



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO
MESTRADO PROFISSIONAL EM JORNALISMO

RAÍSSA LIMA ONOFRE

PRÁTICAS DO WHATSAPP NO BOM DIA PARAÍBA:
novas rotinas produtivas no telejornalismo

JOÃO PESSOA – PB
2016

RAÍSSA LIMA ONOFRE

PRÁTICAS DO WHATSAPP NO BOM DIA PARAÍBA: novas rotinas
produtivas no telejornalismo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo - PPJ, da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, para obtenção do título de Mestre no Mestrado Profissional em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Thiago Soares

JOÃO PESSOA – PB
2016

RAÍSSA LIMA ONOFRE

PRÁTICAS DO WHATSAPP NO BOM DIA PARAÍBA: novas rotinas
produtivas no telejornalismo

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo - PPJ,
da Universidade Federal da Paraíba - UFPB, como requisito para obtenção do
título de Mestre no Mestrado Profissional em Jornalismo.

Aprovação em ___/___/___.

Orientador: Prof. Dr. Thiago Soares (UFPB/UFPE)

Examinadora – Prof. Dr^a Virgínia Montenegro Sá Barreto (UFPB)

Examinador - Prof. Dr. Cláudio Cardoso de Paiva (UFPB)

JOÃO PESSOA - PB
2016

AGRADECIMENTOS

A Deus, que me guia com sua infinita bondade e sabedoria.

Aos meus pais, Waldir (in memoriam) e Rosane, que nunca me deixaram desistir e incentivaram cada passo até então dado. Todo caminho já percorrido e a esperança que eu tenho em ir adiante nos estudos devo a eles, fonte do meu orgulho e inspiração.

Às minhas irmãs, Roberta e Fabiana, pelo apoio afetivo, compreensão e incentivo para a conclusão desta dissertação.

Ao meu marido Raphael, que sempre acreditou em mim, inclusive mais do que eu mesma, tanto que praticamente “fez” minha inscrição no Mestrado, sendo por isso um dos grandes responsáveis para eu estar aqui neste momento.

Às amigas Lila e Giselle, sempre presentes em todos os momentos da vida e que estiveram também na torcida durante o processo de pesquisa acadêmica.

Ao professor Thiago Soares, que com sua leveza espiritual, paciência e ensinamentos tornaram possível a conclusão desta etapa.

Aos professores Virgínia Sá Barreto e Cláudio Paiva por participarem da banca, concedendo valiosas contribuições para a pesquisa.

À equipe do Bom Dia Paraíba pelo acolhimento ao longo da pesquisa de campo e por possibilitar o acesso às informações necessárias para a conclusão desta dissertação.

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).

RESUMO

A presente pesquisa buscou compreender como as práticas jornalísticas são reformuladas em face ao uso do dispositivo tecnológico *WhatsApp* nas rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba, telejornal produzido pela TV Cabo Branco, afiliada da Rede Globo em João Pessoa. 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* influencia nas rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba? Fizemos uma contextualização quanto à temática para em seguida adentrar em um capítulo mais prático baseado em um estudo de caso a partir da observação participante da pesquisadora por uma semana na produção do telejornal. Para tanto, corroboramos com a Teoria *Newsmaking*, que tem como paradigma a construção social da realidade. Seguimos primordialmente, em nossa pesquisa bibliográfica e de cunho exploratório, 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 no Bom Dia Paraíba. Elencamos cinco influências identificadas na pesquisa de campo quanto à inserção do *WhatsApp* no telejornal, quais sejam: 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. Concluimos, então, que o aplicativo alterou de forma positiva a produtividade do Bom Dia Paraíba, apesar de ser uma ferramenta nova e que passa constantemente por reconfigurações.

Palavras-chave: Bom Dia Paraíba. rotinas produtivas. telejornalismo. *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 of Bom Dia Paraíba, the news produced by TV Cabo Branco, affiliated to Rede Globo. It is assumed that journalists must be aware of the changes in communication brought by the media convergence, in a way that the newsrooms ought to be prepared to acquire the digital abilities demanded by the labour market. Based on these reflections, we sought to answer the question as follows: In what way the *Whatsapp* influences Bom Dia Paraíba productive routines? There was a contextualization on the topic followed by a more practical chapter based on a case study in which a researcher carried out a participant observation during a week in the news production. Therefore, we corroborated the theory *Newsmaking*, which states a social construction of reality. Authors such as Wolf (1994), Alsina (2009), Pena (2010), Paternostro (1999) and Jenkins (2013) were the main sources for this bibliographical and exploratory research. It was given focus on concepts about the articles production and media convergence, with emphasis on the relationship *Whatsapp-telejournalism* in the process of producing pieces of news for Bom Dia Paraíba. There have been identified along the field research five main influences on the use of *Whatsapp* in the TV news, listed as follows: 1. *Whatsapp* has contributed to speed up communication among the newsroom staff as it combines both personal and professional demands; 2. Expanded how the public and the TV news interact, bringing up a continual stream of access and interaction; 3. Depersonalized the flow of information to the extent that the *Whatsapp* is a “receptor” of informational contents which does not need a human to “receive” the content through interaction; 4. Established anonymity to report in the journalistic routines through new ways to suggest agendas; 5. Increased the concern in verifying the information coming since the flow of information is uninterrupted. It is concluded that the app has positively changed the productivity within Bom Dia Paraíba, in spite of being a new tool and which has been reconfigured constantly.

Keywords: Bom Dia Paraíba. productive routines. telejournalism. *Whatsapp*.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Site do G1 - PB disponibilizando em vídeos, separados por matérias individuais, a edição do Bom Dia Paraíba	p.18
Figura 2: Publicações de Patrícia Rocha em seu Instagram pessoal	p.19
Figura 3: Matéria veiculada no site Extra relatando um caso de boato	p.25
Figura 4: A partir do Facebook (mídia social), os telespectadores são convidados a assistirem no site do G1-PB o telejornal exibido na televisão, mostrando assim a convergência tecnológica em que o Bom Dia Paraíba está inserido	p.35
Figura 5: Funcionalidades disponíveis no <i>WhatsApp</i>	p.43
Figura 6: Na imagem podemos ver o uso do recurso de áudio disponível no aplicativo <i>WhatsApp</i>	p.44
Figura 7: Recurso para acessar o <i>WhatsApp</i> através do computador	p.45
Figura 8: Publicidade do Extra para propagar o uso de seu <i>WhatsApp</i> como um recurso de interação entre o jornal e os leitores	p.46
Figura 9: Reportagem do jornal Extra pautada pelo <i>WhatsApp</i>	p.46
Figura 10: Divulgação do Telegram, aplicativo que vem sendo utilizado como um recurso aos bloqueios do <i>WhatsApp</i>	p.48

pela Justiça brasileira

Figura 11: Apresentadores do Bom Diap.58
Brasil

Figura 12: Repórter Larissa Pereirap.60
substituindo Patrícia Rocha na
apresentação do Bom Dia Paraíba

Figura 13: Slogans dos quadros fixos dop.62
Bom Dia Paraíba

Figura 14: Participação de Caco Marquesp.62
no telejornal para discutir a temática
esporte, especialmente no panorama da
Paraíba

Figura 15: Participação de Laertep.62
Cerqueira no telejornal para discutir sobre
a temática política, tendo como foco o
cenário paraibano

Figura 16: Apresentação de Walériap.63
Assunção no estúdio de Campina Grande,
o qual foi recentemente extinto no que se
refere à participação no Bom Dia Paraíba

Figura 17: Patrícia Rocha apresentando op.64
Bom Dia Paraíba

Figura 18: Tela do computador mostrandop.65
o trabalho descrito por Patrícia Rocha no
que se refere à produção do telejornal. Nos
anexos há modelos, separadamente, de
pauta, espelho, script e planejamento
utilizados pelo Bom Dia Paraíba, os quais
estão mais amplos e com melhor foco,
possibilitando visualizá-los mais
detalhadamente

Figura 19: Estrutura do Bom Dia Paraíbap.67

Figura 20: Patrícia Rocha convidando os telespectadores a interagirem com o telejornal através do <i>WhatsApp</i>	p.69
Figura 21: <i>WhatsApp</i> do Bom Dia Paraíba sendo usado pelo produtor do telejornal via computador na Redação	p.71
Figura 22: Patrícia Rocha conferindo no intervalo do telejornal as novidades do <i>WhatsApp</i>	p.71

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 1	
TELEJORNALISMO E <i>WHATSAPP</i>: CONSTRUINDO A NOTÍCIA JUSTIFICATIVA E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	15
1.1 MÍDIA TELEVISIVA E TELEJORNALISMO	16
1.2 A INFORMAÇÃO NO SÉCULO XXI: RECONFIGURANDO A RELAÇÃO TELESPECTADOR-TELEJORNALISMO.....	21
1.3 ROTINAS PRODUTIVAS NO TELEJORNALISMO: CONSTRUINDO A NOTÍCIA...26	
1.3.1 Rotinas produtivas no jornalismo.....	29
1.3.2 Jornalismo revisitado: convergência midiática e <i>gatekeeping</i>	34
1.3.3 Jornalismo segundo o Grupo Globo: princípios editoriais.....	39
1.4 WHATSAPP: ENTENDENDO SEU USO NO TELEJORNALISMO.....	42
CAPÍTULO 2	
APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	53
2.1 TRILHOS DA PESQUISA	53
2.2 BOM DIA PARAÍBA: APRESENTAÇÃO E ROTINAS PRODUTIVAS DO TELEJORNAL.....	58
2.2.1 O Bom Dia Paraíba: particularidades do telejornal.....	58
2.2.2 Práticas de <i>WhatsApp</i> no Bom Dia Paraíba.....	68
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	80
ANEXOS.....	86

INTRODUÇÃO

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 Bom Dia Paraíba (BDPB), telejornal paraibano apresentado pela TV Cabo Branco, afiliadas da Rede Globo em João Pessoa. 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*¹ 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). Ele 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 seis plataformas, quais sejam: Iphone, Nokia Symbian S60 e S40, 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, aqui em especial destacamos seu uso no Bom Dia Paraíba. 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* influencia nas rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba? Nesse sentido, entendemos ser importante para a compreensão do tema proposto estudar as rotinas produtivas conforme explanação da bibliografia tradicional, porém introduzindo também alguns aspectos relativos à interferência das tecnologias nas práticas jornalísticas.

1 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.

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 paraibano.

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*² 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 no Bom Dia Paraíba.

Assim, com o objetivo de compreender as práticas do *WhatsApp* no Bom dia Paraíba através da investigação das rotinas produtivas do telejornal, fizemos uma análise reflexiva quanto à temática para em seguida adentrar em um capítulo mais prático baseado em um estudo de caso a partir da observação participante³ da pesquisadora por uma semana na produção do telejornal, o que possibilitou compreender 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.

Por fim, é importante destacar que, além da pesquisa de campo, procuramos ao longo do estudo para a conclusão da dissertação entender o telejornal como um todo. Isto, pois, “quando se

² *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).

³ No capítulo 2 destinamos um espaço para relatar com mais detalhes essa observação participante da pesquisadora no estúdio do Bom Dia Paraíba, assim perpassando pelos trilhos e métodos utilizados para se alcançar nosso objetivo, qual seja: compreender o *WhatsApp* como ferramenta jornalística.

estuda um programa de televisão, não se deve ficar restrito apenas à consideração do próprio programa, mas tem-se de estudar o que se fala a seu respeito, como se fala dele e o que se diz dele” (JOST, 2004, p. 18).

Dessa forma, em nosso primeiro capítulo trabalhamos a relação entre o telejornalismo e o *WhatsApp*. Neste item, trabalhamos, além dos já mencionados, com autores como Shoemaker (2011), Traquina (2002) e Sá Barreto (2006, 2013). No segundo capítulo identificamos os trilhos da pesquisa e fizemos uma apresentação de nosso objeto de estudo, no caso o Bom Dia Paraíba, assim especificando os resultados alcançados a partir da pesquisa de campo. Concluímos nosso estudo com as considerações finais, na qual apontamos cinco *influências* percebidas pela pesquisadora em relação às práticas do aplicativo no telejornal, também perpassando por problemáticas por que passa esse dispositivo, especialmente no campo do jornalismo.

CAPÍTULO 1

TELEJORNALISMO E *WHATSAPP*: CONSTRUINDO A NOTÍCIA

Não obstante o surgimento das chamadas novas tecnologias, a TV continua com intensa penetrabilidade na sociedade brasileira. Por meio de programas de entretenimento ou informação, ela utiliza seu poder de construção da realidade, assim pautando conversas do dia a dia, de modo que se faz presente em nosso cotidiano. Essa intensa presença da TV nos instaura um efeito de companhia nos momentos solitários, conforme Fachine relata sua experiência: “Valendo-me da minha própria experiência com a TV, me perguntei pela primeira vez por qual razão sempre que mantenho a TV ligada, ainda que não preste muita atenção ao que se mostra ou ao que se fala não me sinto mais sozinha. Instala-se um tipo de efeito de presença” (FACHINE, 2008, p.108).

Desse modo, a autora destaca o modo de “ver TV” a partir do regime da “olhadela”, ou “espiadela”. Nele, o espectador continua fazendo outras atividades enquanto escuta e de vez em quando olha para a televisão. Já no regime do “olhar”, o espectador olha fixamente para a TV, assim lhe dedicando total atenção. Hoje cada vez mais o uso do *WhatsApp* propicia o regime da “olhadela”, de modo que o telespectador assiste, por exemplo, o Bom Dia Paraíba e permanece conectado ao aplicativo, inclusive muitas vezes participando ou comentando sobre o programa jornalístico com amigos, familiares ou com a própria equipe de produção do programa através do *WhatsApp* do telejornal.

Logo, corroboramos com Sá Barreto (2013) quanto ao entendimento de que o gênero televisivo se configura como um meio de aproximação da produção com a diversidade da natureza de sua recepção, assim propiciando o estabelecimento de elos comuns, de partilhar sentidos. Trata-se, portanto, de uma mediação entre as lógicas produtivas e as lógicas de usos. Porém, em nosso trabalho focamos nas lógicas produtivas do gênero televisivo, com o formato telejornalismo, articulando este ainda à inovação tecnológica *WhatsApp*, que, como dissemos na introdução, não foi elaborado com intuito jornalístico, mas sim utilizado a partir da observação de sua aplicabilidade e flexibilização nas rotinas produtivas da Redação.

Entendemos gêneros segundo Duarte (2007, p.15), sendo estes “modelizações virtuais, modelos de expectativa, constituindo-se em uma primeira mediação entre produção e recepção; referem-se ao tipo de realidade que um produto televisual constrói, ao tipo e forma de real a que está ligado e ao regime de crença que propõe ao telespectador”. Já o formato percebemos como uma estratégia de comunicabilidade,

uma *forma* particularizada do *fazer* jornalismo, criado pela produção, no qual os fluxos de informação conformam um lugar (lugar aqui entendido como espaço simbólico, ao qual se ajustaria o fazer e as interpretações desse fazer) [...] Modos de dizer e mostrar, de aproximar-se aos telespectadores, de ser-lhes previsível, de maneira que estes possam ter uma antecipação da *conformação geral* dos acontecimentos que vão ver e ouvir. Um modo de acondicionar esses acontecimentos em um conjunto de marcas que leva o telejornal a ser reconhecido pelo telespectador, com maiores probabilidades de que estes entendam e aceitem sua *proposta de pacto simbólico* (SÁ BARRETO, 2013, p.76).

Não compreenderemos em profundidade essa inter-relação entre a mídia TV e o jornalismo, porém entendemos ser importante destacar alguns aspectos para poder, ao final da dissertação, ser possível distinguir mudanças provocadas pelo uso do *WhatsApp* na Redação do telejornal Bom Dia Paraíba. Isto, pois, a *forma* de se fazer jornalismo vem paulatinamente assumindo novas práticas em decorrência das novas tecnologias ao tempo em que mantém padrões já estabelecidos pela bibliografia tradicional, utilizada em nossa pesquisa primordialmente Paternostro (1999).

