicativo, como parte da obtenção de provas em processo de tráfico de drogas interestadual.

O *WhatsApp* se pronunciou sobre a temática a partir da divulgação de uma nota, a qual alega ter cooperado até o limite de suas possibilidades com a justiça brasileira, bem como expressou seu desapontamento com a decisão do juiz sergipano em ordenar o bloqueio do aplicativo no Brasil. "Esta decisão pune mais de 100 milhões de brasileiros que dependem do nosso serviço para se comunicar, administrar os seus negócios e muito mais, para nos forçar a entregar informações que afirmamos repetidamente que nós não temos", disse o *WhatsApp*.

A nota diz "mais uma vez" em relação ao bloqueio, pois em Dezembro de 2015 a 1ª Vara Criminal de São Bernardo do Campo, região metropolitana de São Paulo, ordenou que o aplicativo fosse suspenso por 48 horas também em todo o Brasil, por processo criminal que também

corria em segredo de justiça. Essa decisão<sup>14</sup>, entretanto, foi revertida em menos de 24 horas depois por meio de liminar.

Naquela ocasião, o presidente-executivo do Facebook, Mark Zuckerberg, afirmou ter ficado 'chocado que nossos esforços em proteger dados pessoais poderiam resultar na punição de todos os usuários brasileiros do *WhatsApp* pela decisão extrema de um único juiz'. (EXTRA, 2016).

A proteção acima citada se refere ao uso de mensagens criptografadas que asseguram a privacidade das informações, como vimos na explanação sobre algumas funcionalidades do aplicativo.

Com o bloqueio os telespectadores enfrentaram dificuldades para se comunicar com os jornais, bem como os jornalistas tiveram dificuldade para passar informações necessárias à elaboração das pautas e notícias. Isto, pois, o *WhatsApp* trouxe muitas facilidades para a comunicação social e, especificamente, o jornalismo.

A partir da experiência do Extra, outros veículos e meios de comunicação de todo o país passaram a usar o Whatsapp como ferramenta de contato direto entre a redação e os leitores. "O modelo anterior desse contato era complicado. O leitor tinha que entrar no site do jornal na internet, preencher um cadastro, receber o e-mail de confirmação de inscrição e só então enviar as informações. Ainda assim, ele poderia enfrentar problemas com tamanho dos arquivos que poderiam ser enviados para o veículo", conta Gusmão. (ANJ, 2016, *online*).

Concordamos, então, com o *WhatsApp* na medida em que consideramos o bloqueio ao aplicativo um prejuízo não apenas de comunicação entre seus usuários. Hoje ele é também uma ferramenta de trabalho dentro de empresas atentas ao mercado tecnológico. Através da troca de mensagens os recursos econômicos são potencializados, como ocorre, por exemplo, no jornalismo quando um carro da equipe da Redação não precisa ir a um local do acontecimento do fato para tirar fotos, pois um morador da região já repassou as imagens, que muitas vezes precisam ser rapidamente transmitidas para a sociedade em razão do *deadline*, bem como por sua relevância no que se refere ao valor-notícia.

---

<sup>14</sup> Antes de a dissertação ser finalizada, houve mais um bloqueio ao aplicativo *WhatsApp*. No caso, o terceiro. Esta última vez (19 de Julho de 2016) a decisão foi da Vara do Rio de Janeiro. O Supremo Tribunal Federal (STF) suspendeu essa decisão por considerá-la desproporcional, tendo em vista que o aplicativo é usado e forma abrangente.

Dessa forma, percebemos que o *WhatsApp* está presente nas diferentes atividades que envolvem a produção do telejornal, de modo que tem se tornado uma ferramenta imprescindível no campo jornalístico. Assim,

o *WhatsApp* é uma ferramenta quase que indispensável de comunicação entre a produção e a equipe de reportagem na rua. A produção usa muito para apuração/marcas pautas porque os produtores entram em contato com as fontes, como delegados, médicos. Os produtores também participam de grupos policiais, em que normalmente tem informações compartilhadas entre imprensa e polícia. A partir dessas informações, a equipe de produção encaminha os jornalistas para as rotas das reportagens, muda pauta, possibilita através da tecnologia entrar “ao vivo” assuntos pautados pelo aplicativo. Com o *WhatsApp* os produtores colocam pautas para os repórteres, vídeos quando a matéria vai ter o complemento, por exemplo de um circuito interno. Muitas vezes inclusive os repórteres narram esses vídeos usando textos lidos no próprio *WhatsApp*, já que agora é permitido usar o celular como apoio durante as filmagens. Agiliza muito a vida da gente que tem o *deadline*, que é o tempo limitado para produzir a matéria, porque enquanto em outros tempos eu teria que chegar na Redação, ir na ilha de edição, assistir ao vídeo...agora dentro do carro eu já consigo acessar o vídeo, construir o texto e enviar para a TV pelo motoboy e algumas vezes diretamente pela própria Internet. (LARISSA PEREIRA - repórter).

