



## **As Redações Móveis e o Jornalismo Produzido Via WhatsApp <sup>1</sup>**

Mônica FORT<sup>2</sup>

Carla Castello BRANCO<sup>3</sup>

Universidade Federal do Amazonas, Manaus, AM

### **Resumo**

As redações móveis são reflexos dos avanços tecnológicos e das transformações na prática jornalística. No passado não tão distante, era mais comum repórteres realizarem nos primeiros horários da manhã, a ronda em delegacias, hospitais, IML e Corpo de Bombeiros em busca do furo de reportagem. Na atualidade, o aplicativo WhatsApp é o meio mais utilizado para coletar informações. O objetivo deste artigo foi investigar quais as fontes de notícias foram utilizadas pelos jornalistas de redações móveis durante o apagão do WhatsApp em 04/10/2021. Para nortear a pesquisa foi realizado um estudo exploratório a respeito das notícias veiculadas no dia do apagão e de que forma essas publicações chegaram aos leitores que estavam sem acesso ao aplicativo durante sete horas. Das notícias geradas pelo Portal G1, quando o WhatsApp parou de funcionar muitos usuários recorreram ao Telegram e ao Twitter para obter informações a respeito do próprio apagão e gerar notícias sobre o assunto, que foi o mais comentado do Twitter no referido dia. No Telegram, foi possível obter informações por intermédio de canais de notícias e jornalismo que integram a plataforma, fazendo com que os jornalistas pudessem produzir suas redações pelo aplicativo, considerando que ele possui as mesmas características do WhatsApp.

**Palavras-chave:** WhatsApp; Apagão; Redações Jornalísticas; Redações Móveis; Jornalismo Móvel.

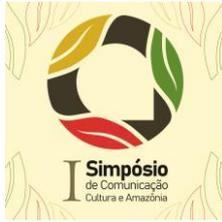
### **Introdução**

Os fatos sobre a cidade, a política, a ciência, a economia, a cultura, os jogos de futebol, o cotidiano do cidadão comum ou célebre, o consumo desenfreado no mundo capitalista, as tendências da moda, a pandemia, a vida ou a morte, todas essas pautas

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 05 Interfaces Comunicacionais do I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia.

<sup>2</sup> Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens na Universidade Tuiuti do Paraná. Professora do Uninter. Pós-doutora em Comunicação (UERJ). Doutora em Engenharia da Produção (UFSC). E-mail: monicafort@gmail.com

<sup>3</sup> Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná (PPGCom/UTP). Mestre em Educação pela PUCPR. E-mail: carla.branco@fbnovas.edu.br



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



fazem parte de inúmeros desdobramentos de notícias produzidas nas redações jornalísticas, sejam elas móveis ou físicas, dependendo das transformações dos processos tecnológicos de cada época. O jornal impresso, por exemplo, deve seu nascimento a uma dessas mudanças. Gutenberg, quando inventou a prensa de tipos móveis, possibilitou que o trabalho – antes feito manualmente –, pudesse ser realizado por máquinas, abrindo caminho para o surgimento de uma indústria verdadeiramente capaz de produzir informações massivas e diárias (HOLANDA, 2017).

As tecnologias mudam também a organização do trabalho dadas formas de utilizá-las em suas dimensões organizacionais, de tempo, espaço. Isso em relação a pequenas transmissões até a grandes coberturas jornalísticas, por exemplo. A indústria tecnológica transforma o modo de construir e distribuir notícias. Pode-se fazer uma analogia com o telégrafo, quando o jornalismo conquistou a possibilidade de se aproximar mais do fato a ser noticiado. Até nos dias atuais, segundo semestre de 2021, ainda em período de pandemia da Covid-19, as redações por meio dos seus profissionais da imprensa se reorganizam com novos hábitos, suportes e equipamentos para agilizar a construção de matérias jornalísticas.

O livro *Jornalismo móvel*, de Fernando Firmino (2015), retrata a difusão da internet 3G e dos dispositivos móveis, que em 2010, alcançaram um caráter comunicacional mais imediatista, transformando a prática jornalística com características mais evidentes relacionadas à mobilidade e a possibilidade de criação de conteúdos diretamente onde o fato ocorre. O jornalismo móvel é a produção jornalística que utiliza tecnologias móveis digitais e de conexões de rede sem fio pelo repórter na prática jornalística. Assim, o aplicativo WhatsApp é um dos mais utilizados na produção de notícias, cujos números são maiores do que outras redes sociais, como Instagram e Twitter (NEWMAN et.al, 2018). O uso do WhatsApp para notícias quase triplicou desde 2014 e ultrapassou a importância do Twitter em muitos países (NEWMAN et al. 2018). O Reuters Digital News Report descobriu que metade da amostra de usuários online na Malásia e no Brasil usa o WhatsApp para notícias.