Além das mudanças em um plano amplo da comunicação, existem as modificações restritas a cada telejornal. Segundo Jost (2004, p.10), “todos os jornais dizem mais ou menos a mesma coisa e o que difere de um jornal para o outro é a atitude discursiva que ele mantém na relação com o seu leitor”. Dessa forma, faz-se mister compreender o formato telejornalismo para em seguida focarmos no “modo de dizer”, na produção em particular do Bom Dia Paraíba.

Para isso, vamos iniciar com Paternostro (1999) quanto às características da estrutura televisiva. Ademais, outros conceitos sobre telejornalismo vão sendo destacados ao longo do trabalho para a compreensão dessa inter-relação telejornalismo-*WhatsApp*. Em seguida, o foco será a rotina produtiva no jornalismo, discutindo teoricamente temáticas pertinentes ao estudo, como notícia, *Newsmaking*, construção da notícia, novas tecnologias, *gatekeeping* e convergência midiática.

1.1 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 as particularidades do Bom Dia Paraíba, especialmente no que diz respeito ao uso do *WhatsApp* pela Redação.

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*⁴. Ademais, a TV é um veículo abrangente e de grande *alcance*, de modo que ela pode ser “vista” e “ouvida” de várias maneiras diferentes.

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/>.

⁴ *Ao vivo*: “toda transmissão direta, quer feita de estúdio como em externa, que não tenha sido gravada. A reportagem ou programa, tanto de rádio como de televisão, transmitida no momento em que é gravada” (CUNHA, 1990, p.135).

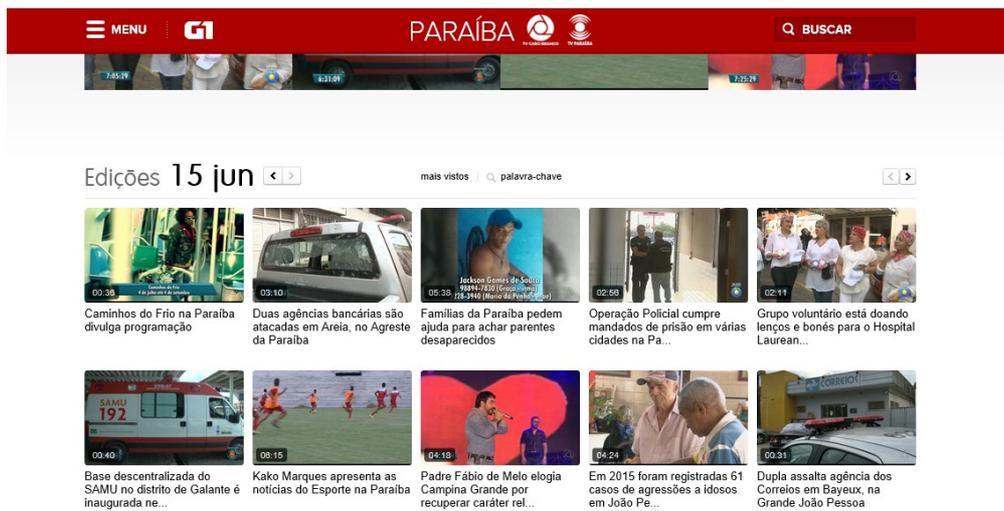


Figura 1: Site do G1 - PB disponibilizando em vídeos, separados por matérias individuais, a edição do Bom Dia Paraíba

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.

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 Instagram⁵, 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.

⁵ 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”.



Figura 2: Publicações de Patrícia Rocha em seu Instagram pessoal

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, os compromissos comerciais e a briga pela *audiência*⁶. 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 ar⁷” (PATERNOSTRO, 1999, p.140). Isso acaba por afetar a rotina dos jornais, de modo que

6 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”.

7 *No ar*: “expressão que significa que o jornal está sendo transmitido ou que a emissora está realizando transmissões naquele momento” (CUNHA, 1990, p. 138).

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 (1999, p.65) 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”. 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 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, como veremos com maior detalhe no capítulo 2, 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 do capítulo 1 alguns aspectos relativos às mudanças de comportamento entre telespectadores e telejornais, tendo em vista o processo de reconfiguração que passa a comunicação no século XXI. Destacamos a importância de discutir sobre essa temática em nossa dissertação, pois o *WhatsApp* vem sendo usado não apenas entre os jornalistas nas rotinas produtivas, mas também pelos telespectadores que colaboram com informações enquanto *fontes*⁸ jornalísticas, sendo ainda suporte para a elaboração de *pautas*⁹.

1.2 A INFORMAÇÃO NO SÉCULO XXI: RECONFIGURANDO A RELAÇÃO TELESPECTADOR-TELEJORNALISMO

Com efeito, no século XXI diversas mudanças ocorreram no plano na comunicação. Aqui vamos destacar a informação, visto que é a matéria prima do trabalho do jornalista. Ademais, ela vem sendo palco de discussões no âmbito acadêmico. Isto, pois,

no século XXI, pelo menos nas grandes metrópoles, é difícil encontrar uma empresa estritamente jornalística. O que existe são megaconglomerados de mídia, em que o jornalismo é apenas uma de suas atividades. E há uma vasta produção acadêmica na área de comunicação sobre esses megaconglomerados (PENA, 2010, p.96).

Os megaconglomerados justificam que, por motivos financeiros e tecnológicos, não podem sobreviver em um mundo globalizado sem promover fusões empresariais e convergências de difusão e conteúdo. Por essa razão, segundo eles, atuar em uma única mídia significa a falência. Ademais, a atual velocidade do fluxo informativo não permite a atuação comunicativa limitada em

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

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

uma única região, de modo que a unificação de conteúdos possibilita um barateamento dos custos e, por conseguinte, maior competitividade. Exemplo disso é o Bom Dia Paraíba, que tem seu conteúdo produzido pela TV Cabo Branco - João Pessoa, interligando informações entre o telejornal exibido na televisão para toda a Paraíba, o portal de notícias G1-PB (representação da Globo na Paraíba) e as redes sociais, em especial o Facebook¹⁰ e o Instagram.

Cria-se, desse modo, o conceito de *infotelecomunicação*, que é a hibridação de redes, programação e estrutura. “A convergência de diversos meios é aclamada como uma evolução tecnológica, mas a forma de utilização dessa evolução ainda não foi encontrada” (PENA, 2010, p.100). Por isso, essa fase da comunicação é considerada pelo autor como uma “fantástica indústria da interatividade”, em que as interfaces utilizadas até hoje são limitadas e reproduzem um modelo obsoleto de comunicação. Portanto, temos a ilusão de que podemos intervir nos conteúdos, quando na verdade continuamos como receptores, especialmente no que se refere à mídia televisiva.

Apesar dessa limitação, não podemos esquecer os avanços na comunicação no que 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. Essa maior liberdade por parte do consumidor ocorre, sobretudo, no ambiente da Internet e distante dos megaconglomerados. Nestes, como vimos, há maior controle da informação.

Portanto, a comunicação no século XXI alterou não só a forma profissional de se produzir conteúdo, mas interferiu também nas atitudes do usuário de mídia eletrônica, o qual passa agora a ter mais opções de propagar seu pensamento sobre determinado assunto, destacando aqui em especial o uso do *WhatsApp*, que possibilita o rápido e fácil compartilhamento de vídeos, fotos, informações textuais e de localização. Esse usuário deixa, então, de ser apenas fonte para ser também aquele que difunde a informação, embora isso seja feito com um menor grau de propagação na mídia tradicional, bem como sem seguir os rigores que o jornalismo determina, a exemplo de apurar com rigidez o conteúdo.

Com efeito, “a comunicação digital reduziu a importância de intermediários e fez surgir novas arenas e formas de diálogo, caracterizadas por interatividade, instantaneidade, fortalecimento e multiplicação dos públicos” (DUARTE, 2011, p.71). Estes são críticos, informados e conectados, podendo qualquer um ser disseminador de notícia e influenciador de opinião em larga escala. Isso acontece porque as nascentes de informação tornaram-se incalculáveis e há facilidade em participar

10 Facebook é uma rede social, que, conforme sua própria descrição no site www.facebook.com, “você pode se conectar e compartilhar o que quiser com quem é importante em sua vida”. Dessa forma, é possível se conectar a diferentes pessoas para compartilhar fotos, imagens, vídeos, trocar mensagens e compartilhar o local em que está através de *check in*.

de comunidades, criar mídias próprias, gerar, disseminar e obter conteúdo em múltiplas formas e interagir diretamente com os diferentes públicos, sem intermediação da imprensa.

Procurando entender esses usuários em ambiente digital, Ramalho (2010) os dividiu em uma pirâmide, a qual é representada por *criadores*, *críticos* e *espectadores*. Os *criadores* atuam constantemente gerando conteúdo; os *críticos* geram menos conteúdo, porém dedicam boa parte do tempo elaborando comentários gerados previamente; por fim, tem-se os *espectadores*, os quais representam boa parte das redes sociais. Sobre estes últimos, destaca-se que eles fazem cadastro em várias redes, entretanto produzem pouco conteúdo, sendo seu interesse primordial ver o que os outros estão fazendo.

Dessa forma, a reconfiguração da relação entre o leitor e jornalista causou impactos positivos e negativos das novas tecnologias nos indivíduos. “Quando se trata de tecnologia, os conceitos ainda são abordados de forma muito superficial, influenciados pela crença na superioridade ontológica da técnica sobre a ciência.” (TRAQUINA, 2002, p. 182). Quanto a esse aspecto, Alsina (2009) cita Mc Hale (1981), que contabilizava os possíveis impactos, sendo eles:

Positivos:

- 1 Ampliação das capacidades sensoriais.
- 2 Maior manutenção dos traços pessoais na comunicação.
- 3 Melhoria das possibilidades de diálogo interpessoais e entre os grupos.
- 4 Acesso mais flexível e igualitário ao conhecimento disponível.
- 5 Capacidade de utilização do processo da informação de acordo com:
 - a) conhecer mais e chegar a ser mais nós mesmos,
 - b) permitir eleições mais livres e mais voluntárias,
 - c) incorporar novas formas no processo social,
 - d) evitar trabalhos e despesas desnecessárias de experiências utilizando a simulação.

Negativos:

- 1) Sobrecarga da informação.
- 2) Invasão da vida privada de diversas formas.
- 3) Manipulação adversa do conteúdo da informação e dos meios de comunicação para controlar as notícias e modificar as correntes de opinião (ALSINA, 2009, p.99).

Assim, cabe ao indivíduo decidir os limites de uso das novas tecnologias e interação nas redes sociais. Quanto mais intensa essa relação, maiores também serão a chance desses aspectos positivos e negativos, além de outros, aparecem no dia a dia do leitor. O importante, porém, é que tenhamos *leitores críticos*. Estes sabem interpretar a notícia, logo entendem “por que os meios de comunicação afirmam o que afirmam e compreendem também que essas afirmações não são verdades absolutas” (ALSINA, 2009, p.294).

O autor elenca alguns elementos que um *leitor crítico* deve considerar, dentre os quais, a partir de nossa percepção sobre a temática, destacamos cinco questões, quais sejam:

1. **Seleção e hierarquização do conteúdo de um meio de comunicação:** os jornais catalisam a importância dos acontecimentos, de modo que hierarquizam a realidade social mostrando qual é o acontecimento mais relevante dentre os selecionados anteriormente;
2. **Relação contextual das informações:** há diferença de seções nos jornais, logo o significado da informação muda de acordo com o contexto temático que é inserido (economia, sociedade, política);
3. **Fontes citadas para interpretar os acontecimentos:** é um elemento fundamental na construção do sentido. “Os jornalistas procuram por fontes que sejam facilmente acessíveis e que forneçam uma informação útil. Isso faz com que determinadas fontes sejam muito mais consultadas do que as outras, geralmente, como vimos, a institucionalização de determinadas fontes” (ALSINA, 2009, p. 292);
4. **Construção da notícia a partir de um modelo interpretativo:** por essa razão, é importante fazermos uma leitura comparativa de um mesmo acontecimento em diversos jornais. Desse modo, será possível descobrir diferentes modelos interpretativos;
5. **Narrativa como construção retórica:** o modo como a notícia é narrada faz com que a matéria seja entendida de determinada forma, inclusive muitas vezes causando distorção da informação.

Os leitores precisam, portanto, mudar a mentalidade e assim pensar de forma crítica sobre o que está por trás da divulgação da notícia: quais são as fontes, interesses, processos e fluxos informativos que corroboram para a construção da narrativa jornalística. A partir dessas observações, os leitores conferirão ou não credibilidade a um veículo de comunicação. Por essa razão, segundo Alsina (2009, p.199), a lógica do jornalismo da atualidade necessita também da confiança de seus leitores, no sentido de que o discurso informativo deve ter credibilidade. Com isso, o autor conclui que a produção desse jornalismo se articula através dos seguintes gêneros: notícias e temas da atualidade, em que a credibilidade é seu mecanismo específico regulador. Ela quem determinará o que é publicável. Assim, caso o discurso informativo não seja algo no que se possa acreditar, ele perderá sua virtualidade.

Em tempo de *WhatsApp* essa questão da credibilidade ganha ainda mais destaque, tendo em vista que no aplicativo, devido ao grande número de informações circulando simultaneamente,

ocorrem com frequência as famosas *barrigadas*, “notícias falsas que vão ao ar antes de ser apurada” (PATERNOSTRO, 1999, p.136). Por isso, consideramos tão importante estarmos atentos ao processo de construção da notícia, repensando as rotinas produtivas diante da convergência das mídias, tendo em vista que as mídias tradicionais, passivas, coexistem com as mídias atuais, participativas e interativas (JENKINS, 2013).

Essas informações divulgadas pelo *WhatsApp* precisam, então, ser apuradas com rigor jornalístico, tendo em vista que muitas vezes os usuários do aplicativo repassam dados e imagens sem questionar sua credibilidade. Exemplo disso é a matéria abaixo do Jornal Extra, publicada no dia 04 de Julho de 2016, sobre um boato decorrente do fluxo comunicativo da Internet.



Figura 3: Matéria veiculada no site Extra relatando um caso de boato

Segundo a matéria, “não é verdade que o jovem ostentando armas em imagens que vêm circulando pelas redes e via *WhatsApp* seja Jhonata Dalber Mattos Alves, de 16 anos, morto com um tiro na cabeça no morro do Borel, na Tijuca, Zona Norte do Rio, na última quinta-feira”. Para a família,

“Algumas fotos que circulam nas redes sociais mostram um rapaz segurando um fuzil. Não é o Jhonata. As pessoas estão dizendo que o Jhonata era bandido e semente do mal, mas isso é mentira. Não é ele naquelas fotos. A sociedade julga, sem ter certeza de nada, e isso faz toda a família sofrer muito. Ele era um garoto bom”, declarou ao EXTRA Willian Antunes, primo de Jhonata (EXTRA, 2016).

Com esse exemplo, percebemos a importância de repensar a produção jornalística a partir de fontes de informações decorrentes da Internet. São transformações diárias que nos fazem refletir sobre o fluxo de conteúdos pelas múltiplas plataformas de mídia e, por conseguinte, como os telejornais, ditos tradicionais, conseguem estar articulados às novas tecnologias para o processo de construção das notícias. Com base nessas questões, iremos no próximo item, o 1.3, dialogar alguns conceitos sobre o *Newsmaking*, teoria utilizada na dissertação para auxiliar no entendimento do nosso objeto, qual seja: compreender o uso do *WhatsApp* nas rotinas produtivas do BDPB.

1.3 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 Bom dia Paraíba 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.

Quanto ao aspecto citado acima, não implica que as notícias sejam ficção. As notícias são sim convencionais (ECO, 1984). Segundo o autor, o fato de as notícias serem narradas não significa que elas sejam ficção. Para exemplificar a situação, ele divide em duas categorias os programas de televisão: *programas de informação* e *programas de fantasia e de ficção*. Contudo, convém ressaltarmos aqui a dificuldade em classificar os gêneros na atualidade, em razão do hibridismo dos mesmos. Em que pese esse fato, podemos ainda classificar os programas jornalísticos como *programas de informação*, sendo portanto o caso do Bom Dia Paraíba, nosso objeto de estudo.

Feito essa ressalva, nos *programas de informação* podemos dizer que a TV fornece enunciados a despeito de fatos que se verificam independentemente dela. Nesse sentido, essa mídia deve cumprir com suas obrigações, quais sejam: dizer a *verdade* segundo critérios de *relevância* e *proporção*, assim devendo separar *informação* e *comentário*.

