



## A PRESENÇA DO WHATSAPP NA PRODUÇÃO JORNALÍSTICA POLICIAL

Marcelo Engel Bronosky<sup>1</sup>

Andréa Moraes<sup>2</sup>

**RESUMO:** O uso do aplicativo WhatsApp tem se popularizado no Brasil, acompanhando a massificação da oferta aos dispositivos móveis – no início, como ferramenta de interação pessoal, agora, alcançando atividades profissionais. Dentro desta perspectiva, nos interessa compreender seus usos no âmbito da atividade jornalística: como ele tem impactado especificamente o modo como os jornalistas se relacionam com as fontes. Esse artigo identifica algumas das características de tal prática e seus impactos na definição da notícia. Para tanto, ele parte da observação da rotina produtiva de cinco repórteres de duas emissoras de rádio de Curitiba-Pr. Foi constatado que o WhatsApp é o segundo modo mais usado para acessar fontes de informações, agilizando, por exemplo, o agendamento de entrevistas. Outros usos são identificados, tanto no âmbito das orientações editoriais e organização de pautas (coletivas) até a produção de sonoras.

**PALAVRAS-CHAVE:** *Jornalismo. Newsmaking. Fontes de jornalísticas. WhatsApp.*

**ABSTRACT:** The use of the WhatsApp application has become popular in Brazil, accompanying the massification of the offer to smartphones - at first, as a personal interaction tool, now, reaching professional activities. From this perspective, we are interested in understanding its uses within journalistic activity: how it has specifically impacted the way journalists relate to sources. This article identifies some of the characteristics of such a practice and its impact on the definition of the news. To do so, it starts from the observation of the productive routine of five reporters from two radio stations of Curitiba-Pr. WhatsApp has been found to be the second most commonly used way to access information sources, making it quicker to schedule interviews. Other uses are identified, both in the scope of editorial guidelines and organization of (collective) guidelines to the production of audio recordings

**KEYWORDS:** *Journalism. Newsmaking. Journalistic Source. Whatsapp.*

<sup>1</sup> Professor do Curso e do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa - UEPG-Pr. Coordenador do Grupo de Pesquisa Lógicas de Produção e Consumo no Jornalismo. E-mail: mebrono@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Jornalista com especialização em Sociologia Política e mestrado em Jornalismo. Atuou por mais de 20 anos em redações de jornais, rádio e televisão. Desde 2015, coordena a Assessoria de Comunicação do Ministério Público do Paraná, que, em 2017 e 2018, teve projetos contemplados no Prêmio Nacional de Comunicação e Justiça. E-mail: andreamoraispg@gmail.com

## Introdução

Segundo a página oficial do WhatsApp, mais de 1 bilhão de pessoas, em de 180 países, usam o aplicativo atualmente para “manter contato com amigos e familiares, em qualquer hora, em qualquer lugar”<sup>3</sup>. O site não faz referência ao uso profissional do WhatsApp, embora ele ocorra de modo cada vez mais frequente. De acordo com pesquisa da Embratel intitulada “A Conectividade das Empresas Brasileiras”, em 2015, 55% das corporações empresariais do país utilizavam o aplicativo, o que indica que, já naquele ano, o uso corporativo do WhatsApp estava consolidado.

Com as empresas jornalísticas não é diferente. No ambiente das redações, um dos primeiros potenciais explorados foi a interação com o público, tanto para o envio de comentários como para a captação de sugestões de pautas e recebimento de denúncias. O jornal Extra, do Rio de Janeiro, foi o pioneiro no Brasil a aproveitar essa função do aplicativo, já a partir de 2013. Em entrevista, o editor digital do Extra, Fábio Gusmão, idealizador da proposta de usar o WhatsApp para se conectar aos leitores, conta que pensou nisso ao observar as pessoas na rua usando seus smartphones. “Percebi, naquele momento, que existia uma grande possibilidade do uso do aplicativo na produção de conteúdo.” Nas primeiras 48 horas de uso do aplicativo pelo Extra foram adicionados 338 pessoas de várias partes do Brasil, que passaram a enviar sugestões e a receber notícias do jornal. Em 2015, 40 mil pessoas estavam ligadas ao WhatsApp do jornal. (ANJ, 2016)<sup>4</sup>

Depois do Extra, outros jornais passaram a utilizar a ferramenta para se comunicarem com o público leitor, assim como emissoras de televisão e de rádio. Em termos de rádio, o uso é amplo, principalmente no que se refere ao compartilhamento de informações de interesse imediato (acidentes, obras, congestionamentos). Em Curitiba, por exemplo, a Rádio BandNews FM divulga continuamente em sua programação o número de seu celular e pede para que os ouvintes compartilhem informações de trânsito via WhatsApp. Durante observação participante, tivemos a oportunidade de entrevistar jornalistas da emissora, que relataram que atualmente são raros os casos de ouvintes que utilizam o telefone para passar sugestões ou fazer comentários. Segundo os

---

<sup>3</sup> <https://www.whatsapp.com/about/> Acesso em 19 de dezembro de 2017.