Nessa perspectiva, consideramos importante observar o que de fato ele vem modificando no dia a dia da profissão jornalista, perpassando aspectos positivos e negativos quanto à sua aplicabilidade nas rotinas produtivas. A seguir, vamos descrever separadamente cinco *afetações* identificadas durante o processo de observação sobre a temática. Essas observações tiveram, além do quesito teórico, suporte nas experiências da pesquisadora durante o processo de investigação no Mestrado sobre as rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba.

1. *Whatsapp* contribuiu para agilizar a comunicação entre a equipe da Redação na medida em que mistura disposições pessoais e profissionais:

Em nossa pesquisa focamos no aspecto profissional que o *WhatsApp* proporciona ao jornalismo, entretanto não podemos deixar de destacar sua aplicabilidade ao dia a dia dos cidadãos, possuindo dessa forma caráter informal quanto à comunicabilidade. Sua origem, inclusive, decorre dessa tentativa de aproximar e socializar amigos, parentes, colegas de trabalho. Assim, é um aplicativo usado não só no trabalho, mas

sim durante todo o dia, o que beneficia o aspecto jornalístico, tendo em vista que os acontecimentos ocorrem 24h por dia.

Então, muitas vezes o aplicativo é usado para fins pessoais, mas recebe nesse período algo com valor-notícia. Mesmo fora de seu horário convencional de trabalho, o jornalista passa essa informação para grupos específicos, colegas de profissão. Segundo a chefe de redação da TV Cabo Branco, Giulliana Costa, “hoje é *full time*, a gente não descansa mais, é 24h e muitas vezes quando a informação chega o jornal já foi *furado*<sup>15</sup>”.

O *Whatsapp*, então, contribuiu para agilizar a comunicação entre a equipe da Redação na medida em que mistura disposições pessoais e profissionais. Quanto a este último aspecto, ele vem ganhando espaço, tendo em vista os recursos e facilidades que proporciona no processo de produção da notícia. Exemplo disso é o seguinte relato:

Agora temos como passar informações para os repórteres que estão na rua através do aplicativo em vez do telefone. Digamos que o repórter Hebert Araújo está na Central de Polícia já para divulgar a notícia. Na redação nós continuamos apurando as informações, então é possível repassar possíveis novidades pelo *WhatsApp*. Antes a gente ficava por telefone contando os novos fatos, mas para o repórter decorar era difícil e anotar também. Com o *WhatsApp* é mais fácil, além de poder enviar fotos, documentos. (GIULLIANA COSTA – chefe de redação da TV Cabo Branco).

A importância dessa comunicação interna foi sentida principalmente quando houve a falta do aplicativo, no caso estamos nos referindo aos três dias em que o aplicativo foi bloqueado pela Justiça no Brasil. Nessas ocasiões, segundo Patrícia Rocha “a comunicação entre a equipe ficou prejudicada porque a gente teve que ficar ligando, o que demanda mais tempo. No caso foi ainda mais perceptível a falta do aplicativo internamente que com os telespectadores”. Apesar disso, a comunicação entre o Bom Dia Paraíba e o público é fundamental e tem proporcionado maior interação ao telejornal, como veremos no próximo item sobre as afetações do *WhatsApp* como ferramenta jornalística.