Os critérios de proporção e de relevância são mais vagos do que aqueles da veracidade: de qualquer maneira acusa-se a tevê quando se acha que ela privilegiou certas notícias em detrimento de outras, deixando de lado algumas que se consideram importantes ou referindo apenas certas opiniões e excluindo outras (ECO, 1984, p.184).

Seriam esses programas correspondentes à ideia de *meta-realidade*, em que segundo Duarte (2007) a televisão tem como pauta o meio externo, ou seja, aquele em que não detém controle. Assim, ela procura veiculá-lo de modo verdadeiro e, por conseguinte, visa à confiança do telespectador. Com efeito, é o tipo de programação que particularmente nos interessa, pois é essa a proposta do gênero telejornalismo e, no caso em questão, do Bom Dia Paraíba.

Já na *programação de fantasia e de ficção*, o espectador exerce conscientemente a chamada suspensão da incredulidade, e aceita “de brincadeira” tomar como verdadeiro e válido aquilo que todos sabem não passar de uma construção fantástica. Correspondem, então, à construção da *supra-realidade*, assim denominada por Duarte (2007), em que a TV não se preocupa com o retrato fiel do mundo exterior, procurando apenas manter uma coerência interna ao discurso que produz.

Entretanto, esses *programas de informação* seguem alguns critérios quanto ao valor-notícia, que

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, neste capítulo, em especial no item 1.3.1, 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. Já no capítulo 2, nosso foco será nosso objeto de estudo: as práticas do *WhatsApp* nas rotinas produtivas especificamente no Bom Dia Paraíba.

1.3.1 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 (freqüentemente 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. No caso em estudo específico, focamos no Bom Dia Paraíba, um telejornal com horário de exibição pela manhã, devendo considerar portanto a frequência sob a perspectiva das 6h às 7h30. 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, no nosso caso a que tipo de público o Bom Dia Paraíba 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, mais isso pode ser compensado pela maior 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 relevância, *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 do Bom Dia Paraíba, entender as particularidades do telejornal quanto às rotinas produtivas na Redação. 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. Quanto a esse aspecto, corroboramos com (SÁ BARRETO, 2013, p.71).

Essas reflexões a respeito da produção da notícia nos fazem mais uma vez seguir Traquina (2002, p.16) 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”. Acerca desses profissionais, destacamos que, com o uso do *WhatsApp* como ferramenta jornalística, algumas mudanças ocorreram no que se refere ao processo de *gatekeeping* e, devido à sobrecarga informacional no século XXI aqui já apontada por Alsina (2009), a credibilidade ganhou ainda mais destaque. No próximo item, o 1.3.2, vamos discutir um pouco sobre essas transformações na lógica da comunicação, que em parte ocorreram também por causa da cultura da convergência atualmente vigente.

1.3.2 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.



Figura 4: A partir do Facebook (mídia social), os telespectadores são convidados a assistirem no site do G1-PB o telejornal exibido na televisão, mostrando assim a convergência tecnológica em que o Bom Dia Paraíba está inserido.

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 do Bom Dia Paraíba. 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).

Nesse contexto, mudou-se também o conceito de *gatekeepers* corporativos tradicionais. Os construtos centrais da Teoria do *Gatekeeping* ainda são tão úteis quanto na metade do século XX, quando Kurt Lewin desenvolveu seu modelo, porém sua utilidade no século XXI “depende amplamente da criatividade dos pesquisadores e de sua vontade de aprender procedimentos que analisam sistemas dinâmicos” (SHOEMAKER, 2011, p.188).

Portanto, embora houvesse previsões nesse sentido, o conceito de *gatekeeping* não morreu junto com o surgimento da Internet. Na verdade, ele foi reformulado e adaptado ao processo comunicativo atual. Assim como fizemos na discussão específica sobre convergência, também elencamos quatro razões para pensar sobre as mudanças que vêm ocorrendo em relação ao conceito de *gatekeeper*. Desta vez, tomamos como base os estudos de Shomaker (2011), tendo como base seu amplo conhecimento na temática.

1. Agora sabemos mais sobre o que o público lê do que antes da tecnologia *online*;
2. Pesquisadores afirmam que a mídia online permite que os leitores tenham maior controle acerca da exposição às notícias e se concentrem em assuntos que acreditam ser mais relevantes para eles próprios;

3. O caráter único do conteúdo *online*: na internet, o conteúdo muda em tempo real, porém as pessoas ao redor do mundo possuem experiências diferentes com a mídia online devido ao fuso horário;
4. O atual processo de gatekeeping é consideravelmente mais complexo que o diagrama original de Lewin.

O primeiro modelo de Lewin utilizou uma metáfora para tratar da possibilidade de mudanças de hábito alimentares de uma população, mas seu objetivo principal era entender as mudanças sociais. Em sua análise, os itens alimentares percorrem dois canais até chegarem à mesa das famílias. Os canais estão divididos em seções e na frente de cada uma há um portão que regula o movimento pelo canal. As forças em ambos os lados do portão podem restringir ou facilitar o movimento dos itens pelos canais.

Importante destacar que, embora os termos *canal*, *seção* e *portão* impliquem estruturas físicas, não se refere em absoluto a objetos, mas sim aos processos de decisão do *gatekeeping*. Estes determinam quais unidades passarão para determinado canal e quais de uma seção a outra, exercitando suas preferências, bem como agindo segundo representantes que cumprem uma série de políticas preestabelecidas. Ademais, decidem sobre as mudanças que devem ou não ser feitas nos itens (SHOEMAKER, 2011).

Esse novo modelo mostra que a informação pode fluir por três canais. Tem início pela ocorrência dos eventos, depois pelas fontes de mídia ou não, por último chega à “mesa” para ser consumida e distribuída por membros da audiência. No canal da audiência, a Internet permite que qualquer pessoa se torne um *gatekeeper*, repassando reportagens, comentando sites, mídias como a fan page do G1 – Paraíba. Por essa razão, deve-se conceituar os leitores como tendo seu próprio portão (SHOEMAKER, 2011). 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. Mudaram não só as rotinas jornalísticas,

mas também o contexto teórico, como ocorreu com a Teoria do *Gatekeeping*. 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).

Dessa forma, até aqui vimos transformações no contexto da comunicação, perpassando conceitos como telejornalismo, construção da notícia, rotinas produtivas, convergência midiática e Teoria do *Gatekeeping*. No próximo item do capítulo 1, o 1.3.3, pensaremos em alguns desses aspectos vistos teoricamente, porém sob a perspectiva do Grupo Globo, tendo em vista que o BDPB está inserido nele. Assim, a partir de seus princípios editoriais, nosso foco será compreender o jornalismo a partir da lógica empresarial que o telejornalismo aqui estudado faz parte.

1.3.3 Jornalismo segundo o Grupo Globo: princípios editoriais

Fizemos uma reflexão teórica sobre conceitos pertinentes às rotinas produtivas no telejornalismo. Entretanto, consideramos válido destacar também o olhar do Grupo Globo a respeito da temática. Isto, pois, o Bom Dia Paraíba, por ser afiliada, integra esses princípios editoriais. Para a pesquisa em questão, focamos, de forma breve, na busca pela definição de jornalismo e em como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas e por fim do veículo para o qual trabalha, tendo em vista que se trata de assuntos relacionados à dissertação.

O Grupo não utiliza uma única definição de jornalismo, mas aborda algumas em especial, dentre as quais podemos citar jornalismo como uma forma de apreensão da realidade, inclusive estando o conceito em consonância com o adotado na dissertação, já visto anteriormente. Nesse sentido, entende-se jornalismo como

o conjunto de atividades que, seguindo certas regras e princípios, produz um primeiro conhecimento sobre fatos e pessoas. Qualquer fato e qualquer pessoa [...] O jornalismo é aquela atividade que permite um primeiro conhecimento de todos esses fenômenos, os complexos e os simples, com um grau aceitável de fidedignidade e correção, levando-se em conta o momento e as circunstâncias em que ocorrem (GRUPO GLOBO, 2015).

O Grupo ainda faz uma contraposição quanto ao conceito de jornalismo antes da atualidade, remetendo-se a conceitos clássicos da temática, segundo a qual entendemos ser, mesmo sem ser explicitamente citada, a *Teoria do Espelho*. Isto, pois, ao longo da explanação, faz-se alusão à divulgação da realidade dos fatos conforme critérios objetivos.

Antes, costumava-se dizer que o jornalismo era a busca pela verdade dos fatos. Com a popularização confusa de uma discussão que remonta ao surgimento da filosofia (existe uma verdade e, se existe, é possível alcançá-la?), essa definição clássica passou a ser vítima de toda sorte de mal-entendidos. A simplificação chegou a tal ponto que, hoje, não é raro ouvir que, não existindo nem verdade nem objetividade, o jornalismo como busca da verdade não passa de uma utopia. É um entendimento equivocado. Não se trata aqui de enveredar por uma discussão sem fim, mas a tradição filosófica mais densa dirá que a verdade pode ser inesgotável, inalcançável em sua plenitude, mas existe; e que, se a objetividade total certamente não é possível, há técnicas que permitem ao homem, na busca pelo conhecimento, minimizar a graus aceitáveis o subjetivismo (GRUPO GLOBO, 2015).

Por fim, fazendo um balanço sobre as duas definições de jornalismo na historicidade, o Grupo Globo optou pelo entendimento de uma atividade que busca a verdade dos fatos através da produção do conhecimento, o qual é constantemente aprofundado, primeiro pelo próprio jornalismo, em reportagens analíticas de maior profundidade, e, depois, pelas ciências sociais, em especial pela História. Cita como exemplo a eclosão de uma crise política. Esta inicialmente é entendida de modo superficial, mas vai se tornando mais densa ao longo do tempo, com fatos descobertos, investigações que vão sendo feitas e novas personagens. A crise só será mais bem entendida anos depois, quando trabalhada por historiadores, com o estudo de documentos inacessíveis no momento em que ela surgiu.

Dessa forma,

precisamos ter muito claro que os meios de comunicação permitem visibilidade de certas realidades, mas, ao mesmo tempo, não refletem outras tantas. Além do mais, no tocante aos fatos sobre os quais focalizam sua atenção, cada dia fica mais evidente que os produtores da informação simplesmente interpretam os fenômenos sociais. Essa estratégia construção da realidade é feita com estratégias discursivas que são invisíveis para os olhos do ingênuo leitor (ALSINA, 2009, p. 290).

Ainda relativo aos princípios editoriais do Grupo Globo, destacamos algumas rotinas de como o jornalista deve proceder diante das fontes, do público, dos colegas e do veículo para o qual trabalha. De modo sucinto, elencamos alguns itens pertinentes à temática. Iniciamos com o procedimento diante das fontes, aqui entendida como todas as pessoas que o jornalista observa ou entrevista, bem como as que fornecem apenas informações enquanto membros ou representantes de grupos (WOLF, 1994).

Quanto a este último tipo de fonte, destacamos os usuários do *WhatsApp* que utilizam o aplicativo com a finalidade de fornecer informações para a equipe de produção, a qual objetiva transformar esses acontecimentos em notícias. Portanto, as fontes são um fator determinante para a qualidade da informação produzida pela Redação. Por essa razão, o Grupo Globo entende que:

- deve manter fontes com credibilidade, porém não as transformar e amizade. Isto, pois, a lealdade do jornalista é com a notícia. ;
- caso a relação de amizade com uma fonte seja anterior à vida profissional do jornalista, este deve informar ao veículo para que possíveis conflitos possam ser evitados. Ademais, o mesmo deve ocorrer caso, inevitavelmente, a relação fonte-jornalista se transforme em amizade no decurso da produção da notícia;
- a relação jornalista-fonte deve ser pautada no respeito e na transparência;
- deve-se respeitar compromisso assumido com as fontes, principalmente no que se refere à preservação da identidade delas;
- após uma entrevista exclusiva, uma fonte pode pedir alterações, acréscimos ou supressões, mas o jornalista julgará se o pedido de fato é necessário. Quando o jornalista não concordar com a mudança, será necessário registrar que não foi aceita, apesar de solicitada.

Vimos neste primeiro capítulo, então, o jornalismo pensado teoricamente, mas também como ele é percebido pelo Grupo Globo. Dessa forma, entendemos ser possível partir para uma relação mais intrínseca entre o *WhatsApp* e o telejornalismo, tema de nossa dissertação. Para tanto, o item 1.4, o último desta etapa, será dedicado à compreensão do aplicativo já traçando alguns aspectos de sua aplicabilidade como ferramenta na produção das notícias. O capítulo 2 será, então, focado mais nas práticas do *WhatsApp* no Bom Dia Paraíba.

1.4 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* no Bom Dia Paraíba enquanto ferramenta jornalística, o que será mais enfatizando neste item 1.4. 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.

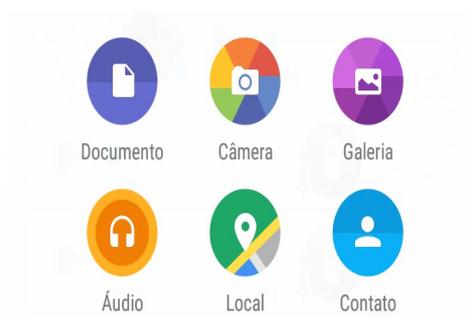


Figura 5: Funcionalidades disponíveis no *WhatsApp*

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 dissertação, utilizamos muito o recurso de envio de áudios através do *WhatsApp* para entrar em contato com a equipe do Bom Dia Paraíba e assim sanar algumas dúvidas, o que facilitou em questões de tempo e agilidade na elaboração do teórico. No decurso da investigação sobre o telejornal, a repórter Larissa Pereira foi transferida para a Globo Nordeste, com sede em Recife. Desse modo, o aplicativo foi um aliado para entrevistá-la a longa distância.

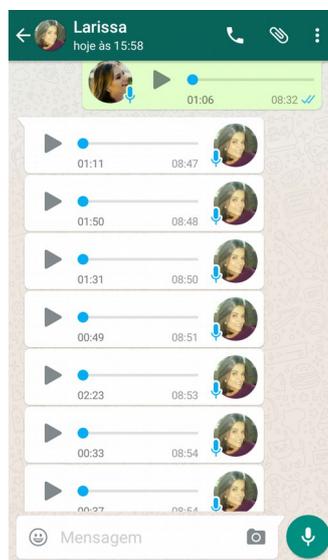


Figura 6: Na imagem podemos ver o uso do recurso de áudio disponível no aplicativo *WhatsApp*

O *WhatsApp* passa constantemente por mudanças que buscam facilitar ainda mais a comunicação entre os usuários do aplicativo. Na dissertação traçamos alguns de seus recursos, os quais consideramos importante para a compreensão como um todo de sua utilidade no jornalismo. Por fim, quanto a essa temática em questão, 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 página¹¹ 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

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

informações, podendo converter em texto, imagem, música, entre outros serviços. No caso em questão, o QR Code escaneia para possibilitar o acesso ao *WhatsApp*.

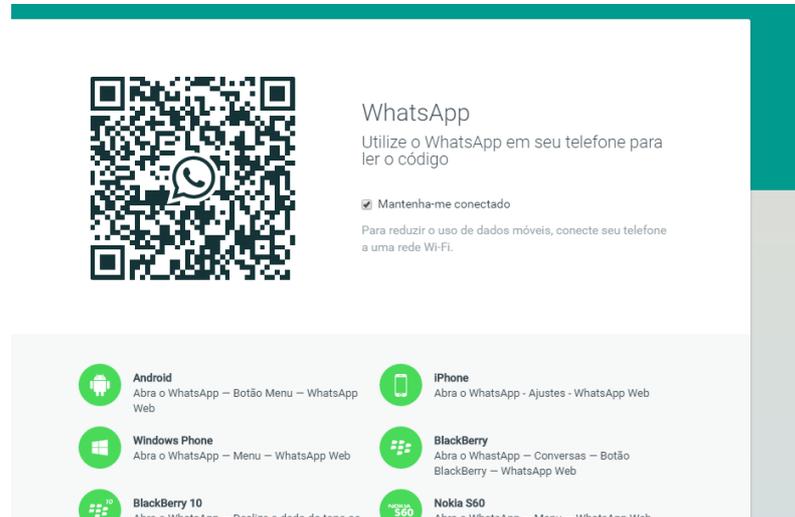


Figura 7: Recurso para acessar o *WhatsApp* através do computador

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, bem como por ser um veículo de comunicação pertencente ao grupo Globo, o qual

atua nos segmentos de jornais e revistas, impressos e digitais, através da Infoglobo e da Editora Globo. A Infoglobo reúne os jornais diários O Globo, fundado em 1925, Extra e Expresso, além de participação no jornal Valor Econômico. A Editora Globo possui em seu portfólio 16 revistas, além de editar livros clássicos e contemporâneos (GRUPO GLOBO, 2015).