<sup>4</sup> <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/> Visitado e 19 de dezembro de 2017.

profissionais, o fluxo de ligações já havia diminuído significativamente com o uso do SMS, mas foi a partir da exploração do WhatsApp que praticamente deixou de existir. “Somente ouvintes carentes, que sentem a necessidade de falar e ouvir a voz do jornalista, ainda ligam para a emissora”, brincou um dos profissionais entrevistados. O principal tipo de informação repassado é sobre trânsito.

Na Banda B, outra emissora de rádio de Curitiba objeto da pesquisa, verificou-se que o uso do aplicativo para se comunicar com os ouvintes também é ativo, mas lá, talvez por se tratar de uma emissora AM, as ligações de ouvintes ainda são bastante frequentes, até porque a emissora realiza promoções nas quais as pessoas precisam ligar para participar. Assim, nos horários de maior audiência, a emissora tem três pessoas para atender as ligações de ouvintes.

Mas há outro potencial do WhatsApp explorado pelas duas emissoras de rádio, que é o que nos interessa para este artigo: o uso para interação entre repórteres e fontes. Claro, neste processo o ouvinte também se torna fonte, mas estamos nos referindo a outros tipos de fontes, em especial as oficiais e os colegas de imprensa, e, mais precisamente, a fontes de informações para a produção de notícias policiais. O objetivo deste artigo é, portanto, refletir sobre como as duas emissoras de rádio fazem uso do aplicativo WhatsApp para se conectarem com as fontes de informações para a produção de notícias do setor policial. Neste cenário será analisado também o envio por assessorias de imprensa e a utilização pelos veículos estudados de conteúdos prontos (sonoras), considerando os preceitos da Teoria do Newsmaking, corrente teórica que entende o fato como construção da notícia (Guerra, 2008), ou seja, o que é divulgado pela imprensa não é o fato em si, mas o resultado de um processo de objetivação humana da realidade, produzido historicamente.

A estratégia metodológica adotada utiliza-se de técnicas de análise qualitativas, como a observação participante, definida como “técnica baseada na observação visual, que permite a captação dos comportamentos no momento em que eles se produzem, sem a mediação de um documento ou de um testemunho” (Quivy e Campenhoudt, 1995: 196). Essa técnica foi empregada a 17 jornadas de trabalho de cinco profissionais que fazem coberturas policiais em duas emissoras de rádio de Curitiba, no caso a Banda B e a BandNews. A intenção foi, ao longo do processo, identificar aspectos desconhecidos das relações entre fontes e jornalistas, no âmbito da produção noticiosa radiofônica,

entre eles o uso do WhatsApp. A escolha por repórteres desses veículos se deu pelo fato de ambos terem departamento de jornalismo estruturado e produções noticiosas diárias, sendo neste sentido similares. Por outro lado, pesou na decisão o pressuposto de que tais emissoras apresentavam modos distintos de produção da notícia. Entendeu-se, portanto, que isso poderia contribuir para enriquecer a pesquisa, pois possibilitaria comparações de rotinas diversas.

Como técnica complementar de coleta de dados, foram feitas entrevistas semiestruturadas, que, segundo Triviños (1987), têm como característica questionamentos básicos apoiados em teorias e hipóteses que se relacionam ao tema da pesquisa. Foram entrevistados os repórteres observados e também a jornalista que coordenava a Assessoria de Comunicação da Sesp no período em que, segundo levantamentos preliminares, teriam ocorrido mudanças substanciais no modo de trabalho da área, que levaram a uma interferência maior das assessorias de imprensa na relação entre jornalistas e fontes oficiais.

O modelo de análise utilizado consistiu em tratamento exaustivo dos dados. Optou-se também por traçar uma espécie de “mapa de fontes”, estabelecendo-se os percursos traçados pelos repórteres para obter informações. Para isso, foi feita a descrição de cada movimento dos jornalistas no processo de obtenção de dados. O propósito foi precisar os movimentos individuais, as práticas padrões e divergentes das empresas e os comportamentos padrões dos profissionais do jornalismo policial de rádio de Curitiba, independentemente do veículo para o qual trabalham.

### **1. Subjetividade e construcionismo no jornalismo**

Como mencionado acima, esse trabalho foi produzido considerando os preceitos da Teoria do Newsmaking. Para Wolf (1987), a abordagem do newsmaking articula-se dentro de dois limites: a cultura profissional (profissionalismo) dos jornalistas e a organização do trabalho e dos processos produtivos (rotinas). Tal estruturação obedece a rotinas industriais que conformam os fatos, transformando-os em notícias, selecionadas segundo critérios de noticiabilidade e valores-notícias.

A socióloga Gaye Tuchman (1983: 16) afirma que as notícias são “um produto dos jornalistas”, que “atuam dentro de processos institucionais e em conformidade com

práticas institucionais”. Tais processos e práticas são analisados também por Alfredo Vizeu (2007). Ele pontua que, na produção da notícia, pesam tanto a cultura profissional, entendida como uma série de paradigmas e práticas profissionais dadas como naturais, como as restrições ligadas à organização do trabalho, que estabelecem critérios de relevância definidores da noticiabilidade de um fato. Noticiabilidade, no caso, é entendida por Vizeu (2007) como o conjunto de elementos com os quais as empresas jornalísticas controlam e produzem a quantidade e o tipo de fatos, entre os quais vão selecionar as notícias, tais como: novidade, imprevisibilidade, excepcionalidade, relevância, notoriedade dos envolvidos, raridade e conflito. Para o autor, a noticiabilidade é determinada, por sua vez, por valores-notícia, ou seja, por critérios de relevância espalhados ao longo de todo o processo de produção.