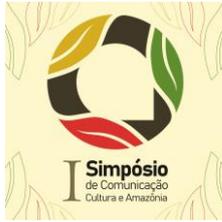
Entretanto, recentemente (04/10/2021) o aplicativo teve blackout por quase oito horas, causando impacto financeiro e prejuízos nos mais variados modelos de negócios, afetando 2,8 bilhões de pessoas no mundo (JORNAL NACIONAL, 2021). É interesse desta pesquisa saber quais recursos instantâneos de troca de mensagens para a produção e circulação de informações foram utilizados por jornalistas de redações móveis durante o apagão do WhatsApp em 04/10/2021? O objetivo deste artigo é observar as principais alternativas utilizadas pelos jornalistas de redações móveis durante o apagão do WhatsApp em 04/10/2021. Para nortear a pesquisa foi realizado um estudo exploratório a respeito de informações noticiosas geradas no dia do apagão e de que forma essas notícias chegaram aos leitores sem o uso do aplicativo.

### **Jornalismo de WhatsApp**

O jornalismo, ao aderir o campo digital e a mobilidade expandida, confirma que novas configurações aportam com alterações no modus operandi de emitir e receber conteúdo. Bauman (2005) pode explicar essa transição a partir do processo de convergência jornalística como um dos aspectos interligados às perspectivas apontadas na condição da modernidade líquida, indicando mudanças estruturais na sociedade e, consequentemente, no próprio jornalismo a partir da influência da tecnologia digital em campo.

Estamos agora passando da fase “sólida da modernidade para a fase fluída”. E os “fluidos” são assim chamados porque não conseguem manter a forma por muito, mesmo num recipiente apertado, continuam mudando de forma sob influência até mesmo das menores forças. E vai além, tudo isso é como habitar um universo, onde ninguém, em lugar algum pode apontar a diferença entre um caminho ascendente e um declive acentuado (BAUMAN, 2005, p. 57).

Nesse sentido, em espaços virtuais imprevisíveis considerados pelo autor em profundas transformações, a comunicação é realizada por redes sociais digitais de relacionamentos. Segundo Recuero (2009), as redes sociais trouxeram um novo olhar na abordagem sociológica, pois os usuários produzem uma grande quantidade de interações



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia**  
**Universidade Federal do Amazonas - UFAM**  
**Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



entre atores sociais (pessoas, instituições, grupos) que, no passado, não se podia obter em tamanha extensão ou facilidade. Bauman (2005, p. 96) diz que “as identidades manifestadas nesse mundo líquido são para usar e exibir, não para armazenar e manter”. Para Bauman (2005) há uma relação entre as redes sociais e a sociedade de consumo moderna. O sociólogo faz essa associação a partir do rápido consumo e descarte de produtos também envolvido com as relações humanas. Para o autor, as relações sociais são consumidas igualmente a um produto que por não ter um laço forte entre as pessoas refletem na fragilização das suas conexões mentais.

Em síntese, é possível diferenciar redes sociais e mídias sociais como Bauman aludiu a sociedade de consumo, isso é, as redes sociais referem-se a relações humanas e mídias sociais, a produto. E, em se tratando de produto, o WhatsApp, aplicativo de troca de mensagens instantâneas, é utilizado atualmente como uma ferramenta de produção e consumo de notícias: para os jornalistas, o WhatsApp não é apenas um aplicativo para chegar às fontes, mas também aos seus públicos.