Nosso trabalho, embora seja sobre o telejornalismo, trabalha com um produto também do grupo Globo, seguindo portanto, mesmo que implicitamente, uma linha editorial. 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”.

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 do jornal. Abaixo segue o selo com a divulgação do *WhatsApp* no site do Jornal, o qual publica justamente os dados repassados pelo público após a checagem para a construção da notícia.



Figura 8: Publicidade do Extra para propagar o uso de seu *WhatsApp* como um recurso de interação entre o jornal e os leitores

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.



Figura 9: Reportagem do jornal Extra pautada pelo *WhatsApp*

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).

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 os robots da plataforma identificaram o alto fluxo de mensagens envolvendo um mesmo número de telefone como um caso de *spam*¹². Outra possibilidade seria o cancelamento automático por conta de um elevado número de bloqueios da parte dos usuários. Em entrevista para a ANJ, o editor de imagem 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).

Após esse quinto bloqueio, o Extra continuou usando o *WhatsApp* após sua liberação, mas resolveu se dedicar mais ao Telegram, outro aplicativo de mensagens, devido às facilidades tecnológicas oferecidas pelo aplicativo, bem como pelo maior conhecimento das pessoas após os

¹² *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*.

bloqueios impostos pela Justiça ao *WhatsApp*, quando os usuários experimentaram o principal concorrente do *app*¹³ do Facebook.

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.

Na busca para não perder o contato com os seus leitores em decorrência desses bloqueios, o Extra fez algumas matérias, como segue na imagem abaixo, 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.



Figura 10: Divulgação do Telegram, aplicativo que vem sendo utilizado como um recurso aos bloqueios do *WhatsApp* pela Justiça brasileira

¹³ *App* é um termo utilizado para expressar “aplicativo”.

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.

Se você ainda não tem o EXTRA no WhatsApp, veja como fazer abaixo:

1. Adicione o número o WhatsApp do EXTRA (21) 99602-2721 em sua lista de contatos. Se você estiver fora do Brasil, não esqueça de adicionar o "+55" (código do Brasil) na frente do número.
2. Envie uma mensagem com seu nome, sobrenome, CEP de onde mora e data de nascimento. Esse passo é necessário para concluir o cadastro com o EXTRA!
3. Se você estiver fora do Brasil, não esqueça de informar o país em que você se encontra!
4. Colabore com fotos, vídeos, áudios e mensagens sobre o que você deseja ver nas páginas e no site do jornal EXTRA!

Atenção! Estamos recadastrando todos os nossos contatos. Portanto, não esqueça de repassar para nossa equipe seus dados, principalmente o CEP.

O EXTRA tem ainda páginas no Facebook e no Twitter, para comunicação com o leitor

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.

1.4.1 *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 decisão¹⁴, 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 email 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 (EXTRA, 2016).

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.

Concluimos, dessa forma, o primeiro capítulo, o qual objetivou explorar a parte teórica no que se refere à produção das notícias a partir da ferramenta *WhatsApp*, entretanto já traçamos alguns aspectos práticos a partir de exemplos do Jornal Extra. No capítulo dois, nosso foco é entender, a partir da pesquisa de campo, as rotinas do Bom Dia Paraíba, concentrando no uso do aplicativo como um recurso a ser explorado pelos jornalistas para auxiliar no desenvolvimento de suas

14 Antes de a dissertação ser finalizada, houve mais um bloqueio ao aplicativo *WhatsApp*. No caso, o terceiro. Esta última vez 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.

atividades de apuração, na elaboração de pautas e matérias, bem como na interatividade com seu público, no caso os telespectadores do telejornal matutino paraibano.

CAPÍTULO 2 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Destinamos o segundo capítulo para pensar nos aspectos práticos da dissertação. No primeiro capítulo fizemos um panorama teórico sobre temáticas pertinentes ao campo do jornalismo, assim objetivando compreender o *WhatsApp* como ferramenta jornalística. Buscamos, dessa forma, dialogar o pensamento dos diversos autores estudados com a observação de campo no telejornal, o que será mais detalhado no item 2.1.

Neste aspecto, citaremos relatos colhidos a partir de entrevistas com a Redação. Por essa razão, antes de adentrarmos nas particularidades do programa, vamos compreender a metodologia utilizada na dissertação, os trilhos perpassados para se responder nossa proposta inicial, qual seja: de que forma esse dispositivo tecnológico influencia nas rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba?

2.1 TRILHOS DA PESQUISA

Antes de iniciarmos a discussão sobre o aspecto analítico da dissertação, qual seja o estudo de caso das rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba através do *WhatsApp* como ferramenta jornalística, entendemos ser necessário trilhar os caminhos da pesquisa, assim buscando descrever sua pertinência ao Mestrado Profissional em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, a justificativa da temática escolhida e os percursos metodológicos.

O tema da pesquisa releva o processo crescente de midiaticização e suas implicações sobre a atividade jornalística, estando por essa razão imerso na área de concentração “Produção Jornalística” do Mestrado. Sabendo que essa inserção de novas tecnologias na produção dos telejornais exige uma adequação de suas rotinas, seu foco, no que se refere à linha “Produção, Práticas e Produtos”, é analisar as transformações das práticas jornalísticas provocadas pela presença do *WhatsApp* na construção das notícias.

É uma temática que paulatinamente vem se destacando no campo acadêmico, tendo em vista as mudanças ocorridas na comunicação em função das novas tecnologias. Como vimos com Ramalho (2010), os jornalistas terão que sair da zona de conforto em que viveram por décadas e isso pode ser bastante difícil, justificando-se assim a necessidade de conhecer teoricamente essas transformações para em seguida adquirir habilidades digitais necessárias ao uso de tais ferramentas no mercado de trabalho. Destacamos, dessa forma, a relevância de articular teoria à prática, quesito que consideramos fundamental por se tratar de uma dissertação pertencente a um Mestrado

Profissional, em que seus alunos buscam colocar no exercício diário da profissão os ensinamentos adquiridos a partir de reflexões em sala de aula.

Seguimos a Teoria Construtivista por entendê-la não como espelho da realidade, a notícia como um simples relato. Entendemos, sim, a notícia como uma construção, visto que a própria mídia fornece critérios, referências para a produção e a manutenção do senso comum, bem como é sustentada por meio de nossa interação diária. A mídia é, pois, do cotidiano e ao mesmo tempo uma alternativa a ele (SILVERSTONE, 2002).

“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). Assim, relevando esses aspectos, para a teoria construtivista a notícia é entendida como construção da realidade, considerando impossível estabelecer uma distinção radical entre a realidade e os media noticiosos, visto que ela também ajuda a construir essa realidade (TRAQUINA, 2002). As notícias são, portanto, “a construção social daquilo que entendemos como realidade” (PENA, 2010, p.153).

Para compreender o problema proposto, a investigação utilizou as seguintes estratégias de ação: 1) pesquisa bibliográfica, quando nos inteiramos de produções acadêmicas - a exemplo de livros, artigos e ensaios veiculados em sites - relacionadas ao objeto em questão. Os autores de maior referência foram Wolf (1994), Alsina (2009), Pena (2010), Paternostro (1999) e Jenkins (2013); 2) estudo de caso a partir da pesquisa de campo de cunho exploratório sobre as rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba, objetivando assim a identificação das mudanças ocorridas nas práticas jornalísticas, especialmente no que tange à inserção do *WhatsApp* como ferramenta utilizada pela Redação na produção das notícias. Dessa forma, foram feitos dois capítulos: um teórico e outro analítico, sendo ambos interligados com o propósito de compreender as *Práticas do WhatsApp no Bom Dia Paraíba: novas rotinas produtivas no telejornalismo*.

Escolhemos a pesquisa exploratória porque se “trata de estudos preliminares sobre assuntos pouco sistematizados ou sobre os quais haja pouco desenvolvimento teórico” (BIAGI, 2011, p.54). Com efeito, a temática das novas práticas no jornalismo a partir do uso do *WhatsApp* é recente, estando portanto em desenvolvimento e constante descobertas. Ademais,

esse tipo de desenho é flexível, não pode ter hipóteses fortes, mas conjecturas que guiem a busca, e, seguramente, termine com propostas de hipóteses a confirmar em outras pesquisas. Isto é, o desenho exploratório tem um alcance limitado, é mais a aproximação inicial e a especificação do problema. Geralmente, podem se usar neste desenho técnicas de entrevistas com pessoas chaves e análise documental (BIAGI, 2011, p.54).

Quanto ao procedimento, escolhemos, portanto, além da pesquisa bibliográfica, a de campo, quando os dados se obtêm no lugar onde ocorrem os fenômenos. Para colheita desses dados utilizamos a observação participante, bem como aplicamos entrevistas com o intuito de se recolher os testemunhos de jornalistas funcionários da Rede Globo local, especificamente do Bom Dia Paraíba, personagens-chaves considerados importantes por suas vivências e testemunhos no telejornal. “São indivíduos que contam com acesso a dados inacessíveis para o pesquisador” (BIAGI, 2011, p.98). Desse modo, eles são relevantes informantes para analisar como as práticas jornalísticas são reformuladas no telejornal em face ao uso do *WhatsApp*. A partir da observação desses aspectos, procuramos nos familiarizar com o empírico da pesquisa, objetivando construir nossa fundamentação teórica de forma dialógica com o fenômeno em questão.

A pesquisa de campo foi de uma semana com observação participante da pesquisadora no período de 11 a 15 de julho de 2016 na sede de gravação da TV Cabo Branco (João Pessoa) do Bom Dia Paraíba, buscando com isso detalhar as rotinas produtivas, verificando as novas (ou não) práticas do jornalismo no telejornal. Importante destacar que não só nesse recorte temporal, mas sim durante todo o estudo para a dissertação foram observados comentários a respeito do programa ou âncoras, o portal do G1 – Paraíba, bem como as demais notícias relacionadas ao Programa. Trata-se, portanto, de um estudo de caso, o qual

se inscreve no marco da metodologia qualitativa. Não há acordo entre os autores se se trata de um “método” de pesquisa ou de uma “estratégia”. O que interessa é o seu potencial para produzir informação sobre singularidades, particularidades, ações, situações. Não há uma só forma de caracterizar este tipo de estudos (BIAGI, 2011, p.78).

Na dissertação em questão, buscamos as particularidades das rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba. É importante lembrar, porém, que o estudo de caso não obedece à lógica estatística, tendo em vista não ser regido pelo princípio de representatividade da amostra. Conforme a autora, o que predomina na seleção do caso é seu caráter de singularidade ou possibilidade de que vários casos ofereçam dimensões comparáveis.

Em relação aos trilhos do estudo de caso no Bom Dia Paraíba, destacamos alguns aspectos entre o seu planejamento e a execução da pesquisa de campo. O primeiro contato foi feito através de Giulliana Costa, chefe de redação da TV Cabo Branco, responsável assim não só pelo programa objeto de estudo, mas sim por todos os telejornais da emissora local afiliada à Rede Globo. Ela também é aluna do Mestrado Profissional em Jornalismo da UFPB, sendo da mesma sala da

pesquisadora em questão. Durante as aulas, Giulliana foi abordada sobre a possibilidade de ser realizada a pesquisa por uma semana na TV, porém o telejornal seria o JPB 1ª Edição.

Na época, em 2015, o objeto de estudo seria “Convergência entre TV e Internet: novas práticas do jornalismo no JPB 1ª Edição”. Essa temática foi modificada no processo de qualificação, quando a banca examinadora sugeriu limitar mais a problemática estudada, trabalhando prioritariamente a questão do *WhatsApp* como ferramenta jornalística. Dessa forma, os conceitos sobre convergência, telejornalismo e construção da notícia permaneceram, porém com um novo olhar, agora focado nas práticas do aplicativo dentro das rotinas produtivas de um telejornal, ainda a ser escolhido, tendo em vista que a temática foi modificada.

Após essa mudança, a pesquisadora buscou trabalhar a questão teórica, o capítulo 1, tendo em vista a nova perspectiva de estudo. Durante esse processo, entrou novamente em contato com a chefe de redação da TV Cabo Branco Giulliana Costa, porém dessa vez por meio do *WhatsApp*, e marcou uma entrevista pessoalmente na sede da TV Cabo Branco, na qual foi possível entender de modo geral como funciona o *WhatsApp* nos telejornais locais da Rede Globo. Essa entrevista foi solicitada por e-mail para tornar oficial o pedido da pesquisa de campo, requisito feito pela própria emissora, apesar de já ter concedido informalmente a possibilidade da observação participante. O Bom Dia Paraíba foi sugerido por Giulliana, tendo em vista alguns aspectos após perguntarmos se existe na TV Cabo Branco um programa que trabalhe mais enfaticamente com o recurso do *WhatsApp*.

Quanto a esses aspectos, destacamos que o Bom Dia Paraíba é: 1. O telejornal mais longo, possuindo uma hora e meia de duração. Com isso, é possível trabalhar mais as informações vindas através do *WhatsApp*. 2. O único telejornal que tem equipe trabalhando nos três turnos (manhã, tarde e noite), justamente em razão de seu tempo de veiculação e da necessidade de coletar material suficiente para sua produção. 3. Também o único jornal em cadeia, estadualizado porque não só entra no ar em João Pessoa, mas sim também em todo o estado. Dessa forma, tem mais participação dos telespectadores, os quais mandam vídeos, fotos e textos tanto da capital como do interior.

Após a escolha do telejornal, utilizamos o diário de campo como instrumento para colheita das informações. Registrando no papel e com o auxílio de um gravador via celular, fizemos observações conforme entendíamos ser úteis para a pesquisa sem seguir, portanto, uma rigidez ou um procedimento fixo para anotar as informações. Buscamos, durante a semana *in loco*, dialogar com a equipe de produção para assim identificar as peculiaridades do telejornal, suas rotinas produtivas, especialmente quanto ao uso do *WhatsApp*. Perguntamos sobre a estrutura do Bom Dia Paraíba, os principais conteúdos veiculados, quais mudanças foram percebidas entre o antigo jornalismo e o da lógica atual, como a equipe reagiu ao bloqueio temporário do dispositivo pela

Justiça Brasileira e, na medida em que havia o fluxo da conversa, percebíamos outras questões pertinentes à temática, de modo que algumas informações foram transcritas no capítulo 2 ou utilizadas como forma de simplesmente entender o telejornal como um todo.

As entrevistas, aqui já mencionadas, foram presenciais e por *WhatsApp*, o qual também facilitou para dirimir dúvidas que surgiam na hora de transcrever os áudios colhidos para a dissertação. Quanto às entrevistas por meio do aplicativo, destacamos a com a repórter Larissa Pereira, tendo em vista que no decorrer de nossa pesquisa ela foi transferida para a Globo Nordeste. Apesar de sua mudança para Recife em Junho de 2016, consideramos relevante questioná-la sobre a temática devido à sua vivência no telejornal, passando também pela função de apresentadora quando Patrícia Rocha esteve de férias ou licença maternidade. Nesse quesito, além de estarmos estudando o *WhatsApp*, ele foi um facilitador para o jornalismo no quesito acadêmico.

Por fim, é importante destacar que este trabalho é fruto de uma trajetória que vem sendo percorrida desde a graduação em jornalismo, quando, sob a orientação de Sá Barreto, desenvolvemos a pesquisa “Televisão e dialogias sociais: as comunidades periféricas no Jornal da Record”, inserida dentro do Programa Institucional de Iniciação Científica da UFPB. A monografia, por sua vez, foi sobre “Telejornalismo e vinculação social: estratégias de comunicabilidade nas séries de reportagens especiais do Jornal da Record”.