Ao falar sobre a notícia como construção da realidade, Josenildo Guerra (2008) diz que as teorias construcionistas, ao afirmarem que o fato é uma construção da notícia – e não o seu parâmetro –, redefiniram o lugar da técnica, da ética e da função social do jornalismo. Para o construcionismo, o fato é resultado de uma objetivação humana, produzida historicamente. “Assim, a notícia jamais apreende o fato em si mesmo, mas a aparência de como foi objetivado por determinadas forças sociais” (Guerra, 2008: 36).

Segundo Guerra, as teorias que pensam a notícia como construção da realidade se caracterizam por considerar que a realidade apresentada pela imprensa adquire tal condição pelo trabalho jornalístico. Isso, explica ele, a notícia se estrutura tornando-se parte da realidade por conta de um processo de “atribuição de sentido do mundo” (Guerra, 2008: 55) a partir de três momentos:

1) quando o sujeito, que exerce a função de repórter, volta-se para a realidade a fim de conhecê-la, ele acaba por dar um investimento subjetivo aos “fatos”; 2) a cultura e a sociedade nas quais o repórter vive também lhe oferecem as molduras pelas quais o mundo deve ser apreendido; e 3) a estrutura do trabalho (o profissionalismo e as rotinas produtivas) nas empresas jornalísticas acaba por dar um direcionamento à cobertura que, muito mais do que refletir os fatos, encaixa-se nos critérios ditados por suas próprias demandas institucionais e organizacionais. (Guerra, 2008: 55)

Esses três momentos, comenta Guerra, estão presentes de forma imbricada no processo de transformação dos fatos em notícia, constituindo-se em pressupostos elementares que, quando desenvolvidos nos diversos trabalhos que fundamentaram,

ganham formulações diversas. Mesmo com tal diversidade, pode-se identificar duas correntes básicas relacionadas a esse modo de entender a produção jornalística: o subjetivismo e o construcionismo (Guerra, 2008).

No subjetivismo, “a notícia, apesar de sempre ser interpretada como *acontecimento*, a partir de injunções de ordem subjetiva na qual se encontra o repórter, parte necessariamente de uma ocorrência” (Guerra, 2008: 36, grifo do autor). Já no construcionismo, “o relato 'objetivo' da notícia é sempre marcado por uma ordem social e histórica que objetivou tal fato” (Guerra, 2008: 36).

Em síntese, diz Guerra (2008), a conclusão a que chegam subjetivistas e construcionistas é que o jornalismo constrói os fatos ao noticiá-los, sem que a sociedade se dê conta de tal processo. Ele acrescenta que a diferença básica dessas abordagens é de ordem ontológica, já que a primeira “se baseia num dualismo entre a coisa real e a subjetividade que se volta para essa coisa a fim de ordená-la no mundo” e a segunda “não considera tal dicotomia, a coisa real só se apresenta como tal porque já se dá sob uma forma humanizada” (Guerra, 2008: 56).

Ainda estabelecendo distinções entre subjetivismo e construcionismo, Josenildo Guerra (2008) acrescenta que a primeira linha teórica se fundamenta numa distinção entre ocorrência e acontecimento, em que a ocorrência representa a materialização de um evento que teve lugar numa determinada situação e o acontecimento é a apropriação subjetiva desta ocorrência feita pelo repórter, consequência de suas experiências pessoais, culturais e também profissionais:

O termo subjetivismo, neste trabalho, quer caracterizar apenas variação de toda uma tradição teórica que toma a realidade como construção humana. Ou seja, o subjetivismo é também construcionismo, porém, tem a sua singularidade por representar um conjunto de trabalhos que se baseiam na dicotomia sujeito-objeto (em que há um real concreto, positivo e sensível que só ganha sentido ao ser apropriado pelo sujeito) para explicar como se dá o processo de conhecimento. (Guerra, 2008: 56)

O construcionismo não faz tal distinção, conforme o autor. O fato objeto da cobertura jornalística representa uma realidade humanizada pelo processo de objetivação e, desse modo, não é notícia, mas um relato jornalístico, que, destaca Guerra (2008, p. 56), “investe subjetivamente uma ocorrência de sentido, mas o fato mesmo tem uma subjetividade que lhe é constitutiva”.