O WhatsApp permite troca de mensagens em áudio e vídeo pela internet, embora originalmente tenha se destinado apenas para comunicação interpessoal. Há uma versão do navegador para computadores desktop, mas foi projetado para uso em dispositivos móveis e é usado com mais frequência em smartphones, tornando-o uma ferramenta de comunicação inerentemente móvel. Os smartphones existem em um grande número, e, por serem móveis, acompanham as pessoas em todos os lugares; aliado a isso, o aplicativo é amplamente utilizado e tornou-se um instrumento relevante para o jornalismo digital. Até o momento, as análises do WhatsApp como ferramenta jornalística são escassas. Estudos anteriores sobre a plataforma e jornalismo focam principalmente no aplicativo como uma ferramenta de comunicação. Estudos discutem o recurso na perspectiva do público, analisando como os usuários usam aplicativos de troca de mensagens em smartphones para notícias (NEWMAN et al., 2018; SWART, PETERS, BROERSMA, 2017) e compartilham e discutem notícias dentro de um grupo de amigos ou colegas (SWART, PETERS, BROERSMA, 2018; VILLI, NOGUERA-VIVO, 2017; GOH et al., 2017). Reuters Digital News Report descreve como a dinâmica em que os usuários



confiam menos no Facebook e mais no WhatsApp para notícias é impulsionada pela projeção feita pela própria marca, é associado a “melhor amigo, diversão, aproxima as pessoas” (NEWMAN ET AL., 2018, p. 13). Pesquisas que citam o aplicativo como ferramenta de comunicação para jornalistas enfocam a função do aplicativo no sistema de produção de conteúdo, por exemplo, jornalistas que usam o recurso para se comunicar entre uma rede de repórteres (BARONI, 2018) ou com fontes (AGUR, 2019; DODDS, 2019; MCINTYRE, SOBEL, 2019; BELAIR-GAGNON, AGUR, FRISCH, 2016).

A função de engajamento dos canais WhatsApp tem sido explorada nas redações do Brasil, onde seu uso para notícias está entre os maiores do mundo. Angeluci, Scolari e Donato (2017) descobriram que jornalistas usam canais do aplicativo para obter informações de seus públicos, por exemplo, texto, áudio e imagens em situações de notícias de última hora. Em contraste com a mídia social, a informação é exclusiva de um meio de comunicação. Além disso, os jornalistas usam o Whats para fazer com que os usuários se sintam mais próximos da redação, por exemplo, ao citarem suas mensagens em seus conteúdos.

Solto (2016) diferencia três maneiras de como os jornalistas integram o público no processo editorial: como uma estratégia economicamente motivada para construir a fidelidade do público (análise editorial), como uma chance de enriquecer a diversidade no discurso público (participação) e – tornando-se aparente mais recentemente – como um desafio originado de discurso de ódio, propaganda e outro conteúdo indesejado postado on-line. Quandt (2018) descreve esse tipo de engajamento do usuário com o conceito de “participação escura”. No entanto, a terceira perspectiva desempenha um papel menor para o WhatsApp. Em contraste com outras mídias sociais, as mensagens dos assinantes dos canais do aplicativo não são visíveis para outros assinantes, mas apenas para os editores de mídia social que gerenciam os grupos do WhatsApp.

Além da participação do público tendo uma maior interação com as redações via tal recurso, há também o contato da própria produção de um programa seja de rádio, TV ou web em busca de fontes diariamente para o agendamento de entrevistas ou mesmo gravação de áudios e vídeos que podem ser feitos no próprio aplicativo. De acordo com



a proposta da pauta e o direcionamento dado a ela, os especialistas são questionados e tornam-se personagens importantes para a clareza e construção da notícia. É preciso registrar que o WhatsApp é protagonista de uma excrescência preocupante em jornalismo: informações disponíveis no mundo virtual em formato de textos jornalísticos, mas que devem ser checados cuidadosamente em relação a veracidade e exatidão dos dados.

### **Apagão da rede**

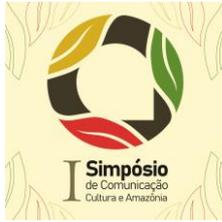
O estudo de caráter qualitativo e exploratório foi realizado a partir da coleta de dados do portal de notícias G1 no dia 04/10/2021, tendo como objeto o apagão do WhatsApp<sup>4</sup> no Brasil e no mundo.

A paralisação da rede gerou um tombo no valor de mercado em US\$ 6 bilhões em um único dia. De acordo com Renata Lo Prete (2021), no Jornal da Globo, foram mais de seis horas sem três das maiores redes sociais do planeta, todas pertencentes à empresa de Mark Zuckerberg. O Jornal Nacional também noticiou a pane das três redes sociais, afirmando que afetou 2,8 bilhões de pessoas no mundo.