Na especialização, realizada pela FESP – Faculdade de Ensino Superior da Paraíba, buscou-se um novo olhar a partir do estudo do “Jornalista 2.0 no campo da assessoria de imprensa: o caso da Diretoria de Governo Eletrônico e Mídias Sociais do Estado da Paraíba”, assim imergindo na lógica das tecnologias no campo da comunicação. Nesse sentido, o Mestrado foi uma oportunidade para unir e ampliar os conhecimentos em TV e tecnologias, objetivando entender como o tradicional (o telejornalismo) se relaciona com a inovação, aqui especificamente como o *WhatsApp* modificou as rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba.

Feita essa observação sobre os trilhos da pesquisa, partimos agora para análise do estudo de caso. Inicialmente fizemos um panorama sobre o formato do telejornal, assim objetivando compreender suas peculiaridades. Em seguida, focamos na experiência da observação participante, tendo em vista que a partir dela foi possível adentrar na problemática central: o uso do *WhatsApp* nas rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba.

2.2 BOM DIA PARAÍBA: APRESENTAÇÃO E ROTINAS PRODUTIVAS DO TELEJORNAL

2.2.1 O Bom Dia Paraíba: particularidades do telejornal

Os jornais de rede do Grupo Globo possuem suas versões locais. Na dissertação em questão estamos trabalhando com o Bom Dia Paraíba da TV Cabo Branco – João Pessoa, afiliada que tem sua versão local seguindo o formato nacional do Bom Dia Brasil. Apesar disso, cada telejornal possui suas peculiaridades e por essa razão entendemos ser necessário o estudo de caso, assim propiciando uma melhor compreensão das rotinas produtivas utilizadas para a construção das notícias.

Antes, porém, focamos na relevância dos telejornais da Globo, tendo em vista sua historicidade e representatividade na sociedade brasileira através de uma ampla distribuição. Isto, pois,

a TV Globo tem sua programação distribuída em quase todo o território nacional, por meio de 5 emissoras próprias, em parceria com empresas afiliadas, e em mais de 100 países, por meio da Globo Internacional. Reconhecida pelo alto padrão de qualidade, marca que imprimiu desde a sua fundação em 1965, a TV Globo tem uma trajetória que se confunde com a história da televisão no Brasil, sempre pautada pelo pioneirismo e inovação (GRUPO GLOBO, 2015).

Nesse panorama, destacamos o Bom Dia Brasil. No ar desde 1983, é exibido de segunda a sexta depois do Bom Dia Praça, que no nosso caso estamos nos referindo ao Bom Dia Paraíba. Segue o formato de revista, o que lhe confere tom informal ao telejornal. Com uma hora de duração, das 7h30 às 9h, o programa é ancorado do Rio de Janeiro por Ana Paula Araújo e Chico Pinheiro, além de ter apresentadores em São Paulo e Brasília. Quanto à temática, caracteriza-se por apresentar as notícias da noite passada e antecipar os acontecimentos do dia que se inicia, trabalhando os segmentos de economia, política, factuais, esportes, gastronomia, cinema e estilos de vida (MEMÓRIA GLOBO, 2013).



Figura 11: Apresentadores do Bom Dia Brasil

O Bom Dia Paraíba segue o padrão da Globo, em especial do Bom Dia Brasil, entretanto ele procura se aproximar da realidade local e vem passando por constantes mudanças, as quais são implantadas após pesquisas comerciais. Nosso objetivo é entender suas rotinas produtivas, tendo como foco o uso do *WhatsApp*. As práticas jornalísticas através do aplicativo acontecem em conjunto com as formas tradicionais de produção das notícias, sendo por isso importante compreender antes o telejornal como um todo para poder chegar a um comparativo do que de fato mudou ou não com a inserção das novas tecnologias no mercado de trabalho do jornalista.

Assim como o Bom Dia Brasil, o Bom Dia Paraíba é apresentado de segunda a sexta. Entretanto, ele possui maior duração, tendo uma hora e meia de programação, sendo exibido de 6h às 7h30, entre cinco *blocos*¹⁵, por Patrícia Rocha (João Pessoa – TV Cabo Branco) em toda a Paraíba. Em razão de seu horário, percebemos ao longo de nossa observação, que se trata de um telejornal com matérias mais leves, cuja preocupação é tratar de assuntos que o telespectador sinta alguma identificação, não priorizando portanto os aspectos políticos ou policiais, apesar de também serem temáticas pertinentes ao programa.

Seguimos com esse entendimento pela análise das temáticas tratadas no BDPB e por haver grande estímulo para que os telespectadores participem do conteúdo a ser divulgado, fato que não ocorre com tanta frequência em outros telejornais da própria Rede. Ademais, segundo a repórter Larissa Pereira, que diversas vezes substituiu na apresentação Patrícia Rocha em ocasiões como férias, é

um programa jornalístico com notas, notícias, reportagens sobre todos os assuntos que envolvem o cidadão, indo desde notícias policiais a prestações de serviços, matérias especiais, de comportamento, com perfis de pessoas, com histórias de superação, notícias do dia a dia, sobre trânsito para indicar o melhor caminho (LARISSA PEREIRA – repórter).

15 *Bloco*: “as partes (segmentos) que dividem um telejornal ou um programa. Cada bloco, normalmente, fica entre dois intervalos comerciais” (PATERNOSTRO, 1999, p.137).



Figura 12: Repórter Larissa Pereira substituindo Patrícia Rocha na apresentação do Bom Dia Paraíba

Segundo dados do Ibope Kantar Media, divulgado no primeiro semestre de 2016, o telejornal é atualmente líder absoluto de audiência nas praças em que é gravado (João Pessoa e Campina Grande¹⁶), as únicas que integraram a pesquisa do Instituto no estado. O levantamento na capital paraibana foi realizado de 1º a 7 de abril e divulgado dia 11 de maio; em Campina Grande, foi feito de 5 a 11 de abril e fornecido em 16 de maio. Segundo o portal local da Rede Globo,

o programa é campeão com 11,91 pontos e *share* de 37,79%. Se comparado com a última pesquisa realizada em agosto de 2015, a atração cresceu 24,8% na audiência. No mesmo horário, o policiaisco da emissora B aparece com 9,08 pontos. A liderança do Bom Dia Paraíba também sobe à Serra da Borborema. Na terra do Maior São João do Mundo, o telejornal tem 17,19 pontos e impressionantes 61,68% de *share*. Isso significa que, de cada 100 televisores ligados no horário, 61 estão sintonizados no telejornal matutino (G1-PB, 2016).

Para chegar no atual formato, o telejornal passou por algumas reformulações. Inicialmente o Bom Dia Paraíba tinha cinquenta minutos de duração, porém o Grupo Globo percebeu através de pesquisas a necessidade de ter um telejornal que possibilitasse um maior diálogo com o público, bem como discutisse de forma mais ampla as temáticas abordadas no programa. Segundo a chefe de redação da TV Cabo Branco,

16 Atualmente o Bom Dia Paraíba é gravado apenas em João Pessoa. Essa alteração é recente, ocorrendo em julho de 2016, de modo que essa mudança ocorreu, inclusive, quando estávamos finalizando a dissertação, porém entendemos ser necessário modificar alguns textos tendo em vista que a forma de apresentação e sedes de gravação interferiram nas rotinas produtivas do telejornal. No decorrer do capítulo 2 detalharemos um pouco mais, além desta, outras transformações ocorridas para se alcançar o formato em vigência.

tudo que a Globo faz é em função de estudo, pesquisa qualitativa, quantitativa, de audiência...então quando eles mudam uma grade de programação eles já fizeram “trezentas” pesquisas. Eles perceberam a reclamação das pessoas em relação ao tempo do jornal. As pessoas querem ver, mas também querem discutir e o melhor horário para isso seria de manhã. Também perceberam que a concorrência dava esse tempo enquanto o nosso jornal tinha cinquenta minutos de produção, o que levou nosso jornalismo a ter uma hora e meia para dar tempo de as pessoas participarem mais e discutirem as temáticas. Inicialmente veio a preocupação de como fazer, produzir um jornal tão longo, preocupação de como encontrar tanto assunto, conteúdo, mas não teve problema na execução. Foi bom porque contratamos mais (GIULLIANA COSTA - chefe de redação da TV Cabo Branco).

Para Patrícia Rocha, o que mudou em termos editoriais por causa desse aumento no tempo de veiculação do programa

foi que a gente está tentando explorar mais as vertentes dos assuntos, e não necessariamente “encher” com outras coisas. Então se vai falar sobre diabetes a gente produz um *vivo* sobre o tratamento da doença, pensa uma forma de trabalhar a questão também no estúdio. Claro que isso muda muito a rotina, teve que contratar mais uma repórter e um editor (PATRÍCIA ROCHA – apresentadora e editora-chefe).

Mudou-se também a quantidade de quadros fixos. Antes o telejornal apresentava quatro quadros fixos semanais, quais sejam: *Economia*; *Alô, concurseiros!*; *Papo íntimo*; por fim, *Eu quero saber*. Na quarta-feira não tinha quadro, ficando um dia livre para entrevistas ou enfatizar determinado assunto que estava repercutindo na semana.

O quadro *Economia* com Guilherme Baía fornecia dicas para a saúde financeira individual e familiar, utilizando temáticas do cotidiano que interferem diretamente na vida dos telespectadores. O *Alô, concurseiro!* com Rodrigo Andrade divulgava inscrições abertas de novos concursos, etapas em andamento dos concursos já anunciados anteriormente pelo telejornal e dicas de material para estudo. Permaneceram o *Eu quero saber* e o *Papo Íntimo*. O *Papo Íntimo*, com Wanicleide Leite, trabalha a questão da saúde da mulher. Já o *Eu quero saber*, com Paulo Souto, aborda temas sobre direito doméstico, trabalhista e previdenciário. Essa reformulação ocorreu porque a equipe do jornal

percebeu que o fixo fica muito cansativo, assim o assunto permanece, mas o quadro não mais. Os únicos quadros que ficaram foi o *Eu quero saber* e *Papo Íntimo*. Os outros são quadros que vão e vem, temáticas como concurso, economia doméstica aparecem quando percebemos a necessidade de trabalhar a questão (GIULLIANA COSTA - chefe de redação da TV Cabo Branco).



Figura 13: Slogans dos quadros fixos do Bom Dia Paraíba

Além desse quadro fixo, existem temáticas fixas diárias a serem discutidas diretamente no estúdio, que é o caso de *Esporte* e *Política*, respectivamente com os jornalistas Caco Marques e Laerte Cerqueira.



Figura 14: Participação de Caco Marques no telejornal para discutir a temática esporte, especialmente no panorama da Paraíba



Figura 15: Participação de Laerte Cerqueira no telejornal para discutir sobre a temática política, tendo como foco o cenário paraibano

Outra reformulação ocorrida foi quanto à apresentação. Antes era feita predominante em João Pessoa por Patrícia Rocha, porém com participação *ao vivo* nos estúdios de Campina Grande através da TV Paraíba com Waléria Assunção. Essa última e mais recente mudança ocorreu em julho de 2016 devido à contenção de gastos, justificada em razão da crise econômica por que passa o campo da comunicação em decorrência do contexto nacional. Foi, pois, uma forma de a empresa diminuir custos sem demitir. Vale destacar que o Bom Dia Paraíba é o único jornal estadualizado, transmitido pela TV Cabo Branco para toda a Paraíba. Portanto, o JPB 1ª Edição, JPB 2ª Edição e Globo Esporte fazem cada um sua programação, com seus apresentadores e estrutura.

Com essa mudança, deixou de existir o estúdio em Campina Grande para o Bom Dia Paraíba. O que ocorre atualmente é a transmissão *ao vivo* de reportagens ou a exibição de matérias já programadas. Waléria Assunção, dessa forma, não divide mais a apresentação do telejornal com Patrícia Rocha, focando sua participação nas questões acima mencionadas.



Figura 16: Apresentação de Waléria Assunção no estúdio de Campina Grande, o qual foi recentemente extinto no que se refere à participação no Bom Dia Paraíba

Patrícia Rocha se tornou a única apresentadora do telejornal. Ela, que é natural de Juiz de Fora, interior de Minas Gerais, veio em 2009 para acompanhar o marido, Bruno Sakue, apresentador do JPB 1ª Edição. Após sua chegada a João Pessoa, trabalhou em outras emissoras temporariamente até ser contratada pela TV Cabo Branco. Em 2011, teve início sua trajetória no Bom Dia Paraíba, sendo âncora e também editora-chefe do telejornal.



Figura 17: Patrícia Rocha apresentando o Bom Dia Paraíba

É a primeira a chegar à Redação a fim de se inteirar dos fatos e revisar as matérias que serão divulgadas às seis horas da manhã *ao vivo*. Tem início, portanto, a rotina produtiva do dia, conforme seu relato abaixo:

Eu chego às 4h junto com uma editora adjunta. O restante da equipe chega às 5h. Reviso tudo que vai ser colocado no ar, depois vou para o *espelho*¹⁷ do jornal e vou *paginando*¹⁸. Então eu gosto de escrever, reescrever *cabeças*¹⁹, mudar os textos conforme eu me identifique, já que sou eu quem vou ler. Antes de o telejornal começar, faço também *escalada*²⁰. Na volta, já faço um relatório sobre o jornal do dia e a gente planeja o jornal do outro dia (PATRÍCIA ROCHA – apresentadora e editora-chefe).

¹⁷ *Espelho* é um jargão jornalístico utilizado para descrever a ordem de assuntos gravados e a serem transmitidos no telejornal. Lauda contendo a ordem de programação do jornal televisivo (CUNHA, 1990).

¹⁸ A apresentadora utilizou o termo *paginar* para esclarecer a atividade jornalística de ajustar no tempo e no espaço as matérias do telejornal.

¹⁹ *Cabeça da matéria (lead)* são palavras iniciais de uma reportagem lida pelo apresentador do telejornal, dando “ganchos” para as matérias. Por *gancho*, entende-se o começo da matéria jornalística redigida de molde a segurar a atenção do telespectador e forçá-lo a ouvir o resto do texto. A técnica do *gancho* mais empregada é a do lide (*lead*), cabeça da matéria (CUNHA, 1990).

²⁰ *Escalada*: “frases de impacto sobre assuntos do telejornal que abrem a transmissão. O mesmo que manchetes. Uma escalada bem elaborada prende o telespectador do começo ao fim” (CUNHA, 1990, p.137).

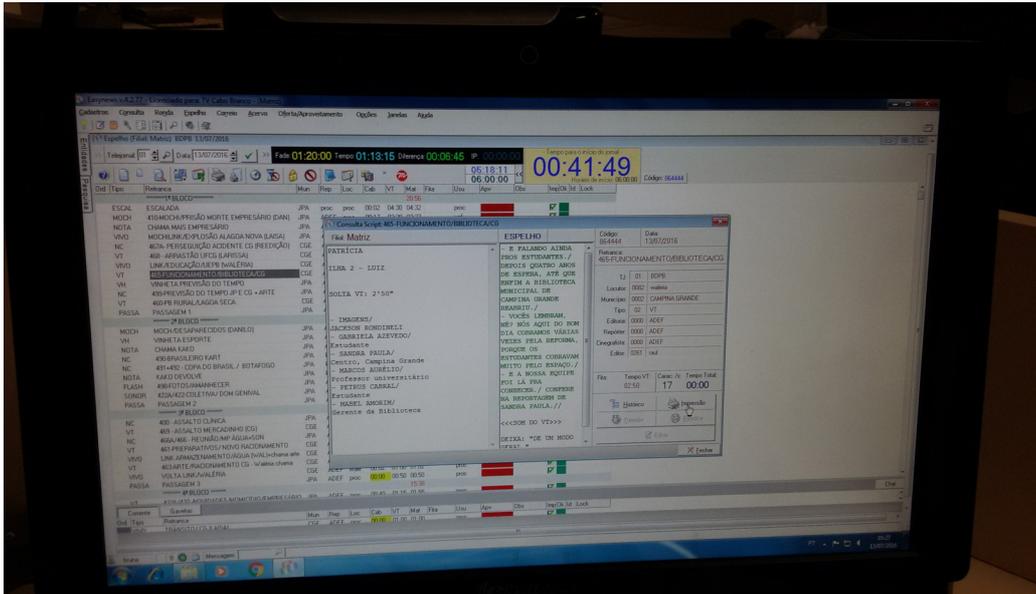


Figura 18: Tela do computador mostrando o trabalho descrito por Patrícia Rocha no que se refere à produção do telejornal. Nos anexos há modelos, separadamente, de *pauta*, *espelho*, *script* e planejamento utilizados pelo Bom Dia Paraíba, os quais estão mais amplos e com melhor foco, possibilitando visualizá-los mais detalhadamente.