Uma segunda subdivisão é feita pelo autor, quando declara que o termo construcionista pode ser apreendido em dois sentidos. O primeiro se refere aos aspectos da teoria, ou seja, aos pressupostos ontológicos e gnosiológicos chamados em causa para uma crítica à objetividade e ao realismo. O segundo é usado para explicar como, do ponto de vista organizacional, a atividade jornalística opera um particular recorte na realidade que se apresenta, ao conhecer determinados fatos:

O primeiro uso é muito utilizado para explicar a relação entre o conhecimento produzido pelo jornalismo e suas implicações sociais e ético-políticas. O segundo uso é um desdobramento dessa primeira abordagem e tem por objetivo demonstrar como o trabalho jornalístico, a partir de valores profissionais e de rotinas da organização empresarial, produz a notícia. Essa ideia, especificamente, é bastante desenvolvida pela abordagem do *newsmaking* (Guerra, 2008: 76, grifo do autor)

É esse segundo sentido do termo construcionista, no qual se insere o *Newsmaking*, que nos interessa neste artigo. Ou seja, entender como, sobretudo a rotina organizacional, mas também os valores-notícia e o profissionalismo, operam no cotidiano do jornalismo policial feito por emissoras de rádio de Curitiba, determinando a produção das notícias e, dentro desse processo, como esse conjunto de fatores impacta no relacionamento entre jornalistas e fontes noticiosas, inserido aí o uso do WhatsApp. Antes de iniciar a análise dos dados coletados durante o trabalho de campo, parece-nos necessário trazer alguns apontamentos teóricos a respeito das fontes.

## **2. Fontes noticiosas**

Tevê, internet, rádio, impressos, revistas. É utilizando ao menos uma destas mídias que a maioria dos brasileiros, assim como ocorre no mundo todo, se informa. Os veículos de comunicação são, portanto, fonte de informação para a população em geral. Mas quem são as fontes utilizadas pela mídia para a produção de notícias?

O sociólogo Herbert Gans (1980) define fontes de notícias como as pessoas que os jornalistas observam ou entrevistam em busca de informações ou sugestões de pauta. Essas fontes representam um ou mais grupos (organizados ou não) de utilidade pública ou de outros setores da sociedade.

O pesquisador Manuel López (1995: 29), comentando que, se o jornalista não inventa fatos, também não pode testemunhar todos os acontecimentos dignos de

registro, afirma que há a necessidade de depoimentos para respaldar as notícias. Para o autor, fonte informativa pode ser definida como “um canal – pessoa ou instituição – que proporciona dados substanciais ou complementares – ao ser testemunha direta ou indireta – para poder produzir notícias, reportagens, crônicas, notas” (López, 1995: 31 - 32). Mas, ao fazer isso, as fontes podem estar defendendo interesses próprios.

Para Aldo Antônio Schmitz (2011), o conceito de fontes de notícias tem um caráter paradoxal, já que não apenas os repórteres vão atrás das fontes em busca de informações, mas também as fontes agem proativamente, oferecendo notícia pronta, geralmente com a ajuda de assessores de imprensa.

A maioria das informações jornalísticas advém de organizações ou personagens que testemunham ou participam de eventos e fatos de interesse da mídia. O mundo moderno obriga o jornalista a produzir notícias que não presencia nem entende. Isso provocou a difusão da assessoria de imprensa, que articula as informações entre fonte e jornalista. (Schmitz, 2011: 9)

Traquina comenta a questão do uso das fontes oficiais. Segundo ele, uma parte significativa das notícias produzidas tem como base fontes que são profissionais no “negócio” de lidar com o campo jornalístico, ou seja, assessores de imprensa e relações de imprensa, conhecendo, portanto, a mecânica do trabalho jornalístico.

Francisco Sant'Anna (2009) cita que as fontes desenvolveram uma forma mais evoluída de interferir no conteúdo da imprensa tradicional, a chamada Mídia das Fontes, também chamada corporativa, que criou veículos próprios de comunicação, como jornais, rádios e tevês (e sites) para difundirem, por si próprias, suas informações, mas também para influenciar no conteúdo da imprensa tradicional. “Deter uma visibilidade pública é o objetivo desses grupos, uma vez que para interferir na esfera pública, neste período de pós-modernidade, é necessário estar inserido na agenda midiática” (Sant'Anna, 2009: 3). Sant'Anna (2009) destaca também que, com tal estratégia, a Mídia das Fontes busca interferir no processo de construção da notícia (newsmaking) e na formação do imaginário coletivo, principalmente no setor formador de opinião.

Conforme Sant'Anna (2009), os conteúdos produzidos pela Mídia das Fontes encontram excelente aceitação por parte da mídia tradicional – em geral, com uma equipe reduzida – ao oferecerem conteúdo gratuito e com conteúdo “satisfatório”. Contribui para essa aceitação o fato de a Mídia das Fontes ter, segundo Sant'Anna

(2009), importado da imprensa tradicional os valores e técnicas jornalísticas para nortear seus textos, tais como a investigação, a denúncia e a pluralidade informativa.

Os autores também citam a tendência na imprensa de dar preferência às fontes oficiais. Para Tuchman (1993), esse predomínio pode estar relacionado a três generalizações que os jornalistas costumam fazer. A primeira delas, diz a autora, é que a maioria das pessoas, como fontes, têm interesses pessoais a defender e, para ser considerada crível, precisa provar a sua fiabilidade, o que é feito pela tentativa e erro. O segundo ponto, que se aplica à escolha de fontes oficiais, é que algumas pessoas, pelo alto cargo que ocupam, tendem a saber mais do que quem está em posições inferiores. “Embora eles possam ter interesses pessoais a defender, a sua informação é, provavelmente, mais 'precisa' porque têm mais 'fatos' a sua disposição” (Tuchman, 1993: 85). A última generalização é de que as instituições têm procedimentos destinados a proteger a si próprias e às pessoas que estão em contato com ela.