Os aplicativos pararam de funcionar por volta das 12h45 de Brasília<sup>5</sup>, provocando impacto financeiro e prejuízos nos mais variados tipos de negócio. Matéria exibida no JN coletou relatos de pessoas que necessitavam do WhatsApp para comunicar desde a entrega de produtos e serviços, até trabalho de faculdade e mesmo jovens que queriam avisar aos pais que estavam bem. Houve impacto também nas empresas que adotam o *home office* e possuem funcionários trabalhando em casa, quando a comunicação ficou truncada. Consultórios, serviços e até tribunais de justiça tiveram dificuldade de confirmar agendamentos. Autônomos e pequenas empresas também tiveram prejuízos porque precisavam das três redes sociais para funcionarem, seja para passar orçamentos ou para *delivery* – caso de *motoboys* que ganham por entrega –, e necessitavam do aplicativo. Restaurantes, pelo menos 175 mil deles, a maior parte de São Paulo, usam o WhatsApp para vender e sentiram no caixa a indisponibilidade da rede. Além do prejuízo

<sup>4</sup> A interrupção no funcionamento do aplicativo ocorreu também no Facebook e no Instagram.

<sup>5</sup> O problema teve início às 11h45min na Costa Leste dos Estados Unidos onde, em poucos minutos, cerca de 120 mil usuários fizeram reclamações relacionadas às três redes sociais.



com as refeições que com a paralisação do *app* deixaram de ser entregues no percurso (JN, G1, 2021).

### **Como as notícias foram geradas no dia do *blackout***

Quando 120 mil reclamações atingiram o “império” Zuckerberg, a empresa utilizou o Twitter para reconhecer a interrupção. A rede social para *microblogging* é conhecida por disseminar notícias em tempo real. Assim, quando WhatsApp, Facebook e Instagram ficaram fora do ar, a empresa aproveitou para provocar as redes sociais comandadas por Mark Zuckerberg. A situação gerou críticas e acabou sendo reportada pela imprensa, conforme ilustra o título de reportagem do Portal G1 (Figura 1).



Figura 1 – “Oi, literalmente todo mundo”  
Fonte: g1.globo.com

As notícias chegam ao Twitter praticamente de forma instantânea quando ocorre algum tipo de pane nas redes sociais. Por ser uma alternativa de comunicação por meio do recurso de mensagens diretas, é possível trocar mensagens de texto, vídeos, imagens e até áudio. A diferença é que a comunicação não é intermediada pelo número de telefone, mas sim pelas contas dos usuários.

De acordo com Caselli e Pimenta (2015), o Twitter possui a função no plantão noticioso, no fato “aqui e agora” por ampliar o alcance das nossas percepções. O que se vê, ouve e pensa, pode ser twittado com instantaneidade a milhões de pessoas conectadas no mundo. Por esse motivo, pode gerar pauta por meio do conteúdo que circula nesse ambiente, já que gera a todo o momento milhares de *posts* informativos que merecem apuração e avaliação por parte de quem trabalha com a produção de notícias.



Entretanto, por serem mensagens instantâneas, aplicativos como Telegram e Signal tiveram aumento em seus downloads de até 1.090% com a interrupção do funcionamento do WhatsApp. Outras opções como SMS e Discord também serviram de recursos quando o aplicativo ficou fora do ar, conforme notícia publicada no g1 (Figura 2).

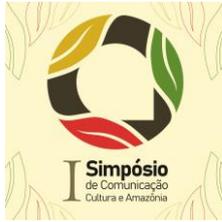


Figura 2 – Alternativas SMS, Telegram, Signal, Twitter e Discord  
Fonte: g1.globo.com

Antes do WhatsApp, a principal ferramenta de troca de mensagens era o SMS, que pode enviar mensagens de texto para qualquer número de celular sem a necessidade de internet móvel. De acordo com a matéria, a taxa diária de crescimento do Telegram ultrapassou o normal por ordem de magnitude, acolhendo cerca de 70 milhões de usuários do WhatsApp e demais redes sociais que ficaram paralisadas. O Telegram possui praticamente todas as funções do WhatsApp e funciona por conexão de internet wi-fi, 4G ou 3G. O usuário pode encontrar figurinhas, tem opção de mensagens de áudio, vídeo e foto podendo também realizar chamadas de voz ou vídeo. Os contatos da agenda devem também ter o aplicativo instalado para que se possa trocar mensagens.