Esse trabalho descrito por Patrícia Rocha é feito através do programa *EasyNews*, recurso utilizado pela TV Cabo Branco para concentrar os *espelhos*²¹, as *pautas*, *scripts*²². Além das informações necessárias para a transmissão dos telejornais, o *EasyNews* tem um canal de comunicação entre os jornalistas, porém ele é apenas de troca de texto, razão pela qual se faz necessário também a comunicação entre a equipe por meio do *WhatsApp*, já que este propicia o fluxo comunicativo de outros recursos, como vídeos, documentos e imagens.

Enquanto âncora, Patrícia Rocha esclarece a notícia, mas também emite opiniões. Em algumas ocasiões, por interpretarem mal a seus âncoras, os telespectadores

criam a tendência de objetivação da notícia dada, visando a um ou outro interesse. A opinião do âncora pode ser transformada, como avaliação não sua, mas de outrem. Cada um acredita no que quer acreditar, na sua verdade, no que pensa ser mais real. Ao âncora cabe conferir opinião sabendo que a mesma pode tornar-se opinião pública, o que é bastante diferente da sua e que é privada (CUNHA, 1990, p.107).

21 No item “Anexos” inserimos modelos de *espelhos*, *pautas* e *scripts* utilizados, através do programa *EasyNews*, pelo Bom Dia Paraíba.

22 *Script*: “a lauda no telejornalismo. Possui características especiais e espaços para as marcações técnicas que devem ser obedecidas na operação do telejornal” (PATERNOSTRO, 1999, p. 150).

Por essa razão, o autor complementa a temática afirmando que a atitude e a linguagem do âncora revelam seriedade, respeito ao telespectador, de modo que cada frase sua no *ar* deve apresentar uma informação com um tom o mais convincente possível, utilizando para isso provas evidentes, dados, fatos apurados, fontes confiáveis e com credibilidade.

Além da programação diária, segundo a editora Giulliana Costa

toda sexta feira de cada semana há um planejamento de como a gente vai querer que seja a semana seguinte, o que vai querer nos quadros fixos, vai discutindo dia a dia os possíveis assuntos para a produção desse material porque requer tempo e nossas matérias estão associadas a personagens e conseguir esses personagens não é algo simples, conseguir dados. Aqui a gente não se escora no factual, aqui a gente planeja, é tudo programado porque é um jornal muito grande, de uma hora e meia, e precisa de tempo. Nas reuniões das sextas-feiras senta produtores, editores e chefia de redação. Apesar do planejamento que é necessário fazer, o telejornal é bastante dinâmico, modifica conforme a necessidade. No domingo a gente já tem editor de texto e imagem preparando o jornal do dia seguinte. Eles já deixam o jornal bem adiantado em termo de matéria, de artes, vai espelhando, colocando tudo na ordem e no outro dia às 4h Patrícia olha esse material junto com uma editora auxiliar, revisa e se necessário pede para refazer. No sábado não tem equipe do Bom Dia Paraíba (GIULLIANA COSTA – chefe de redação da TV Cabo Branco).

Enquanto telespectador nos concentramos no que acontece nas gravações do estúdio e, assim, na apresentadora, colunistas, entrevistados, mas o que não se percebe muitas vezes é como se produziu essa matéria, o que está por trás das câmeras. Para o Bom Dia Paraíba acontecer existe toda uma estrutura e equipe preparada, a qual é ágil ao *time*²³ dos acontecimentos. Isto, pois, apesar da busca em preparar o jornal com antecedência, determinadas matérias *caem*²⁴, enquanto outras precisam ser feitas *ao vivo* devido às novidades do cotidiano. Dessa forma, o jornal conta com apresentação, mas também com produção e edição. No nosso caso em especial, estamos estudando a produção relativa ao uso do *WhatsApp*.

Dessa forma, o Bom Dia Paraíba conta com a editora-chefe, quatro editores auxiliares, dois produtores, dois estagiários de jornalismo, duas equipes de reportagem, além da equipe técnica para colocar o jornal no ar, como o operador de áudio, o diretor de imagens, o operador de caracteres. Quanto às equipes de reportagem, geralmente uma fica direcionada às matérias previamente agendadas, enquanto a outra fica atenta para qualquer novidade sobre factual que possa surgir. Neste caso, predomina a veiculação via *mochilink*, em que, através da Internet, é feita a transmissão,

²³ *Timing* ou ritmo: “pode ser usado em um sentido mais amplo – o *timing* da televisão – ou mais restrito – o *timing* da edição, o *timing* da matéria” (PATERNOSTRO, 1999, p.152).

²⁴ *Caem* é um jargão jornalístico utilizado para se referir a matéria que deixa de ser publicada em detrimento de outra mais importante para ser colocada em seu lugar ou por outra situação adversa ao esperado, como por exemplo pode acontecer um imprevisto com o entrevistado ou o local de gravação não estar em boas condições no horário reservado.

sendo portanto uma ferramenta portátil e compacta para cobrir predominantemente notícias de última hora *ao vivo*. Essa estrutura é em João Pessoa, mas outras matérias são veiculadas diretamente do interior a partir das sucursais próximas ao acontecimento. Abaixo segue a imagem dos diferentes setores que compõem o telejornal dentro da sede da TV Cabo Branco.

Podemos visualizar inicialmente a equipe de Redação, quando se liga para as *fontes*, produz e revisa textos; à direita temos a sala de plano de controle ou *switcher*,²⁵ em que há o controle do tempo das matérias, dos *scripts*, das informações necessárias para a veiculação do programa, de modo que há contato direto através de um *ponto eletrônico*²⁶ com a equipe no estúdio; a terceira imagem se refere à ilha de edição, a qual trabalha a questão da edição dos vídeos; por último temos o estúdio, em que podemos ver a equipe de cinegrafistas atentos durante a gravação do telejornal.



Figura 19: Estrutura do Bom Dia Paraíba

25 *Switcher*: “sala de controle onde ficam o diretor de TV, o sonoplasta e o editor-chefe do telejornal no momento em que este está no ar” (PATERNOSTRO, 1999, p.151). No caso do Bom Dia Paraíba a editora-chefe do telejornal é também a apresentadora, ficando portanto na sala de controle uma editora adjunta.

26 *Ponto eletrônico*: “receptor de áudio colocado dentro do ouvido do apresentador que serve para comunicação direta com o editor-chefe ou diretor do programa” (PATERNOSTRO, 1999, p.147).

Vimos até então algumas peculiaridades do Bom Dia Paraíba, assim discutindo a forma de transmissão, apresentação e conteúdos utilizados pelo telejornal. Foi um modo de conhecer seu formato, podendo com isso compreender de modo geral seu funcionamento, porém no que se refere às práticas do *WhatsApp* entendemos ser importante destacar um item, o 2.2.2, para trabalhar essa questão. Isto, pois, é nosso objeto de estudo, o que requer maior atenção sobre sua funcionalidade nas rotinas produtivas do telejornal.

2.2.2 Práticas de *WhatsApp* no Bom Dia Paraíba

Com a popularização da comunicação mediada pelo computador (CMC), novas possibilidades de divulgar a informação jornalística surgiram. Entretanto, vale salientar que esse mundo tecnológico é dinâmico, sendo necessário, com isso, que o profissional de comunicação também se atualize, que esteja atento às ferramentas e técnicas exigidas pelo mercado de trabalho. É inegável, portanto, o crescente processo de convergência tecnológica que engloba o processo de produção e difusão da informação. Por isso,

todas as empresas do Grupo têm atuação no ambiente digital e são responsáveis pela extensão de suas marcas e produtos, interatividade e maior interação com sua audiência. A Globo.com atua no provimento de serviços e plataformas tecnológicas relacionadas à internet para as empresas do Grupo (GRUPO GLOBO, 2015).

Nesse panorama por que passa a comunicação, a presente dissertação optou em analisar o aspecto produtivo do telejornalismo através do *WhatsApp*, em especial as rotinas produtivas no Bom Dia Paraíba. Neste, o aplicativo enquanto recurso interativo entre o programa e seu público teve estreia no dia dez de agosto de dois mil e quinze, portanto é algo recente, uma ferramenta nova que vem passando por adaptações até encontrar sua melhor funcionalidade dentro dos requisitos da TV Cabo Branco – João Pessoa.

Através do número (83) 98181-9700, os telespectadores podem enviar mensagens, áudios, vídeos e fotos para a equipe de produção, a qual seleciona e apura as informações que julga possuir noticiabilidade. Denominado pelo telejornal como *WhatsApp da Redação*, sua função é apenas de troca de mensagens via *online*, não recebendo ligações. Abaixo segue imagem da âncora Patrícia Rocha convidando o público a interagir através do aplicativo. Vale destacar que a na imagem está em destaque o antigo número, o qual teve que ser modificado por solicitação do aplicativo, como veremos mais adiante.



Figura 20: Patrícia Rocha convidando os telespectadores a interajam com o telejornal através do *WhatsApp*

Giuliana Costa, editora-chefe da TV Cabo Branco, reflete sobre essa mudança na comunicação, utilizando como exemplo o uso do *WhatsApp* criado pelo Bom Dia Paraíba para os telespectadores. Para ela,

as redes sociais são maravilhosas porque elas finam essa distância entre o receptor e o emissor, mas a gente tem um cuidado enorme com o que recebe. As pessoas mandam informações importantes para nosso *WhatsApp*, mas às vezes brincam também. Em geral é um material muito rico. Chegam muitas sugestões de pauta, denúncias, áudios interessantes, por exemplo briga de torcida no Almeidão. Claro que a gente tem um cuidado enorme em saber se aquilo que estão enviando é verdade, saber de onde vem aquele material, porque a grande questão hoje de usar esses materiais que *caem* na rede é saber a originalidade daquilo, a credibilidade, para a gente não ser vítima. Chega, por exemplo, a notícia de uma criança abandonada na rodoviária, mas quando é apurado percebemos que foi em Cruz do Espírito Santo. A gente fica enlouquecido tendo que apurar de forma muito rápida porque quer dar a notícia no jornal e no final das contas não era aqui (GIULLIANA COSTA – chefe de redação da TV Cabo Branco).

Apesar desse recurso de interação com os telespectadores, registramos que esse não é o foco de nossa pesquisa, tendo em vista que estamos analisando a percepção dos jornalistas quanto ao uso do aplicativo nas rotinas produtivas do telejornal. Como dito, não é nosso objetivo, porém a produção das notícias perpassa essa comunicação de via dupla entre jornalista e leitor, de modo que também mencionaremos essa relação ao longo da dissertação para um entendimento mais amplo de nossa temática. Com efeito, como vimos, “a comunicação *one-way* não é mais válida e uma pista de mão dupla se estabeleceu com muita informação sendo gerada pelo consumidor” (RAMALHO, 2010, p.06).

Nosso foco é, pois, o *WhatsApp* como ferramenta jornalística, indo além de um recurso de interação. Internamente, tem um grupo na Redação que foi denominado “Tá na pauta” e funciona 24h. É comum a todos os jornalistas da TV Cabo Branco, e não apenas ao programa Bom Dia Paraíba. Para uma melhor funcionalidade, existe um estagiário específico analisando essas informações vindas pelo *WhatsApp*.

Seja manhã, tarde ou noite fica uma pessoa específica para fazer uma seleção inicial do material sob a supervisão da chefia de produção. O estagiário então vistoria tudo, o que acha interessante em termos de denúncias e pautas faz uma cópia e envia para os e-mails dos produtores. Essas informações vão para reunião de pauta, analisadas e transformadas em reportagens e entrevistas conforme seu valor-notícia. As informações que chegam de madrugada em tese são para o Bom Dia Paraíba, de manhã para o JPB 1ª Edição e se for à tarde para o JPB 2ª Edição, sendo este um modo encontrado pela TV para evitar tanto *furos* como brigas internas entre os jornais.

Há, dessa forma, dois *WhatsApps* no contexto do Bom Dia Paraíba: um utilizado entre os jornalistas e outro para o público entrar em contato com o telejornal. Percebe-se, portanto, a influência da sociedade tecnológica ao telejornal, tendo em vista que este necessita modificar suas rotinas em função do atual contexto da comunicação, conforme relato abaixo.

Há necessidade de contratar uma pessoa só para a leitura do *Whatsapp*, de ter um grupo da empresa e assim de ter Redações mais integradas entre os telejornais da TV. A gente hoje faz um trabalho de integração de conteúdo para não ser tão furado pelas redes sociais. Então você modifica completamente sua rotina produtiva em função das redes sociais, você termina inclusive acumulando funções, sendo multimídia, porque por exemplo eu sou chefe de redação, mas eu vou para a ilha editar, eu checo as informações, eu edito material porque é muita coisa que chega. Devido à quantidade de material um tem que ajudar o outro senão não conseguimos dar conta (GIULLIANA COSTA – chefe de redação da TV Cabo Branco).

Durante nossa observação participante, verificamos o intenso uso do *WhatsApp* na Redação, conforme segue imagem abaixo mostrando o trabalho do produtor verificando as informações que chegam dos telespectadores para o telejornal via aplicativo.

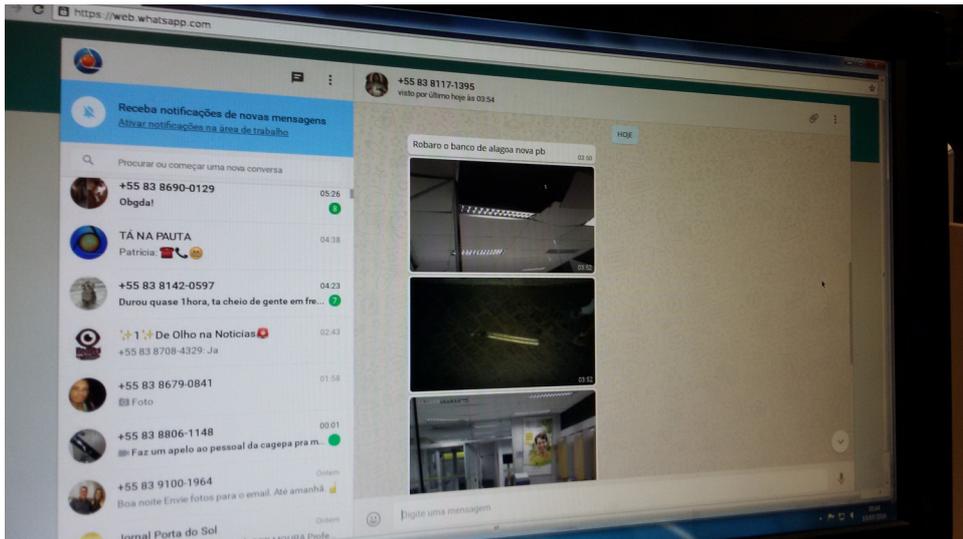


Figura 21: *WhatsApp* do Bom Dia Paraíba sendo usado pelo produtor do telejornal via computador na Redação

O aplicativo também é utilizado frequentemente durante os intervalos da apresentação do telejornal por Patrícia Rocha, a qual, conforme segue na imagem, confere se há novidades de factuais, perguntas dos telespectadores, bem como se comunica, mais ocasionalmente, com a equipe de reportagem.



Figura 22: Patrícia Rocha conferindo no intervalo do telejornal as novidades do *WhatsApp*

Destacamos que, além de ser utilizado na redação e nos estúdios conforme vimos, o *WhatsApp* é um recurso facilitador para a reportagem, o que modifica também a rotina desse profissional, conforme relata a repórter Larissa Pereira: “Hoje o jornalista já tem a flexibilidade, a

permissão para segurar o celular durante o *ao vivo*. Quando a gente faz isso, a gente tá olhando o *WhatsAap*, lendo alguma informação ou algo novo que chega”.