Há várias taxionomias para fontes. Em estudo que compara o tratamento dispensado pelos jornais “A Tarde”, “Correio da Bahia” e “Tribuna da Bahia” no que se refere ao conteúdo relacionado com os fatos violentos, construído de forma a reproduzir o diálogo das classes dominantes e perpetuar uma condição social desfavorável à maioria dominada, Suzana Varjão (2008) afirma que a cobertura policial de jornais é ancorada em três tipos prioritários de fontes: a policial (oficial), quando a informação é atribuída às polícias; não policial, quando vem de pessoas de fora do âmbito policial, como familiares e populares e oculta, quando o jornalista não revela a fonte utilizada. Tal taxionomia aproxima-se das identificadas neste trabalho, em que, de modo geral, observou-se um uso limitado de fontes. As fontes identificadas nesta pesquisa foram de três ordens: oficiais, populares e colegas – curiosamente, não houve interação com os suspeitos apresentados em coletivas de imprensa, que, deste modo, não serviram como fonte à produção de matérias, durante o período de observação participante deste estudo.

### **3. Tipos de fontes acessadas**

A partir do modelo de análise de dados adotado, dois aspectos se destacaram: o tipo de fontes acessadas e o modo de acesso utilizado para contatá-las (que é o que mais nos interessa neste artigo). Quanto aos tipos de fontes, o quadro encontrado foi o seguinte: das 339 fontes de informações utilizadas pelos cinco repórteres no período de

observação (excluindo-se 27 situações em que não foi possível determinar o tipo de fonte), 179, ou 52,8% eram oficiais. A prática foi observada nas duas emissoras, sendo que, na Banda B, 53,2% das fontes utilizadas eram oficiais e, na BandNews, 52,3%.

Colegas (da própria emissora, mas principalmente de outros veículos, que também atuam na cobertura policial) foram o segundo tipo de fonte mais comum, representando um terço (32,7%) das interações para obter informações. Esse resultado considerou não apenas o pedido direto de ajuda a outro jornalista, mas também o uso de dados constantes em sites de notícias – produzidas, portanto, por outros profissionais da imprensa – e mesmo no arquivo da própria emissora de rádio. Na BandNews, essa prática apareceu de modo mais acentuado, representando 38,5% dos movimentos para se obter informações, enquanto que na Banda B correspondeu a 28% das interações.

As fontes populares representaram 14% do total de interações dos cinco jornalistas observados para obter informações para suas matérias. Por “populares”, foram classificadas todas as fontes que não fossem oficiais; nem colegas, ou seja, outros profissionais de imprensa, acessados de modo direto, como por uma mensagem de WhatsApp; ou indiretas, como quando um texto produzido para um site é utilizado para a produção de um boletim de rádio; e nem ao menos especialistas, alguém com notório saber em uma área, que é convidado a comentar um assunto relacionado a sua área de conhecimento. O acesso a esse tipo de fonte apresentou quadros bastante distintos nas duas emissoras. Na Banda B, as fontes populares representaram 18,8% das interações, enquanto que, na BandNews, corresponderam a apenas 8% das fontes.

Os casos em que não foi possível determinar o tipo de fonte que contribuiu para a obtenção das informações (fontes ocultas, segundo a classificação de Varjão) representaram quase 8% do total. A situação foi mais frequente na BandNews, superando o uso de fontes populares, representando 10,5% do total, enquanto que, na Banda B, equivaleram a 5,4% do total. Já a busca por especialistas só não foi nula porque ocorreu uma tentativa de um repórter em entrevistar uma fonte especializada.

#### **4. Modos de acesso às fontes**

Durante os dias de observação, foram contabilizadas 351 situações de interação de repórteres com fontes de informações. Os contatos ocorreram por sete canais diferentes: direto/pessoal; por whats; por telefone; site; rádio comunicador HT; arquivo

da própria emissora e redes sociais (além de duas situações em que não foi possível determinar a origem da informação).

De modo geral, o contato direto, ou seja, pessoal, presencial, foi o mais frequente, representando 34,6% das interações. Porém, quando comparado o panorama nas duas emissoras, observam-se situações bem distintas: na Banda B, quase metade das fontes (49,2%) foram acessadas pessoalmente, sendo esse o meio mais comumente utilizado na emissora para contatá-las; já na BandNews, essas interações representaram apenas 16,5% do total, sendo o quarto meio de acesso mais comum, atrás do contato via site, por WhatsApp e por telefone. Atribui-se isso ao modo produtivo distinto adotado pelas duas emissoras, já que a Banda B faz busca ativa de notícias, mantendo seus repórteres a maior parte da jornada nas ruas e a BandNews só desloca seus repórteres para cobrir coletivas e outros acontecimentos agendados, sendo que no restante do tempo os jornalistas produzem da redação, onde o contato direto com as fontes é raro.