O Telegram tornou-se o disseminador de notícias de muitos jornais, considerando que os grupos são constituídos com no mínimo dois e no máximo 200 mil membros. Canais de transmissão de conteúdo foram gerados para enviar mensagens contendo *links*, fotos e resumos de postagens de *sites*. Dentre os principais jornais estão o g1, Estadão, CNN Brasil, Folha de São Paulo e Uol Notícias.

O aplicativo Signal também se assemelha ao WhatsApp e possui como foco adicional a privacidade e segurança. Um dos trunfos é o envio de mensagens com remetente oculto, ou seja, apenas um dos participantes precisa divulgar o número para que a conversa tenha início. Entretanto, não há busca integrada de *gifs* animados, ou status/stories. Funciona com internet e os contatos da agenda também devem ter o



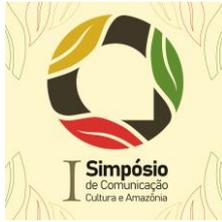
aplicativo instalado. O Discord é bastante popular entre *gamers*, porém chamou a atenção de muita gente no último dia 04/10/2021. O aplicativo centra-se em grupos nos quais centenas de pessoas podem se reunir para conversar sobre qualquer assunto, por meio de mensagens de texto, imagens e *gifs*. É necessário procurar por servidores que funcionam como fóruns – alguns privados e que necessitam de convite do administrador. Dentro de cada servidor, é possível criar várias salas que são denominadas de canais, onde são definidos os subtemas. Funciona também como uma rede social e para adicionar pessoas é necessário saber o nome do usuário. Além destas opções, o e-mail também foi um dos mais usados para disseminação de notícias, principalmente por conversas profissionais.

### **A cultura das redes sociais**

Raymond Williams ([1958]2011) apresentou definições centrais sobre como os grupos sociais entendem e vivenciam a cultura, refletindo criticamente sobre como se relacionam. Para auxiliar nesta construção, Cevasco (2001) diz que o pensamento crítico de Williams destaca-se em três movimentos básicos de sua obra, constituindo-se de uma reformulação teórica baseada na constituição de um novo campo, decorrente de uma ação de reavaliação.

O termo cultura, em sua abrangência e dinamismo, é considerado o movimento das mudanças históricas como operador de hábitos e costumes compartilhados. Williams (2015) reflete a cultura como a pluralidade de significados que a palavra adquiriu e continua na sociedade. Isto posto, a noção apresentada pelo autor é de que os indivíduos experimentam um processo ativo como sujeitos inseridos na sociedade, permitindo a inferência de que movimentos pessoais e coletivos desenvolvidos passam pela cultura e, assim, aprendem e reproduzem aquilo que foi ensinado, ou seja, ressignificando práticas cotidianas. Portanto, a ideia de reprodução e ressignificação da cultura, na dinâmica humana e social, permite a revolução dos conjuntos do modo de vida, representações e significados que envolvem os sentidos e narrativas sobre a experiência humana.

Adiante, em um determinado momento, o autor posiciona-se contra a cultura de massa, a qual evidencia o conflito entre classes sociais que alcança o campo da cultura



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia**  
**Universidade Federal do Amazonas - UFAM**  
**Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



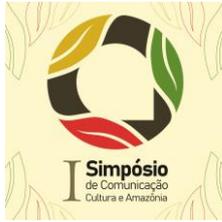
restritamente à aristocracia e burguesia. Para Williams (2015, p. 7), o conceito de “massa” era erroneamente utilizado como mecanismo de inferiorização do outro, isto é, indivíduo diferente dos grupos sociais que não tinham acesso aos produtos artísticos da alta cultura, expressando noção contrária a essa questão, incluindo o termo às “massas” no pensamento da época. Em síntese, a cultura de massa foi aplicada principalmente com o auxílio de novas técnicas de comunicação para propagar uma cultura comercial de gostos e hábitos.

As formas culturais contemporâneas emergem nas redes sociais a partir desse substrato complexo, constituído de um longo processo de combinações entre informação e entretenimento. Williams (2015) diz que a expressão “forma cultural” deve ser compreendida a partir da articulação a uma tecnologia, no caso específico, a da internet, e que materializa um conjunto de demandas e transformações sociais. Seguindo ainda a linha de raciocínio do autor, as formas culturais desenvolvem-se de formas anteriores em que possivelmente os textos midiáticos contemporâneos herdam elementos de processos preliminares, com combinações novas e que desenvolvem em um contexto ideológico a partir do uso de um novo meio ou modo de interação que precisa ser investigado.