Desse modo, o papel e o lápis que serviam como apoio do repórter durante o *ao vivo* vem sendo substituído ou complementado pelo celular. Um caso recente, divulgado em julho de 2016, surpreendeu jornalistas e a sociedade pela questão da violência e também pelo desrespeito a quem trabalha em prol de levar a informação ao cidadão. Apesar de ser uma situação inesperada, é possível identificar na experiência o relato de Larissa Pereira sobre as novas práticas do jornalismo, particularmente quanto ao uso o celular como ferramenta de apoio para a construção da notícia.

Estamos nos referindo ao assalto sofrido pela repórter da TV Paraíba, afiliada da TV Globo em Campina Grande, Larissa Fernandes, em uma parada de ônibus em frente ao campus da Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), no bairro de Bodocongó. Ela fazia uma reportagem sobre insegurança na região da instituição. Uma viatura da Polícia Militar estava a cerca de 50 metros de onde aconteceu o crime.

"Foi a segunda noite que eu fui no local mostrar a situação dos alunos que são vítimas da insegurança e eu, infelizmente, também fui vítima. Eu vinha usando meu celular a trabalho para entrar em contato com a redação e o rapaz simplesmente tomou o aparelho da minha mão. Ainda tentei chamar a polícia, mas ele fugiu. Eu nunca tinha imaginado passar por isso, quanto mais trabalhando", disse a jornalista (G1-PB, 2016).

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 *WhatsAap* 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 *WhatsAap*, 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 aspetos positivos e negativos quanto à sua aplicabilidade nas rotinas produtivas. A seguir, vamos descrever separadamente cinco *influências* identificadas durante o processo de observação participante da pesquisadora no telejornal, as quais serão abordadas tendo como suporte as experiências da equipe 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 dissertação 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*²⁷”.

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 *WhatsAap* é mais fácil, além de poder enviar fotos, documentos (GIULLIANA COSTA – chefe de redação da TV Cabo Branco).

27 *Furo*: “notícia transmitida em primeira mão” (CUNHA, 1990, p. 137).

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 influências 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 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 nos relatos abaixo da equipe da Redação do Bom Dia Paraíba.

A gente tem um quadro chamado amanhecer, que é o próprio pessoal do *Whatsapp* que manda as fotos. Manda por e-mail, mas a maioria dessas fotos são pelo aplicativo. Também quando tem entrevista no estúdio a gente recebe muitas perguntas pelo *WhatsApp*, poucas vezes são enviadas pelo e-mail. O e-mail é utilizado mais internamente (MATEUS SILOMAR - produtor).

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 *influência* 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 email 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*:

No item 1.4 procuramos entender o uso do *WhatsApp* no jornalismo. Nesse aspecto citamos o jornal Extra, que vem sendo referência na temática dado o seu pioneirismo. Em sua publicidade, destaca: “O sigilo é total. Enviei denúncias, informações, fotos e vídeos onde estiver”. Desse modo, é perceptível a importância do telespectador para passar informações que nem sempre o jornalista saberia se não fosse ele.

Com o aplicativo, então, 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:

O Bom Dia Paraíba faz muitas reportagens que chegaram como ponto de partida de sugestão de pauta através do *WhatsApp*. A gente sugere que as pessoas enviem alguns dados, mas não é com muita frequência até porque teoricamente eles já têm acesso ao número. Ocorre situações específicas, como Dia dos Namorados, Mães etc (PATRÍCIA ROCHA – apresentadora e editora-chefe).

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 *influências* 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. A seguir selecionamos alguns relatos sobre essa preocupação do jornalismo em apurar com responsabilidade os fatos, de modo que nem tudo que é veiculado pelo aplicativo pode e deve ser circulado nos meios de comunicação, em especial na televisão, tendo em vista que nosso trabalho tem como foco o telejornalismo paraibano.

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. Então o produtor agora tem mais um desafio de apurar ainda com mais zelo porque muitas vezes a informação é uma corrente, falsa, velha. Nesse sentido, facilitou o trabalho da reportagem, mas não é porque chega a informação que veicula não. A apuração que é primordial no trabalho de produção e esta tem que ficar ainda mais criteriosa. Então muitas vezes a gente recebe, leva furo, mas não dá informação se a gente não consegue apurar (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).

As redes sociais facilitam nosso trabalho no sentido de tomar conhecimento das informações, mas dificultam o trabalho para ter agilidade em apurar porque a gente não coloca *no ar* sem apurar. Eu preciso saber que *fonte* é aquela que está me enviando. Algumas pessoas fazem isso com mais rapidez, mas tem hora que a gente cansa. As redes sociais são ótimas apesar do trabalho cansativo. Mas tem que fazer o momento das escolhas, eu preciso ser responsável, eu não posso usar tudo que chega pelo aplicativo porque eu preciso fazer o trabalho básico lá de atrás, no caso apurar as informações. Por mais rapidez e agilidade que haja, a checagem precisa ser feita senão vamos dar uma *barrigada* (GIULLIANA COSTA – chede de redação da TV Cabo Branco).

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 Bom Dia Paraíba. No Capítulo 1 citamos algumas dessas questões, identificando aspectos teóricos do próprio dispositivo.

A primeira problemática se refere ao bloqueio de algumas contas do *WhatsApp* devido aos robots da plataforma identificarem o alto 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 elevado número de bloqueios da parte dos usuários. Esses bloqueios ocasionam a necessidade de troca de número e, por conseguinte, a necessidade de novos cadastros dos telespectadores. Foi o que ocorreu com o Bom Dia Paraíba, que já teve o seu número modificado. Segundo a chefe de redação Giulliana Costa, “o próprio *WhatsApp* mandou modificar o número. Nesses dias vai terminar mudando de novo e ter que fazer um novo cadastro dos telespectadores. Isso é uma questão do próprio aplicativo e que independe da gente”.

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).

Sentimos muita falta, principalmente na questão da produção das notícias, mas o papel da gente enquanto jornalista é se adaptar às tecnologias ou também voltar para as antigas práticas se necessário. E foi isso que fizemos: ligamos, mandamos e-mail, voltamos a fazer tudo como antes do aplicativo (MATEUS SILOMAR – produtor).

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 a semana que passamos no Bom Dia Paraíba, perpassando durante a pesquisa de campo por suas rotinas produtivas, foco da dissertação. 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 Bom Dia Paraíba?

Ciente desse novo cenário, Giulliana Costa destaca que a TV Cabo Branco procura se adaptar a essas transformações:

uma vez que a gente vive agora sobre a influência da Internet, foi necessário se moldar a ela e todas as plataformas que a Internet disponibiliza, a exemplo das entradas *ao vivo* através dos *mochilinks* que tornam mais dinâmicas as programações. Então, tudo que for possível fazer via Internet a gente está fazendo, uma delas é a interatividade com o público através das redes sociais (GIULLIANA COSTA - chefe de redação da TV Cabo Branco).

Em nossa pesquisa traçamos essas mudanças de forma exploratória, buscando refletir sobre o impacto dessas novas tecnologias no ambiente jornalístico, especialmente no telejornal Bom Dia Paraíba. 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, em nosso primeiro capítulo 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, partindo para a informação no século XXI no que se refere à relação telespectador-telejornalismo e encerramos com a discussão teórica sobre rotinas produtivas, enfatizando questões como convergência midiática, *gatekeeping* e o jornalismo segundo o Grupo Globo.

No segundo capítulo fizemos uma apresentação de nosso objeto de estudo, no caso O Bom Dia Paraíba, para em seguida discutir os trilhos da pesquisa, bem como os resultados alcançados a partir da pesquisa de campo. Com isso, explicamos a metodologia utilizada na dissertação e

adentramos nas particularidades do telejornal, especialmente quanto ao uso do *WhatsApp* como ferramenta jornalística.

Concluímos nosso estudo, aqui já nas considerações finais, 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 Bom Dia Paraíba? - respondendo com cinco *influências* percebidas pela pesquisadora em relação às práticas do *WhatsApp* no telejornal. 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 telejornal, O que foi feito no capítulo 2, quando focamos nas práticas desse dispositivo no Bom Dia Paraíba.

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 influências 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.

Essas observações foram fruto da busca pelas particularidades das rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba. Isto porque, conforme vimos na Metodologia sobre a pesquisa, trata-se de um estudo de caso, o qual não obedece à lógica estatística, tendo em vista não ser regido pelo princípio de representatividade da amostra. 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, assim como no nosso foco de observação: a aplicação do *WhatsApp* no Bom Dia Paraíba. 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 afirmou que*

sua pasta está elaborando um projeto para regulamentar o acesso a informações de aplicativos como o WhatsApp. Segundo Moraes, a proposta visa possibilitar o acesso a dados necessários a investigações policiais e, dessa forma, evitar que eventuais bloqueios do aplicativo, por decisões judiciais, prejudique os usuários do programa de mensagens instantâneas mais popular do país. Ele disse que 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. Atualmente, duas propostas em tramitação no Congresso Nacional tratam sobre o tema. Não há, porém, previsão de votação das matérias tanto na Câmara quanto no Senado. Na Câmara, o deputado Arthur Maia (PPS-BA) apresentou um projeto de lei que proíbe o Judiciário de conceder medidas cautelares ou outras decisões que bloqueiem o acesso a aplicativos de troca de mensagens como o WhatsApp. O texto está na Comissão de Ciência e Tecnologia, Comunicação e Informática da Casa e pode ser votado já no segundo semestre deste ano. No Senado, há um projeto semelhante, de autoria do

senador José Medeiros (PSD-MT), que proíbe a suspensão ou interrupção de aplicativos de internet como medida coercitiva em investigação criminal ou processo judicial cível ou penal. O projeto está na Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática do Senado e também pode ser votado até o final do ano (G1, 2016).

Desse modo, buscando compreender como as práticas jornalísticas são reformuladas em face ao uso do dispositivo tecnológico *WhatsApp* nas rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba, concluímos que o aplicativo alterou de forma positiva sua produtividade, apesar de ser uma ferramenta nova e que passa constantemente por reconfigurações, como foi destacado no capítulo 1. 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, continuamos seguindo o pensamento de nosso pressuposto conforme visualizado na Introdução da dissertação, qual seja: 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, com base nos dois capítulos aqui expostos, 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 na Introdução, assim perpassando pelas influências das rotinas produtivas do Bom Dia Paraíba.

Por fim, destacamos que, com este trabalho, aprofundamos a compreensão sobre o telejornalismo, objeto que vem sendo investigado desde a graduação na UFPB. No Mestrado, entretanto, inserimos o recurso tecnológico *WhatsApp*, sendo o recorte de nossa pesquisa, a qual pretendemos continuar estudando, dando prosseguimento às reflexões sobre a temática em um futuro doutorado na área de comunicação. Isto, pois, 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, RJ: Vozes, 2009. – (Coleção Clássicos da Comunicação Social).

ANJ. **Após ter contas banidas no WhatsApp, Extra decide apostar no Telegram para trocar informações com os leitores**. Acesso em: 15 de Junho de 2016. 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/>>.

BIAGI, Marta Cristina. **Pesquisa científica**. Curitiba: Editora Juruá, 2011.

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.

ECO, Umberto. **Viagem na irrealdade cotidiana**. Ed.: Nova Fronteira. 1ª edição, 1984.

EXTRA. **#Éboato: Foto que circula nas redes com jovem ostentando arma não é de menino morto no Borel**. Acesso em: 18 de Junho de 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**. Acesso em: 12 de Julho de 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/extra-tem-novo-numero-de-whatsapp-21-99602-2721-19447543>>.

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

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

G1. **STF suspende decisão da Justiça do Rio que bloqueou WhatsApp**. Acesso em: 22 de Julho de 2016. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/07/stf-suspende-decisao-da-justica-do-rio-que-bloqueou-whatsapp.html>>.

G1 – PARAÍBA. **TVs Cabo Branco e Paraíba fazem parte da história de sucesso da Globo**. Acesso em: 25 de Maio de 2015. Disponível em: <<http://redeglobo.globo.com/tvcabobranco/noticia/2015/04/tvs-cabo-branco-e-paraiba-fazem-parte-da-historia-de-sucesso-da-globo.html>>.

_____. **Conheça a trajetória da apresentadora do Bom Dia Paraíba, Patrícia Rocha**. Acesso em: 17 de Junho de 2016. Disponível em:

<<http://redeglobo.globo.com/tvcabobranco/noticia/2015/09/conheca-trajetoria-da-apresentadora-do-bom-dia-paraiba-patricia-rocha.html>>.

_____. **WhatsApp é novo canal de interação do público com a TV Cabo Branco.**

Acesso em: 17 de Junho de 2016. Disponível em:

<<http://redeglobo.globo.com/tvcabobranco/noticia/2015/08/whatsapp-e-novo-canal-de-interacao-do-publico-com-tv-cabo-branco.html>>.

GRUPO GLOBO. **Princípios Editoriais.** Acesso em: 17 de Junho de 2016. Disponível em:

<http://grupoglobo.globo.com/atributos_informacao_de_qualidade_isencao.php>.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** 4ª reimpressão – São Paulo: Aleph, 2013.

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

MEMORIAGLOBO. **Bom dia Brasil.** Acesso em: 18 de Junho de 2016. Disponível em:

<<http://memoriaglobo.globo.com/programas/jornalismo/telejornais/bom-dia-brasil.htm>>.

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

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

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.**

PGCOM/UNISINOS. São Leopoldo/RS, 2006. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação). São Leopoldo/RS, 2006.

_____. **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.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

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

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

ANEXOS

ANEXO A: Modelo de planejamento semanal utilizado pelo Bom Dia Paraíba.

BDPB - PLANEJAMENTO SEMANAL - PAUTAS/JP			
DOMINGO		19/06/2016	
MANHÃ	PLINIO	FOGOS/ANIMAIS	OK
TARDE 1	VIEIRA	DIVIDAS/RURALS	OK
TARDE 2	VIEIRA	COMECO/INVERNO	OK
SEGUNDA		20/06/2016	
ESTUDIO	PATRICIA	REFRANÇAS/PIADAS	CAU
VIVO 1 06H	DANILO	FOGOS/SÃO JOÃO 1 - PREÇOS	OK
VIVO 1 06H30	DANILO	FOGOS/SÃO JOÃO 2 - BOMBEROS	OK
VIVO 1 07H10	DANILO	TRAMONTANA/PIADAS/PIRELLI	CAU
VIVO 1	PLINIO	INTERDICO/BAIREIRA	OK
VT MANHÃ	VIEIRA	MEMORES/INFRATORES	OK
VT TARDE 1 15H30	GIULIANO	(REDE) ALIMENTAÇÃO/COMO SERÁ	OK
VT TARDE 2 16H30	FELICIA	PORTARIA/CORREIOS	OK
VT TARDE 3 18H	GIULIANO	O QUE FAZER/LUMINAÇÃO PÚBLICA	EM PROG.
VT TARDE 3 18H	GIULIANO	CONCLUIR LIMITAÇÃO INTERNET	OK
VT NOITE	FELICIA	CONCLUIR ENERGIA UFPB	OK
TERÇA		21/06/2016	
ESTUDIO	PATRICIA	PAULO SOUTO	OK
VIVO 1	PLINIO	NOVAS REGRAS/ CESAREIA	OK
VIVO 2	PLINIO	INSEGURANÇA RODoviARIA	OK
VT MANHÃ	HEBERT	NOVOS DADOS/ CHIKUNGUNYA	OK
VT TARDE 1	GIULIANO	RENEGOCIAÇÃO/ DIVIDAS	NÃO TEVE FALA POVO
VT TARDE 2 18H	FELICIA	PICHICAÇÃO/PRAÇA JUVENTUDE	OK
VT NOITE	FELICIA	FACTUAL	OK
QUARTA		22/06/2016	
ESTUDIO	PATRICIA	MEMORES INFRATORES	OK
VIVO 1	PLINIO	DESAPARECIDOS	OK
VIVO 2	DANILO	FESTIVAL/MILHO	OK
VT MANHÃ	VIEIRA	CARNE MOIDA/ REGRAS	OK
VT MANHÃ 2	HEBERT	CONCLUIR/ PREÇOS PROVISÓRIOS	OK
VT TARDE 16H30	CARLA	BARRACAS/VIDUETO CEISEL	FALTAM INFORMAÇÕES
VT TARDE 17H30	CARLA	SONORA TERUEL	OK (NUMERO DE REBELIÕES NO ROGER DE 2012 PRA CA)
VT TARDE 16H00	GIULIANO	FALA Povo/RENEGOCIAÇÃO DIVIDAS	CAU
VT NOITE 20H30	FELICIA	ÊNGUARA/QUE FAZER/LUMINAÇÃO PÚBLICA	CAU
QUINTA		23/06/2016	
ESTUDIO	PATRICIA	RENEGOCIAÇÃO/ DIVIDAS (BAJA)	OK
VIVO 1	PLINIO	LINK/VEDAS/FOGUEIRAS	OK
VIVO 1	PLINIO	LINK/FAIXA/JOSEFA TAVERA	OK
VIVO 2	DANILO	LINK/VEDAS/FOGUEIRAS	OK
VIVO 2 07H	DANILO	LINK/PROGRAMAÇÃO/SÃO JOÃO/JP	OK
VT MANHÃ 09H	DANILO	SEGURANÇA/CICLISTA	OK

ANEXO B: Modelo de *espelho* utilizado pelo Bom Dia Paraíba.