2. Ampliou as formas de interação entre o público e o telejornal, criando uma lógica ininterrupta de acesso e interação:

Como vimos com Ramalho (2010), apesar da limitação ainda existente, não podemos esquecer os avanços na comunicação no que

---

<sup>15</sup> *Furo*: “notícia transmitida em primeira mão” (CUNHA, 1990, p. 137).

tange à participação do usuário na mídia, tendo em vista que a comunicação *one-way* (via única) não é mais válida e uma pista de mão dupla se estabeleceu com muita informação sendo gerada pelo consumidor. O *WhatsApp*, quanto a esse aspecto, ampliou as formas de interação entre o público e o telejornal na medida em que criou uma lógica ininterrupta de acesso e interação. Essa participação pode ser percebida no relato abaixo:

Posso lhe dizer isso com muita convicção porque estou aqui na TV Cabo Branco desde 2011. Nessa época a gente não tinha *WhatsApp*, não tinha Internet funcionando com tanta interatividade e nem redes sociais. A gente recebia via fax e carta as informações dos telespectadores. Também alguns deles vinham na Redação querendo falar com a equipe de produção do jornal para poder fazer uma sugestão ou denúncia. Era movimentado, mas tinha outra velocidade. Em televisão a gente corre contra o tempo. Você recebia essas informações em número muito menor do que chega hoje via redes sociais, infinitamente menor. (GIULIANA COSTA – chefe de redação da TV Cabo Branco).

Nesse processo comunicativo entre leitor e telejornal, destacamos que as informações recebidas pelo *WhatsApp* são via mensagem, o que alterou o fluxo das informações e é isso que veremos no próximo item, a terceira *afetação* destacada em nossa pesquisa sobre o uso do aplicativo no jornalismo.

3. Despersonalizou o fluxo das informações, na medida em que o *Whatsapp* é um "receptor" de conteúdos informacionais não necessitando de uma figura humana que "receba" os conteúdos no momento da interação:

As mensagens enviadas pelo *WhatsApp* ficam no sistema informacional do aplicativo de quem recebe, não precisando ser visualizada e respondida exatamente na hora em que é recebida. Segundo o produtor do Bom Dia Paraíba, Mateus Siolomar, "o *WhatsApp* é fundamental porque tem o contato da pessoa e quando ela não pode atender a gente manda mensagem, então foi um facilitador para gente". Despersonalizou, dessa forma, o fluxo das informações, na medida em que o *Whatsapp* é um "receptor" de conteúdos informacionais não necessitando de uma figura humana que "receba" os conteúdos no momento da interação.

O e-mail também possui esse recurso, entretanto, há um diferencial segundo relato abaixo:

Difícilmente agora a gente usa o e-mail. O *WhatsApp* está substituindo mesmo porque é mais prático. Como é um aplicativo, é mais rápido porque é possível ler a pauta no texto corrido no próprio *WhatsApp*. Também tem a possibilidade de o produtor enviar áudios detalhando melhor o que o jornal está precisando. (LARISSA PEREIRA - repórter).

Destacamos que o e-mail ainda é bastante utilizado, sendo seu uso prioritariamente para arquivos que o jornalista pretende guardar por mais tempo, tenham melhor visualização no computador e que sejam de amplo espaço para “baixar” no celular, este não suportando a quantidade de informação. O *WhatsApp* é um aplicativo com fácil acesso, por isso mais prático para o dia a dia do jornalista, que constantemente precisa entrar em contato com fontes e outros profissionais da Equipe.

Hoje em dia, por exemplo, no próprio local do crime a imagem de circuito interno já é enviada diretamente por policiais ao nosso *WhatsApp*. Antigamente você fazia a matéria, voltava para a Redação e muitas vezes ficava esperando a imagem ser enviada por e-mail pelo Batalhão de Polícia, o que podia dar tempo ou não de entrar no ar. (PATRÍCIA ROCHA – apresentadora e editora-chefe).

Com o *WhatsApp* modificou-se, portanto, o fluxo informacional nas Redações. Além disso, mudaram as formas de sugerir conteúdo a ser apurado e transformado em notícia, o que veremos na quarta *influência* que elencamos como recurso jornalístico do aplicativo.

4. Instaurou o anonimato de denúncias nas rotinas jornalísticas a partir de novos modos de sugerir *pautas*:

Com o aplicativo, instaurou-se o anonimato de denúncias nas rotinas jornalísticas a partir de novos modos de sugerir *pautas*. Assim, a *pauta* não mais faz parte apenas do universo jornalístico. Ela é hoje guiada também por aquele que assiste ao programa, mas que às vezes resolve participar de sua produção a partir do momento que envia fotos, vídeos e mensagens com valor-notícia, passíveis de apuração para a construção da notícia. Essa inserção do telespectador ao Bom Dia Paraíba pode ser percebida através dos relatos abaixo:

Tem uma outra preocupação que a gente tem aqui na TV Cabo Branco, que é ter autorização de quem está enviando aquela informação porque a imagem não foi feita pelo telejornal. Imagem de circuito interno, por exemplo, a gente vai atrás para pegar assinatura e assim poder utilizar. Nunca chegamos a ter processos porque nós somos muito cuidadosos. Então, o *WhatsApp* é uma plataforma muito ágil, gera uma trabalhadeira porque eu continuo sendo o mesmo ser humano, jornalista que preciso apurar a informação como era feito na época do fax, mas eu não me transformei em uma plataforma também. Imagina como as pessoas ficam “pilhadas” hoje em dia pelo excesso de informação que essas informações proporcionam à Redação. (GIULLIANA COSTA – chefe de redação da TV Cabo Branco).

Dessa forma, o fluxo comunicativo aumentou, assim propiciando uma ampla sugestão de pauta por parte do telespectador. Entretanto, devido ao excesso de informação, faz-se necessário cautela na hora de construir e divulgar a notícia. Assim, cabe ao jornalista estar atento ao processo de apuração, o que veremos no próximo e último item sobre as afetações do *WhatsApp* como ferramenta jornalística.

5. Aumentou a preocupação em apurar a informação uma vez que os fluxos de informação são contínuos:

Com o *WhatsApp*, qualquer pessoa pode repassar informações, o que por um lado é bom para o jornalismo, tendo em vista que muitos telespectadores repassam vídeos, mensagens de denúncia, novas ideias e fotos como sugestão de pauta, como vimos no item anterior. Entretanto, com o aumento do fluxo informativo, faz-se necessário maior rigor jornalístico no que se refere ao processo de apuração. Nem tudo que é veiculado pelo aplicativo pode e deve ser circulado nos meios de comunicação. Sobre essa preocupação do jornalismo em apurar com responsabilidade os fatos, destacamos que:

O *WhatsApp* tem flexibilizado, agilizado e facilitado o trabalho. Agora é claro que não deixa de ser uma ferramenta que tem aumentado a responsabilidade e tem deixado o trabalho da apuração ainda mais importante porque chega todo tipo de informação. (LARISSA PEREIRA - repórter).

Surgem muitas informações falsas, erradas, que não procedem, mas cabe a gente que prima pela informação apurada checar antes de produzir. Não pode banalizar a informação que chega pelo *WhatsApp*. (PATRÍCIA ROCHA – apresentadora e editora-chefe).

Dessa forma, por mais que a informação seja enviada por um telespectador com imagem, todo o texto contendo dados, fontes, o material necessário para elaborar uma matéria, ainda assim é necessário apurar a informação porque nem sempre o que está no aplicativo é verdadeiro. O antigo processo de apuração continua no jornalismo, na verdade segue ainda mais rigoroso, uma vez que os fluxos de informação são contínuos.

Até então abordamos as *influências* do *WhatsApp* como ferramenta jornalística, considerando que o aplicativo interferiu positivamente nas rotinas produtivas do jornalismo na medida em que possibilitou a flexibilização do trabalho diário exercido pela profissão. Entretanto, por ser uma temática recente, ela passa por constantes reformulações, as quais remetem a problemáticas, as quais vamos pensar agora sob a perspectiva de nosso objeto de estudo, qual seja o uso da ferramenta no telejornalismo.

A primeira problemática se refere ao bloqueio de algumas contas do *WhatsApp* devido ao elevado fluxo de mensagens envolvendo um mesmo número de telefone, assim entendendo como um caso de *spam*. Outra possibilidade seria o cancelamento automático por conta de um alto número de bloqueios da parte dos usuários do aplicativo. Esses bloqueios ocasionam a necessidade de troca de número e, por conseguinte, a necessidade de novos cadastros dos telespectadores.