### **Novos arranjos na produção jornalística**

Nick Srnicek (2008, p. 25) teoriza sobre o capitalismo de plataforma na contemporaneidade, buscando uma síntese de termos como “*gigeconomy, sharing economy, on-demand economy, next industrial revolution, surveillance economy, app economy, attention economy and soon*”. Os dados referem-se ao material bruto em tono do qual o capitalismo passou a se centrar na sua estratégia para manter crescimento e vitalidade em resposta ao enfraquecimento do setor manufatureiro. Em termos de economia informacional contemporânea, as plataformas de publicidade são discutidas por Srnicek (2008), referindo-se como uma parte considerável da economia global e sua ascensão responsável pela reestruturação no setor.

Empresas que representam esta modalidade estão o Google e o Facebook, respectivamente, o líder quase monopolista no negócio de buscas na www e a empresa



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia**  
**Universidade Federal do Amazonas - UFAM**  
**Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



dona de três gigantes no ramo de mídias sociais (Instagram, WhatsApp e o próprio Facebook). As plataformas de publicidade obtêm lucros por meio da captura e armazenagem de dados dos usuários para simultânea ou posterior exibição de anúncios relacionados. Em teoria, os usos jornalísticos do WhatsApp podem fomentar ideais democráticos de participação e promover um compartilhamento mais amplo de informações. Na prática, esses ideais também são moldados pelos contextos culturais, político-econômicos e tecnológicos nos quais as interações ocorrem em nível de percepção individual, ou seja, de acordo com a visão de mundo e realidade de cada sujeito.

As relações de comunicação e trabalho dos arranjos alternativos à imprensa hegemônica contribuem para organizar o próprio trabalho destas organizações e como as iniciativas estruturam os seus ambientes laborais (FÍGARO, 2020). Assim, apoiam-se em tecnologias de informação e comunicação, configurando a formação de novos espaços produtivos. Para retratar redações móveis e redações virtuais, é necessário restringir a forma como é organizado o trabalho. De acordo com Fígaro, é necessário compreender o contexto de produção para além dos diferentes modelos de organização do trabalho; a partir disto, é que o olhar é dirigido para destacar aspectos como a divisão das atribuições, a organização das pessoas e a própria rotina de produção.

Em contribuição, Antunes (2018, p. 67) diz que a nova morfologia do trabalho se espalha e abrange os mais diferentes modos de ser da informalidade, “(...) ampliando o universo do trabalho invisibilizado, ao mesmo tempo que potencializa novos mecanismos geradores de valor, ainda que sob a aparência de não valor, utilizando-se de novos e velhos mecanismos de intensificação (quando não de autoexploração) do trabalho”. As mudanças do trabalho jornalístico, a partir das tecnologias móveis, decorrem do reflexo das transformações visíveis nas próprias relações sociais e interações com o espaço. Desde as intenções de valorização do local; do deslocamento, do andar pela cidade, mesmo que sem rumo, são questões que surgiram do século XX e se renovaram por intermédio de discussões que envolveram as novas mídias, como menciona Santaella (2008), incluindo as mídias locativas.



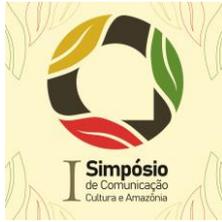
Segundo Cameron (2008, p. 2), a utilização de tecnologias móveis por repórteres tem levantado questões de qual seria a melhor utilização desse tipo de tecnologia em veículos de comunicação já existentes. Logo, observa-se que uma das características do jornalismo móvel é a capacidade de permitir uma convergência maior entre versões impressa, on-line e móvel de uma produção jornalística. Haveria, portanto, uma diferenciação entre o trabalho jornalístico praticado dentro da redação e o inteiramente fora. O jornalismo móvel descentralizou a produção jornalística nas redações físicas através dos ambientes móveis de produção (PASTOR, 2012).