Considerando o resultado consolidado das duas emissoras, o aplicativo de celular WhatsApp desponta como o segundo modo mais comumente utilizado para o acesso às fontes, representando 23,5% das interações. As duas emissoras apresentaram proporções similares de utilização da ferramenta: na Banda B, o uso deste mecanismo representou 22,9% dos modos de contato com as fontes, enquanto que na BandNews representou 24,2% do total.

Além disso, no consolidado das duas emissoras, 15,7% dos contatos se deram por telefone – o terceiro modo mais utilizado; enquanto que o acesso de fontes via sites de notícias foi o quarto modo mais comum, representando 14% das interações. Algumas ferramentas foram utilizadas por apenas uma das emissoras, durante o período de observação. É o caso do rádio comunicador HT, empregado pela Banda B em 21 situações observadas (10,9% do total); das redes sociais, utilizadas pela BandNews em 6,3% das interações com fontes e do arquivo da rádio para obter informações, recurso aplicado também somente na BandNews (7% das interações).

Assim, na Banda B, as interações com as fontes ocorrem da seguinte forma e ordem: 49,47% por contato direto; 11,97% por WhatsApp, 10,93% por rádio comunicador HT e 4,68% por telefone. Já na BandNews a ordem é a seguinte: 25,15% por sites, 23,89% por WhatsApp, 20,12% por telefone, 16,35% por contato pessoal; 6,91% por arquivo da própria emissora, 6,28% por redes sociais – em 1,25% das

situações não foi possível determinar o meio utilizado para o contato.

Ou seja, nas duas emissoras o WhatsApp destacou-se como o segundo modo de acesso mais comumente empregado para acessar as fontes. O aplicativo foi empregado para acessar fontes oficiais (como delegados e policiais militares) – os repórteres relataram ter o contato de celular de alguns delegados, na maioria, mais velhos, já que os mais novos preferem se comunicar via assessoria de imprensa. Também foram contatadas fontes populares (como representantes de movimentos sociais). O principal tipo de fonte acessada, porém, foram os colegas (fonte secundária, portanto), em especial de outros veículos, que atuam como fontes tanto para o repasse de informações que dão origem a pautas (sugestões) como de dados que vão estar presentes nas matérias veiculadas pelas emissoras. Essa troca de informações ocorre em mensagens pessoais, mas principalmente em grupos.

Observou-se que a formação de grupos de repórteres policiais trouxe um ingrediente novo à troca de pautas entre jornalistas setoristas: ela permite que as informações sejam compartilhadas não apenas com um colega específico, mas com todos os profissionais que os integram, ao mesmo momento. Tais grupos não têm somente jornalistas como membros, mas também delegados, bombeiros, policiais militares, investigadores, policiais rodoviários e mesmo pessoas que, a princípio, não têm relação com a produção de notícias, como motoristas de ônibus e taxistas, mas que também podem atuar como fontes, alertando, por exemplo, para um acidente. Os grupos de WhatsApp, portanto, também possibilitam o contato dos repórteres com fontes não habituais: pessoas comuns, da população, e, deste modo, com sugestões de pautas que de outra forma teriam mais dificuldades para receber. Quebra-se, assim, uma barreira, favorecendo-se o acesso do público aos jornalistas, que, com isso, pode sugerir e interferir na produção jornalística, que, nestas circunstâncias, torna-se mais democrática.

Um dos grupos mais acessados pelos repórteres observados, o Rede News, não foi criado por jornalista, nem por fonte oficial da área policial, mas por um motorista de ônibus (agora ex-motorista de ônibus). Para uma das repórteres acompanhadas, este é o melhor grupo do setor, porque repassa muitas informações, sendo a maior parte confiável – na época da conversa com a jornalista, ele contava com 125 membros. Ela comentou que o criador do grupo deixou de ser motorista de ônibus (foi demitido) e

tenta agora ser repórter da área policial. “Ele vai de carona com outros repórteres aos locais de crimes, pega informação, faz fotos e repassa no grupo. Com isso, já virou informante remunerado de um site de notícias de Curitiba e conseguiu até registro profissional como jornalista na Delegacia Regional de Trabalho”, narrou a repórter. Ela informou que há outros grupos para a troca de notícias, como o Giro de Notícias CWB, um dissidente do primeiro, que tem 194 membros. Há também, segundo outro repórter entrevistado, grupos mais seletivos quanto a seus membros, como o “Galera do Boné”, na época integrado por oito pessoas, todas repórteres com atuação na área policial.

Durante o período da observação na Banda B, foi possível acompanhar uma situação que demonstrou o nível de dependência que alguns repórteres desenvolveram em relação ao WhatsApp. No segundo dia de observação a uma das profissionais, o aplicativo não estava funcionando quando ela chegou e ela só conseguiu efetivamente começar suas atividades após o retorno de seu funcionamento. Além de meio de comunicação com colegas e fontes, o Whats é usado na Banda B como canal para gravação (eles não usam gravadores) e transmissão de entrevistas e informações para o rádio e o site. Sem o aplicativo, a edição das matérias fica comprometida. No dia em que o WhatsApp ficou por um período sem funcionar, observou-se que a repórter da tarde não conseguia passar seus áudios para a ilha de edição. Tentou por e-mail, mas não deu certo. Como última alternativa, preparava-se para rodar o áudio do whats e regravá-lo na ilha de edição. A solução só não foi adotada porque o WhatsApp voltou a operar.