A segunda problemática que traçamos sobre o uso do aplicativo no jornalismo é a questão do bloqueio do aplicativo, porém agora pensando em toda sua funcionalidade temporariamente para os brasileiros conforme determinação da Justiça. No caso em questão estamos nos referindo a decisão do juiz Marcel Maia Montalvão da vara criminal da cidade sergipana de Lagarto sobre a suspensão do *WhatsApp* no Brasil, afetando mais de 100 milhões de usuários no país. Foram três bloqueios distintos em 2016, sendo o último em julho a partir da vara do Rio de Janeiro. As alegações continuam sendo as mesmas: o objetivo é obter informações pelo aplicativo tendo em vista este ser supostamente utilizado pelo tráfico de drogas para negociações entretanto atualmente elas são criptografadas. Nesse panorama, durante nossa pesquisa de campo questionamos à equipe de Redação se a falta do aplicativo interferiu nas práticas jornalísticas do Bom Dia Paraíba, o que pode ser conferido abaixo:

O dia em que o *WhatsApp* parou a gente pensou "e agora, quem vai contar as informações para gente?" porque fax não existe

mais, os telefones não tocam mais tanto, as pessoas já se acostumaram a interagir pelo aplicativo, por redes sociais, então a gente se sentiu meio órfão, mas teve que ir para as formas convencionais. Vamos ligar para a Polícia Rodoviária Federal, as delegacias, pessoas administradoras que participam de grupos maiores do *WhatsApp*. Foi algo muito engraçado porque todo mundo ficou louco sem saber como trabalhar, mas eu disse que a gente tem que voltar a fazer como era antes. Eu costumo dizer que para quem está aprendendo a dirigir é bom dirigir sem câmbio automático para você está preparado para a forma mecânica também. É claro que o *WhatsApp* é uma realidade, essas plataformas não vão embora, mas os velhos hábitos de apuração, de checar a notícia eles têm que existir, permanecer mesmo com a existência desse canal de compartilhamento. O jornalista não pode perder o hábito de pegar o telefone e apurar a informação, de termos nossas fontes. Jornalista sem fonte não vai para canto nenhum, eu preciso manter um *feedback* com fontes de confiança senão eu não crio laços com as pessoas para eu ter credibilidade. Eu não posso fazer de informação de *WhatsApp* meu único meio de chegar na notícia. Tenho que conservar minhas fontes, ter minha agenda cheia de telefones para poder ligar para as autoridades, de modo que o *WhatsApp* existindo ou não eu preciso me virar enquanto jornalista. (GIULLIANA COSTA – chefe de redação da TV Cabo Branco).

Nesse sentido, diante dessas problemáticas, surge uma outra preocupação que atentamos, que é o fato de ser necessário rever essas questões de configurações e particularidades de funcionalidade antes que outras empresas como o Telegram ganhem espaço no mercado digital. Essas são questões que nós enquanto jornalistas nos sentimos prejudicados quando exercemos nossa prática diária da profissão entretanto são aspectos que não podemos solucionar, cabendo apenas ao aplicativo perceber essas mudanças para uma melhor funcionalidade. Dessa forma, finalizamos nossas observações sobre o aplicativo como ferramenta jornalística. Partimos agora para as considerações finais, destacando desde já que nosso intento não foi abarcar todo o conteúdo relativo à relação entre o *WhatsApp* e telejornalismo. Sabemos que este é um processo em constante atualização e com diferentes abordagens possíveis de estudo.

## Considerações finais

Como vimos, a comunicação está mudando e com isso as rotinas produtivas dos telejornais também são reconfiguradas com o propósito de se adaptar às novas habilidades profissionais necessárias para dialogar

com esse cenário voltado ao ambiente digital, excesso de informação, ampla participação dos telespectadores e tantas outras alterações, sendo entretanto a escolhida para a presente pesquisa as práticas do *WhatsApp* como ferramenta jornalística. Especificamente, objetivando responder: de que forma esse dispositivo tecnológico influencia nas rotinas produtivas do telejornalismo?

Em nossa pesquisa traçamos essas mudanças de forma exploratória, buscando refletir sobre o impacto dessas novas tecnologias no ambiente jornalístico, especialmente no telejornalismo. Para tanto, corroboramos com a Teoria *Newsmaking*, que tem como paradigma a construção social da realidade. Seguimos primordialmente, em nossa pesquisa bibliográfica os autores Wolf (1994), Alsina (2009), Pena (2010), Paternostro (1999) e Jenkins (2013), bem como focamos nos conceitos sobre construção da notícia e convergência midiática, enfatizando na relação *WhatsApp*-telejornalismo no processo de produção da notícia.

Dessa forma, trabalhamos a relação entre o telejornalismo e o *WhatsApp*, entendendo a construção da notícia nesse panorama. Para isso, iniciamos um diálogo sobre mídia televisiva e telejornalismo, encerrando com a discussão teórica sobre rotinas produtivas, enfatizando questões como convergência midiática e jornalismo.