A iniciativa originária de Fígaro (2018) a respeito dos centros de investigação em Comunicação e Jornalismo no Brasil, para compreender quem são e como trabalham os sujeitos que optaram ou se viram obrigados a criar arranjos alternativos às corporações de mídia tradicional parte do binômio comunicação e trabalho, compreendendo que o trabalho é uma atividade humana e possui um componente de ineditismo o qual estabelece uma relação dialética com os saberes instituídos e orienta o reconhecimento do indivíduo como ser social. Para a pesquisadora, a comunicação no mundo do trabalho como um programa de pesquisa, afirma o seguinte:

...estudar o mundo do trabalho e a atividade de trabalho por meio da linguagem e da comunicação dos sujeitos (corps-soi) é a maneira mais eficiente de se aproximar da realidade do trabalho, dos seus desafios, dos conflitos que permeiam seu ambiente; as dificuldades em gerir as impertinências das condições de trabalho e de como tentar superá-las (FÍGARO, 2018, p. 127).

Alguns elementos das conceituações dadas são considerados no traslado em direção à atividade produtiva dos jornalistas. Autores como Deuze e Witschge (2016) dizem que o jornalismo ingressa na fase pós-industrial, ou seja, está para além da lógica e das estruturas dos conglomerados de mídia. Logo, os arranjos podem se constituir efetivamente a uma alternativa de empregabilidade para os profissionais, o que contribui para a democratização da informação.

É interessante recorrer aos atos de jornalismo e estado de fluidez da atividade em constante transformação, de modo que atente para a heterogeneidade sobre o paradigma



do jornalismo de comunicação, posto a manutenção do contato entre emissores e destinatários. Assim, a prática e os discursos jornalísticos tendem a espelhar um modelo de sociedade pós-industrial, de hiperconcorrência e de dependência do ecossistema digital (COSTA, 2020). Neste modelo, as instituições jornalísticas reforçam seus contratos com as audiências, ampliando canais de comunicação e difundindo mensagens mais sedutoras de modo a manter este vínculo.

O modelo citado, pode ser corroborado com a descrição realizada por Anderson, Bell e Shirky (2013), que coadunam com a ideia de jornalismo pós-industrial. O modelo tradicional do funcionamento de empresas jornalísticas, de feição industrial e baseada no monopólio das ferramentas de produção, disseminação e monetização da informação (FÍGARO, 2017) cede lugar a um ecossistema fragmentado, dos quais existem diversos atores, sejam jornalistas ou não, e dispõem de maior liberdade para manufaturar a informação, e em razão disso, instituem um jogo de forças em que a sustentabilidade dos negócios jornalísticos passa a ser ameaçada. Uma resposta plausível a essa ruptura é a de que as instituições jornalísticas devem se adaptar do tradicional ao novo cenário. De acordo com Bell e Owen (2017), existe uma emergência para que o jornalismo se consolide no âmbito das plataformas de redes sociais, isso porque a narrativa de adaptação às quais o jornalismo tem aderido, não possui grandes certezas do seu retorno do ponto de vista financeiro ou mesmo simbólico.

### **Considerações Finais**

A notícia em tempo real é atualmente a forma mais rápida de se ter informações sobre qualquer assunto. A qualidade, a urgência e o consumo podem ficar comprometidos com a falta de apuração adequada. Entretanto, boa parte da população tem a sua disposição uma forma simples de se informar e que tem se tornado uma ferramenta muito utilizada para a disseminação e propagação de conteúdo, o WhatsApp. O aplicativo aumentou o poder de relacionamento entre as pessoas, bem como usuários e veículos de comunicação e os jornalistas que noticiam nas redações.



Por ser um aplicativo comum, gratuito e presente na maioria dos aparelhos celulares modelo *smartphone*, formar grupos para expor opiniões e compartilhar informações sobre o processo de produção, as notícias ocorrem naturalmente a jornalistas. O WhatsApp influencia na redução do tempo de entrega das reportagens, podendo ser enviadas ao editor-chefe pelo próprio aplicativo, sem a necessidade de deslocamento, como tradicionalmente era feito. Outro ponto positivo é que as entrevistas podem ser feitas por ele mesmo via formato de texto, áudio e imagem.

Este estudo procurou discutir as formas de circulação de produção e divulgação de notícias utilizadas por jornalistas de redações móveis durante o apagão do WhatsApp em 04/10/2021. Por intermédio de levantamento exploratório de notícias geradas pelo Portal g1, quando o WhatsApp parou de funcionar muitos usuários recorreram ao Telegram e ao Twitter para obter informações a respeito do próprio apagão e gerar notícias sobre o assunto, que foi o mais comentado do Twitter no referido dia. No Telegram, foi possível obter informações por intermédio de canais de notícias e jornalismo que integram a plataforma, fazendo com que os profissionais de imprensa pudessem produzir conteúdo informativos por meio do aplicativo, considerando que ele possui as mesmas características do WhatsApp.