A repórter que não conseguiu começar a trabalhar antes que o WhatsApp voltasse a funcionar, em entrevista, contou que considera o rádio HT sua principal ferramenta de trabalho, mas que depende do WhatsApp para se comunicar com colegas de outros veículos e com fontes e, principalmente, para a gravação e envio de conteúdo para a rádio e o site da emissora. Já outro repórter observado definiu o WhatsApp como “a principal estrutura de sustentação hoje do jornalismo rápido”. Segundo ele, tal afirmação está ancorada nas participações de ouvintes, que frequentemente enviam informações e imagens, mas também no papel dos grupos de repórteres setoristas, onde, a todo o momento, são compartilhadas informações.

O uso dos grupos e também os contatos individuais serve não apenas para a troca de sugestões de pautas e compartilhamento de informações, adequando-se ainda ao propósito de promover uma espécie de conformação dos discursos jornalísticos. Ou

seja, por meio das conversas, sobretudo nos grupos, os repórteres conseguem fazer uma construção coletiva da notícia, de modo que a versão dos fatos policiais reproduzida nos diferentes veículos de comunicação seja semelhante.

Assessores de imprensa de órgãos de segurança pública também fazem parte de grupos. Eles utilizam o canal para o envio de sugestões de pautas e – o que mais chamou atenção – de conteúdos prontos. Durante o período de observação, foram observadas ao menos quatro situações em que a assessora da Polícia Civil do Paraná enviou por WhatsApp gravações de coletivas a repórteres observados. Em três delas, a iniciativa foi da própria assessora: a primeira porque o repórter não tinha conseguido ir a uma coletiva e as outras porque eles haviam chegado atrasados. Nestas situações, embora não tenha sido possível acompanhar a edição do material, dois dos três repórteres, disseram que iriam utilizar o material. Em outra situação acompanhada, o próprio repórter ligou à assessora e pediu a sonora de uma coletiva que não conseguiria acompanhar, em função da sobrecarga de pautas. Questionado se havia diferença entre uma sonora enviada pronta pela assessoria e a que ele produziria ao participar da coletiva, ele comentou que havia diferença, sendo a principal a falta de oportunidade de fazer suas próprias perguntas sobre eventuais detalhes que possam ter passado despercebidos a outros repórteres. Quando a sonora chegou e ele editou e usou, justificou-se, dizendo que, naquele caso específico não havia problema, porque não havia o que questionar na matéria. Além disso, comentou que as sonoradas brutas enviadas por assessorias (como era o caso) são menos problemáticas, pois os profissionais têm contato a tudo que foi falado na coletiva. Cuidado maior requerem as sonoradas editadas enviadas por assessorias, prática comum, por exemplo, da prefeitura de Curitiba, sendo que neste caso, ele sempre julga importante colocar que o material veio de assessoria.

O mesmo repórter questionou, por outro lado, uma prática que, segundo ele, tem se tornado comum entre estudantes de Jornalismo: o uso do WhatsApp para a realização de entrevistas. Ele, que trabalha em rádio e em site e que recebe pedidos constantes de entrevistas, conta que, com frequência, os estudantes combinam de enviar as perguntas por áudio de WhatsApp e pedem que as respostas sejam repassadas pelo mesmo meio. O jornalista considera essa uma ferramenta perigosa de entrevistas pela possibilidade que o entrevistado tem de pensar e construir um discurso adequado para a situação. “Neste formato de entrevista, perde-se a naturalidade. O interessante é surpreender o

entrevistado com uma pergunta e ele responder sem ter um discurso pronto. Além disso, há outras coisas a se considerar, como o ambiente e a linguagem corporal”, comentou, acrescentando que, numa entrevista por WhatsApp, tudo isso se perde.

Também foram observadas duas situações em que pessoas ligadas a Guardas Municipais repassaram informações e sonoras a repórteres da Banda B. Nas duas situações, os repórteres pegaram o conteúdo pronto e veicularam, sem qualquer checagem adicional – aliás, durante as entrevistas os repórteres confirmaram a tendência de confiar mais em informações repassadas por fontes oficiais. Nas duas situações, as ocorrências não tinham sido de grande impacto, mas os repórteres optaram por produzir matérias e veiculá-las, em função da fidelização das fontes.

### **Considerações finais**

Com base em tudo o que foi observado e falado pelos repórteres acompanhados para essa pesquisa, é possível concluir que o WhatsApp está consolidado como importante ferramenta para acessar as fontes em reportagens policiais radiofônicas em Curitiba. E, como já dito anteriormente, os colegas foram as fontes mais comumente acessadas por WhatsApp, que permite o compartilhamento de pautas e informações.