Concluímos nosso estudo apontando as mudanças percebidas durante a pesquisa em relação à inserção do *WhatsApp* nas rotinas produtivas no campo do jornalismo. Ademais, identificamos também algumas problemáticas relacionadas ao aplicativo, perpassando por questões de configurações que interferem nas atividades profissionais do jornalista.

Nesse sentido, retornamos ao questionamento inicialmente proposto - de que forma esse dispositivo tecnológico influencia nas rotinas produtivas do telejornalismo? - respondendo com cinco *influências* percebidas pela pesquisadora em relação às práticas do *WhatsApp* em telejornais. Entendemos ser mais esclarecedor elencar as transformações percebidas durante a pesquisa de campo, utilizando citações de profissionais integrantes à Redação e descrevendo essas influências do aplicativo no processo produtivo do telejornalismo.

Importante destacar, assim como já mencionamos anteriormente, que estamos nos referindo a novas práticas no jornalismo, o que não significa que as até então aplicadas a esse exercício foram excluídos, de modo que questões como velocidade, simplificação, superficialidade e

banalização da informação continuam presentes tal qual já vinham sendo no estudo do jornalismo tradicional (TRAQUINA, 2002).

Quanto às cinco afetações que identificamos em relação ao uso do *WhatsApp* como ferramenta jornalística, são elas:

1. *WhatsApp* contribuiu para agilizar a comunicação entre a equipe da Redação na medida em que mistura disposições pessoais e profissionais;
2. Ampliou as formas de interação entre o público e o telejornal, criando uma lógica ininterrupta de acesso e interação;
3. Despersonalizou o fluxo das informações, na medida em que o *WhatsApp* é um "receptor" de conteúdos informacionais não necessitando de uma figura humana que "receba" os conteúdos no momento da interação;
4. Instaurou o anonimato de denúncias nas rotinas jornalísticas a partir de novos modos de sugerir pautas;
5. Aumentou a preocupação em apurar a informação uma vez que os fluxos de informação são contínuos.

As cinco mudanças provocadas pelo uso do *WhatsApp* como ferramenta jornalística decorrem, portanto, de seu caráter singular, além de diferentes entrevistas e análises que ofereceram dimensões comparáveis.

Também perpassamos por problemáticas por que passa esse dispositivo dado o seu pouco tempo no campo da comunicação, assim sofrendo constantes modificações em sua configuração. Estas, conseqüentemente, respaldam no campo do jornalismo. Por essa razão, particularmente quanto ao aplicativo, consideramos necessário:

1. Solucionar na Justiça brasileira a questão da *criptografia das informações x possibilidade* de repassar dados para investigações policiais;
2. *Estar atento a aplicativos concorrentes como o Telegram;*
3. Resolver os *bloqueios dos números pertencentes às empresas jornalísticas*, fazendo com que precisem trocar a numeração tendo em vista a percepção do *WhatsApp* que elas estão trabalhando com *spam*.

Esses questionamentos, por sua vez, após o último bloqueio do aplicativo a partir da Vara do Rio de Janeiro, estão em discussão para se

alcançar uma solução entre a Justiça x *WhatsApp*. A proposta para finalizar esse impasse decorre do *Projeto de lei do ministro da Justiça, Alexandre de Moraes*, o qual objetiva regulamentar o acesso ao aplicativo sem prejudicar os usuários. Segundo Moraes, “é preciso que empresas estrangeiras que lidam com troca de informações entre usuários tenham sede no Brasil e tecnologia para fornecer, quando necessário, dados requisitados por autoridades policiais e judiciais”. (Portal G1, 2016, *online*).

Desse modo, buscando compreender como as práticas jornalísticas são reformuladas em face ao uso do dispositivo tecnológico *WhatsApp*, concluímos que o aplicativo alterou de forma positiva sua produtividade, apesar de ser uma ferramenta nova e que passa constantemente por reconfigurações. Essas adversidades precisam ser reparadas pelo próprio *WhatsApp* para assim ele não perder espaço ao passo que aplicativos com funcionalidades semelhantes se insiram no mercado da comunicação e, especialmente, no campo jornalístico, foco de nosso trabalho.

Assim, seguimos o pressuposto de que os jornalistas devem estar atentos às transformações ocorridas na comunicação a partir da convergência midiática, de modo que é “preciso preparar as redações e os jornalistas para as transformações da profissão, desenvolvendo uma visão multidisciplinar e a capacidade de trabalhar com diversas mídias” (PENA, 2010, p. 178).