EASYNEWS		Software licenciado para: TV Cabo Branco							Pág: 1 06:32	
ESPELHO BDPB										
ORD	TIPO	RETRANCA	LOC	MUN	REP	CAB	VT	MAT	FITA	OBS
*****1° BLOCO*****								20:00	01:20:00	
001	ESCAL	ESCALADA	proc	JPA	proc	02:17	02:00	04:17		
002	MOCH	410-MOCHI/PRISÃO MORTE EMPRES	proc	JPA	ADEF	00:17	02:30	02:47		
003	NOTA	CHAMA MAIS EMPRESÁRIO	proc	JPA	ADEF	00:08	00:00	00:08		
004	VT	468 - ARRASTÃO UFCG (LARISSA)	proc	CGE	ADEF	00:20	01:29	01:49		
005	NC	467A- PERSEGUIÇÃO ACIDENTE CG	proc	CGE	ADEF	00:47	00:00	00:47		
006	VIVO	LINK/EDUCAÇÃO/UEPB (WALÉRIA)	wale	CGE	ADEF	00:19	01:30	01:49		
007	VT	465-FUNIONAMENTO/BIBLIOTECA/	wale	CGE	ADEF	00:29	02:50	03:19		
008	VH	VINHETA PREVISÃO DO TEMPO	proc	JPA	ADEF	00:02	00:03	00:05		
009	NC	499-PREVISÃO DO TEMPO JP E CG	proc	JPA	ADEF	00:29	00:30	00:59		
010	VT	460-PB RURAL/LAGOA SECA	wale	CGE	ADEF	00:02	02:32	02:34		
012	PASSA	PASSAGEM 1	proc	JPA	ADEF	01:26	00:00	01:26		
***** 2° BLOCO *****								11:51		
013	MOCH	MOCH/DESAPARECIDOS (DANILO)	proc	JPA	ADEF	00:12	04:00	04:12		
014	VH	VINHETA ESPORTE	proc	JPA	ADEF	00:02	00:03	00:05		
015	NOTA	CHAMA KAKO	proc	JPA	ADEF	00:06	00:00	00:06		
016	NC	490-BRASILEIRO KART	kmar	JPA	kmar	00:03	01:00	01:03		
017	NC	491-HANDEBOL DE AREIA / MUNDI	kmar	JPA	kmar	00:02	01:00	01:02		
018	SONOR	492+493 - COPA DO BRASIL / B	kmar	JPA	kmar	00:02	01:30	01:32		
019	NOTA	KAKO DEVOLVE	kmar	JPA	kmar	00:01	00:10	00:11		
020	SONOR	422A/422-COLETIVA/ DOM GENIVA	proc	JPA	ADEF	00:35	01:49	02:24		
021	PASSA	PASSAGEM 2	proc	JPA	ADEF	01:16	00:00	01:16		
***** 3° BLOCO *****								14:44		
021	VIVO	MOCHILINK/EXPLOÇÃO ALAGOA NOV	proc	JPA	ADEF	00:00	02:00	02:00		
022	NC	400 - ASSALTO CLÍNICA	proc	JPA	ADEF	00:26	00:00	00:26		
023	VT	469 - ASSALTO MERCADINHO (CG)	proc	CGE	lfer	00:21	01:02	01:23		
024	NC	466A/466 - REUNIÃO/MP ÁGUA+SO	proc	CGE	ADEF	00:36	00:33	01:09		
025	VT	461-PREPARATIVOS/ NOVO RACION	wale	CGE	ADEF	00:23	02:34	02:57		
026	VIVO	LINK ARMAZENAMENTO/ÁGUA (WAL)	proc	CGE	ADEF	00:16	02:30	02:46		
027	VT	463-ARTE/RACIONAMENTO CG - Wa	proc	CGE	ADEF	00:06	02:03	02:09		
028	VIVO	VOLTA LINK/WALÉRIA	wale	CGE	ADEF	00:02	01:00	01:02		
029	PASSA	PASSAGEM 3	proc	JPA	ADEF	00:02	00:50	00:52		
***** 4° BLOCO *****								17:12		
030	VT	432A/432 -NOVIDADES/HOMICÍDIO	proc	JPA	ADEF	00:40	01:15	01:55		
031	VT	441-PRESOS/PROVISÓRIOS (HEBER	proc	JPA	ADEF	00:00	06:23	06:23	ILH5	
032	VIVO	MOCH/MUTIRÃO CARCERÁRIO+ROGER	proc	JPA	ADEF	00:13	02:00	02:13		LUÍS
033	VT	442-CHAMADA BDBR	proc	JPA	ADEF	00:00	01:00	01:00		LUÍS
034	NOTA	CHAMA LAERTE	proc	JPA	ADEF	00:09	00:00	00:09		LAERTE
035	NC	444A/B - PANORAMA ELEIÇÃO JP	proc	JPA	ADEF	00:06	02:30	02:36		LAERTE
036	NC	445A/B - PANORAMA ELEIÇÃO CG	proc	JPA	ADEF	00:03	02:30	02:33		LAERTE
037	NOTA	LAERTE DEVOLVE	proc	JPA	ADEF	00:00	00:00	00:00		LAERTE
038	PASSA	PASSAGEM 4	proc	JPA	ADEF	00:23	00:00	00:23		

ANEXO C: Modelo de *pauta* utilizado pelo Bom Dia Paraíba.

TV Cabo Branco - EASYNEWS		Pág:1
PAUTA		
CÓDIGO: 865124	DATA: 13/07/2016	
RETRANCA: MOCHILINK/DESAPARECIDOS	DT. EXIB: 13/07/2016	
LOCAL:	HORA: 05:50	
PRODUTOR: fnunes	HR. EQUIPE: 05:50	
REPORTER: ADEF	TJ: BDPB	
CINEGRAFISTA: ADEF	TIPO: ADEF	
MUNICÍPIO: JPA	EDITORIA: ADEF	

Endereço / Contato / Telefone:
05H50

LOCAL: PRAÇA DA INDEPENDÊNCIA

Texto da Pauta
PROPOSTA/ENCAMINHAMENTOS/INFORMAÇÕES:
 DESDE O DIA 04/05 O BOM DIA ESTÁ AJUDANDO NA BUSCA POR PESSOAS DESAPARECIDAS... **TODA QUARTA-FEIRA, ESTAREMOS NA PRAÇA DA INDEPENDÊNCIA, AO VIVO, PARA AUXILIAR NA BUSCA DE PESSOAS DESAPARECIDAS...**

CONVIDAMOS AS PESSOAS QUE TEM ALGUÉM DESAPARECIDO NA FAMÍLIA A IREM ATÉ O PONTO DE CEM RÉIS... VAMOS CONVERSAR COM ESSES FAMILIARES, MOSTRAR AS FOTOS... (É BOM QUE ANTES DO VIVO VC PEGUE OS NOMBRES E TELEFONES PARA FAZERMOS OS CRÉDITOS)

FAVOR PEDIR PARA NÃO PASSAREM TROTOS PARA AS FAMÍLIAS...

NA PARAÍBA NÃO HÁ UM CADASTRO DE PESSOAS DESAPARECIDAS... E NEM UMA DELEGACIA ESPECIALIZADA... EM JOÃO PESSOA, ESSES CASOS COMEÇARAM A SER CONCENTRADOS NA DELEGACIA DE HOMICÍDIOS, A PARTIR DO FINAL DO MÊS DE ABRIL... A PESSOA PODE REGISTRAR O BOLETIM DE OCORRÊNCIA DIRETAMENTE NA DELEGACIA DE HOMICÍDIOS OU EM QUALQUER OUTRA DELEGACIA DA CIDADE, QUE O CASO SERÁ REPASSADO PARA A HOMICÍDIOS...

VALE DESTACAR QUE NÃO É PRECISO ESPERAR 24 HORAS APÓS O DESAPARECIMENTO DA PESSOA PARA FAZER O BOLETIM ...

VAMOS CHAMAR QUEM TIVER UMA PESSOA DESAPARECIDA A ENVIAR A FOTO E INFORMAÇÕES PELO NOSSO EMAIL: **BOMDIA@CABOBRANCO.TV.BR** E TAMBÉM POR NOSSO WHATSAPP: (83) 9.8181-9700 E DIZER QUE NA PRÓXIMA QUARTA-FEIRA NÓS VOLTAMOS, DE ALGUM PONTO DA CAPITAL, (QUE NÓS VAMOS FALANDO DURANTE A SEMANA) PARA AUXILIAR NA BUSCA POR PESSOAS DESAPARECIDAS...

DESAPARECIDOS QUE MOSTRAMOS DESDE 04/05/2016:

01 - NOME DO DESAPARECIDO: ROSEMILTON ALVES FERREIRA (CONHECIDO COMO BAHIA)
 IDADE: 49
 DATA DO DESAPARECIMENTO: 25/01/2016
 RELATO: PERDEU O EMPREGO E ESTAVA COM DEPRESSÃO, MAS ESTAVA BEM E TOMANDO MEDICAMENTO. SAIU PRA CAMINHAR E NÃO VOLTOU MAIS... A FAMÍLIA NÃO TEM INFORMAÇÕES... ELE TEM DUAS FILHAS... FAMÍLIA JÁ PROCUROU POR TODOS OS CANTOS DA CAPITAL...
 CONTATO: 9.8764-1547 - (ROMILDA)
 ATUALIZAÇÃO: CONTINUA DESAPARECIDO - SE PUDE, VAI PARA O LINK.

DESAPARECIDOS QUE MOSTRAMOS DESDE 11/05/2016:

02 - NOME DO DESAPARECIDO: JAKSON GOMES DE SOUZA
 IDADE: 40
 DATA DO DESAPARECIMENTO: 28/04/2016
 RELATO: ELE TEM PROBLEMAS MENTAIS. SAIU DE CASA DIZENDO QUE IRIA PRA GRAÇA./ SAIU DE CASA, EM CABEDELO - CENTRO, SEM SANDÁLIA, DE SHORT PRETO, BONÉ BRANCO E SEM CAMISA. A FAMÍLIA JÁ FEZ BO, JÁ PROCUROU POR HOSPITAIS E ATÉ IML, MAS SEM NOTÍCIA.
 CONTATO: 98894-7830 GRAÇA (IRMÃ) / 3228 - 3940 - (MARIA DA PENHA- MÃE // EMERSON WILAMES GOMES DE SOUZA - IRMÃO)
 ATUALIZAÇÃO: CONTINUA DESAPARECIDO - NÃO ESTARÁ NO LINK.

03 - NOME DO DESAPARECIDO: NATALIA FREIRE DE KAZAMA
 IDADE: 17
 DATA DO DESAPARECIMENTO: 06/05/2015
 RELATO: DIA 6 DE MAIO DE 2015, ELA DESAPARECEU DE CASA NO BAIRRO DO GEISEL./ FOI NO VIZINHO E PEGOU A BICICLETA DELE, E DISSE PARA A MÃE QUE IA NO MERCADO E NÃO VOLTOU MAIS... A MÃE CONTA

ANEXO D: Modelo de *script* utilizado pelo Bom Dia Paraíba.

EASYNEWS	Software licenciado para: TV Cabo Branco	13/07/2016 05:48 Pág: 1
SCRIPT BDPB		BL: 1 / 001
CÓDIGO: 864265		CAB: 01:16
ASSUNTO: ESCAL/ESCALADA		VT: 02:00
MUNICÍPIO: JOÃO PESSOA		Total: 03:16
REPÓRTER: procha		OBS:
LOCUTOR: procha		
EDITOR: Dcristina		

- OI, BOM DIA./
HOJE É QUARTA-
FEIRA, 13 DE
JULHO./ BEM VINDO,
PODE CHEGAR./ AQUI
A GENTE CONVERSA
SOBRE AS PRINCIPAIS
NOTÍCIAS DO DIA./
EU TE CONTO O QUE
TA ROLANDO DO
LITORAL AO SERTÃO./
AGORA 6 E.../

- ATENÇÃO! A
POLÍCIA ANUNCIA QUE
PRENDEU DOIS HOMENS
SUSPEITOS DO
ASSASSINATO DO
EMPRESÁRIO AMRCONI
MORAES, NA ÚLTIMA
SEGUNDA, NA FRENTE
DE UM BANCO, AQUI
NA CAPITAL./ BOM
DIA, DANILO ALVES./

+ DANILO

- O SUPERMERCADO
QUE TINHA SIDO
INTERDITADO NA
CAPITAL POR CAUSA
DE UMA INFESTAÇÃO
DE BARATAS FOI
REABERTO ONTEM./
MAS ONTEM MESMO UM
OUTRO TAMBÉM FOI

ANEXO E: Modelo de *capa* utilizado pelo Bom Dia Paraíba.

CAPA DE PAUTA

QUARTA-FEIRA: 13/07/2016

ESTÚDIO BDPB/JP:

ASSUNTO:

ESTÚDIO JPB1:

ASSUNTO:

EQUIPE 1 – DANILO/ CARDOSO E DÁRIO

Entrada: 05h00 às 13h00 (C/INTERVALO DEPOIS DO BDPB)

06h00 – PRISÃO/ MORTE/ EMPR(MATEUS) PAUT MOCHILINKBDPB

06h30 – LINK/DESAPARECIDOS(FELIPE N) PAUT MOCHILINKBDPB

07h00 – MUTIRÃO CARCERÁRIO(MATEUS) PAUT MOCHILINKB

09h00 – COLETIVA/CASO/POSTO(BRUNA) PAUT MATJPB1

09h00 – CRIANÇAS/AQUÁRIO(DANI) CAIU MATJPB1

DANI DESMARCAR! VÊ SE PODE BOTAR PRA AMANHÃ.

11h30 – LINK/DÍVIDAS/BANCOS(DÉBORA) PAUT LINKJPB1

EQUIPE 2 – HEBERT/SILVIO E JOSELITO

Entrada: 5h às 11h

06h00 – LINK/FISCALIZAÇÕES/PROCON(FELIPE R) PAUT LINKHALL

08h30 – MUTIRÃO/CIRURGIAS(MATEUS) PAUT MATBDPB

FELIPE REMARCAR PRA HOJE./

EQUIPE 3 – VIEIRA/JUNIOR E BIU

Entrada: 5h30 às 11h30

06h00 – ROUBO/BICICLETA(ANA C) PAUT MATJPB1

REMARCAR POR DEBORA./

09h30 – AGENDAMENTO/SEGURO DESEMPREGO(DÉB) PAUT MATJPB1

EQUIPE 4 – KARINE/THIAGO E ANDERSON

Entrada: 7h30 às 13h30

08h00 – DEPRESSÃO/TRATAMENTO(BRUNA) PAUT MATJPB1

EQUIPE 5 – /WELINGTON E ALYSSON

Entrada: 8h30 às 13h30

WELINGTON FAZ INTERVALO DEPOIS DO BOM DIA./

COM VANESSA

09h30 – MERCADO TRABALHO/BARBEIRO(DANI) CONC/PAUT MATJPB1

COM GI