Não há como negar que essa troca traz grandes vantagens ao trabalho dos profissionais, como a facilidade para manter contato com as fontes e ter acesso a informações, já que pelo WhatsApp, mesmo quando se está participando de uma reunião, como exemplo, uma fonte pode responder uma mensagem rapidamente, repassando um dado ou marcando um horário para entrevista. Há menor chance também de o repórter perder alguma matéria. Mas também há desvantagens, como a dificuldade de se obter furos jornalísticos. Não foi o WhatsApp, porém, quem tornou as notícias exclusivas mais raras, mas o jornalismo digital. “Antes, você fazia uma matéria e os colegas só ficavam sabendo no dia seguinte, quando a notícia ia para o ar. Hoje, ela logo entra no site. Então, não tem porque não passar para um colega algo que todo mundo vai divulgar em pouco tempo”, pontuou um dos repórteres entrevistados. Todos destacam, porém, que no caso de uma matéria efetivamente exclusiva, o sigilo é mantido e todos entendem que “furo é furo”.

Outra preocupação quanto ao uso do WhatsApp é a possibilidade que ele oferece da conformação do discurso jornalístico. O temor aumenta diante da constatação de que

os repórteres, em geral, consideram que a informação oficial é mais confiável do que a repassada por outro tipo de fonte. Ou seja, pelos grupos de WhatsApp, os repórteres podem fazer uma construção coletiva do fato em que predomina a versão oficial.

O que mais causou apreensão, porém, é o potencial para compartilhamento de conteúdos prontos. Foram acompanhadas ao menos seis situações em que assessores de imprensa encaminharam entrevistas para os repórteres editarem e utilizarem. Dentro do volume de entrevistas realizadas, podemos considerar esses casos até como exceções. Mas houve também o relato de que os estudantes de Jornalismo estão adotando o WhatsApp como uma ferramenta habitual para a realização de entrevistas. Essa prática, além de tornar a reportagem mais pobre – visto que não permite a captação de detalhes que só a entrevista pessoal possibilita, como a observação das reações do entrevistado às perguntas, suas expressões faciais, linguagem corporal, o ambiente em que ele se encontra –, também contribui para a construção de relatos jornalísticos mais alinhados com o pensamento da classe dominante, já que o entrevistado tem a oportunidade de refletir sobre as perguntas e só então enviar uma resposta. É mais ou menos o que ocorre nas entrevistas por e-mail, quando a fonte elabora todo o seu discurso antes de transmiti-lo ao jornalista. Mas nem todas as fontes se prestam a fazer entrevistas por e-mail, pois isso requer tempo disponível para sentar em frente ao computador, pensar nas respostas, redigi-las, corrigir o português e somente então transmiti-las. Com o WhatsApp não há esse inconveniente, pois de qualquer lugar, utilizando apenas seu telefone celular, a fonte pode enviar um áudio com sua respostas.

Tem-se consciência de que atualmente, quando os veículos de comunicação têm poucos veículos e motoristas até como reflexo da crise econômica (na Banda B, os próprios repórteres dirigem o carro e na BandNews, há apenas um veículo e motorista para atender todos os jornalistas), boa parte das entrevistas são feitas por telefone, que também traz muitas desvantagens em relação a entrevista feita olho no olho. Mas, por telefone, ao menos a fonte tem que responder de pronto, sem a possibilidade de construir um discurso que lhe seja mais favorável.

É fundamental, portanto, que nas escolas de Jornalismo os professores orientem seus alunos quanto aos prejuízos que a disseminação das entrevistas por WhatsApp pode trazer, com a construção cada vez mais artificial e favorável ao poder dominante dos fatos, em nítido prejuízo ao Jornalismo e ao interesse público.

## Referências

- ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS JORNAIS. **Entrevista com Fábio Gusmão**, 10 de junho de 2016. <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 19 de dezembro de 2017.
- CORREIA, Milton. “WhatsApp a serviço das redações”. In: **Observatório da Imprensa**, 2015. Disponível em: <http://observatoriodaimpresa.com.br/feitos-desfeitos/whatsapp-a-servico-das-redacoes/>. Acesso em: 22 de maio de 2017.
- GANS, Herbert J. **Deciding what's news: a study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time**. New York, Vintage, 1980.
- GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia: verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística**. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.
- LÓPEZ, Manuel. **Cómo se fabrican las noticias: fuentes, selección y planificación**. Barcelona: Paidós, 1995.
- QUIVY, Raymond; CAMPENHOUDT, Luc Van. **Manual de investigação em ciências sociais**. Lisboa: Gradiva, 1995.
- SANT’ANNA, Francisco. **Mídia das fontes: o difusor do jornalismo corporativo**. Brasília: Casa das Musas, 2006.
- SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.
- TRIVIÑOS, Augusto N. S. **Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987.
- TUCHMAN, G. **La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad**. Barcelona: Editora Gustavo Gili, 1983.
- \_\_\_\_\_. “A objetividade como ritual estratégico: uma análise das noções de objetividade dos jornalistas”. In: TRAQUINA, Nelson. **Jornalismo: questões, teorias e histórias**. Lisboa: Vega, 1993.
- VARJÃO, Suzana. **Micropoderes. Macroviolências. Mídia Imprensa/aparato policial**. Salvador: EDUFBA, 2008.
- VIZEU, Alfredo. “O Newsmaking e o trabalho de campo”. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia da pesquisa em jornalismo**. Petrópolis: Vozes, 2007, p. 223 - 236.
- WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Presença, 1987.