Ademais, identificamos as mudanças ocorridas nas práticas jornalísticas do programa, especialmente no que tange à inserção do *WhatsApp* como ferramenta utilizada pela Redação na produção das notícias. A partir da identificação dos cinco itens acima elencados, com base na observação participante durante a pesquisa de campo, foi possível responder o nosso questionamento inicialmente proposto, assim perpassando pelas afetações das rotinas produtivas no telejornalismo.

Por fim, consideramos que o *WhatsApp* é um dispositivo novo e que passa constantemente por reformulações, de modo que as mudanças ocorridas em suas configurações interferem no processo produtivo do telejornalismo, bem como na cultura da convergência em que nossa sociedade está inserida.

## Referências

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2009. [Coleção Clássicos da Comunicação Social]  
Após ter contas banidas no WhatsApp, Extra decide apostar no Telegram para trocar informações com os leitores. **ANJ** – Associação Nacional de

Jornais. Disponível em: <<http://www.anj.org.br/2016/06/10/apos-ter-contas-banidas-no-whatsapp-extra-decide-apostar-no-telegram-para-trocar-informacoes-com-os-leitores/>>. Acesso em: 15 jun. 2016.

CUNHA, Albertino Aor da. **Telejornalismo**. São Paulo: Atlas, 1990.

DUARTE, Elizabeth. Preâmbulo. In: DUARTE, Elizabeth Bastos; CASTRO, Maria Lilia Dias. **Comunicação audiovisual: gêneros e formatos**. São Paulo: Sulina, 2007, p.7-18.

DUARTE, José. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

#Éboato: Foto que circula nas redes com jovem ostentando arma não é de menino morto no Borel. **EXTRA: Edição Digital**. Acesso em: 18 jun. 2016. Disponível em: <<http://extra.globo.com/casos-de-policia/eboato-foto-que-circula-nas-redes-com-jovem-ostentando-arma-nao-de-menino-morto-no-borel-19641590.html>>.

EXTRA tem novo número de WhatsApp: (21) 99602-2721. **EXTRA: Edição Digital**. Disponível em:

<<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/extra-tem-novo-numero-de-whatsapp-21-99602-2721-19447543>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

Corpo esquartejado é encontrado na Praia de Copacabana. **EXTRA: Edição Digital**. Disponível em: <<http://extra.globo.com/casos-de-policia/corpo-esquartejado-encontrado-na-praia-de-copacabana-19608854.html>>. Acesso em: 12 jul. 2016.

FECHINE, Ivana. **Televisão e presença: uma abordagem da transmissão direta**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2013.

JOST, François. **Seis lições sobre televisão**. Porto Alegre: Sulina, 2004.

PATERNOSTRO, Vera Iris. **Texto na TV: manual de telejornalismo**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PENA, Felipe. **Teorias do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2010.

Governo elabora projeto para regular acesso a informações do WhatsApp.

**Portal G1**. Disponível em:

<<http://g1.globo.com/politica/noticia/2016/07/governo-elabora-projeto-para-regular-acesso-informacoes-do-whatsapp.html>>. Acesso em: 22 jul. 2016.

STF suspende decisão da Justiça do Rio que bloqueou WhatsApp. **Portal**

**G1**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/07/stf-suspende-decisao-da-justica-do-rio-que-bloqueou-whatsapp.html>>. Acesso em: 22 jul. 2016.

RAMALHO, José Antônio. **Mídias Sociais na prática**. São Paulo: Elsevier, 2010.

SÁ BARRETO, Carmen Virgínia Montenegro. **Comunidades midiáticas e culturas: as inter-relações dialógicas na produção dos telejornais da Globo NETV e Jornal do Almoço**. PGC/COM/UNISINOS. São Leopoldo/RS, 2006. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). São Leopoldo/RS, 2006.

SÁ BARRETO, Carmen Virgínia Montenegro. **Comunidades simbólicas:** identificação imaginária, pactos e vínculos em telejornalismo. João Pessoa: Editora da UFPB, 2013.

SHOEMAKER, Pamela J. **Teoria do *gatekeeping*:** construção e seleção da notícia. Porto Alegre: Penso, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **O que é jornalismo.** Lisboa: Quimera, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação.** Lisboa: editora Presença, 1994.