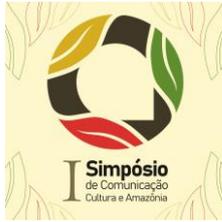
O artigo procurou também abordar estudos de pesquisadores sobre relações de trabalho contemporâneas. A partir de demarcação oferecida pelo binômio comunicação e trabalho, observa-se a noção de arranjo econômico no trabalho jornalístico (FÍGARO, 2017), conceito remetido à possibilidade de organização profissional em prol do trabalho digno e da produção de informação de qualidade, na perspectiva de seu entendimento como bem coletivo. É advertido pela autora que tal apropriação do termo arranjo refere-se a um deslocamento do seu sentido original, exemplo dado pela teoria econômica, que define arranjo como agrupamento ou aglomeração geográfica articulada ou vinculada a uma proposta produtiva. Assim, embora o WhatsApp tenha ficado fora do ar no dia 04/10/2021, notícias não deixaram de circular devido ao uso de recursos alternativos. Ainda são necessárias mais pesquisas neste campo, principalmente por ser um fato



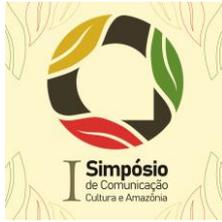
ocorrido recentemente, publicações científicas a respeito da divulgação de informações e notícias sem o uso do WhatsApp são escassas.

## **REFERÊNCIAS**

- AGUR, C. **Conexão isolada**: aplicativos de bate-papo móvel e produção de notícias. *Mídia e Comunicação*, 2019.
- ANGELUCI, A; SCOLARI, G; DONATO, R. WhatsApp como ator: o impacto do aplicativo interativo no jornalismo de redação. **Revista Mediação** 19 (24), 2017.
- ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**: o novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo, 2018.
- BARONI, A. **Apertando os Nós do Comércio Internacional de Drogas no Brasil**. *Jornalismo Practice*, 2018
- BAUMAN, Z. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005
- BELAIR-GAGNON, V; AGUR, C.; FRISCH, N. **Novas fronteiras na coleta de notícias**: um estudo de caso de correspondentes estrangeiros usando aplicativos de bate-papo para cobrir distúrbios políticos. *Jornalismo Digital*, 2016.
- BELL, E; OWEN, T. **A imprensa nas plataformas** – como o Vale do Silício reestruturou o Jornalismo. New York: Columbia Journalism School, 2017, Columbia University Academic Commons.
- BELL, E; SHIRKY, C. Jornalismo Pós-Industrial: adaptação aos novos tempos. **Revista de Jornalismo ESPM**, São Paulo. Editora ESPM. p.30-89. abril-junho de 2013.
- CAMERON, D. Mobile Journalism: A snapshot of current research and practice. In: *The End of Journalism? Technology, Education and Ethics Conference*, 2008, Londres. Abstracts and Papers. Londres: University of Bedfordshire, 2008.
- CASELLI, T.; PIMENTA, F. **Twitter**: A Nova Ferramenta Do Jornalismo. In: **CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO BRASILEIRA DE ESTUDOS INTERDISCIPLINARES DA COMUNICAÇÃO**, 16º, 2015. Joinville: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. p. 1 - 11.
- CEVASCO, M. Um plano de trabalho: “Culture is Ordinary”. In: CEVASCO, Maria Elisa. **Para ler Raymond Williams**. São Paulo: Paz e Terra, 2001.



- COSTA, R. Apontamentos para um perfil de arranjos alternativos de jornalismo no Ceará. **Cambiassu**, v. 15, n. 25 - Jan./Jun. 2020.
- DEUZE, M; WITSCHGE, T. O que o jornalismo está se tornando. **Parágrafo**, v.4, n.2, jul/dez 2016, pp. 6-21.
- DODDS, T. Reportando com WhatsApp: impacto de aplicativos de bate-papo móvel nas práticas jornalísticas. **Jornalismo digital**, 2019.
- FÍGARO, R. A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo. **Contracampo**, Niterói, v. 39, n.1, abr-jul/2020, pp. 101-115, 2020.
- FÍGARO, R. As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídias. Relatório final do Projeto de Pesquisa **FAPESP**. São Paulo: ECA-USP, 2018.
- FÍGARO, R; NONATO, C. Novos "arranjos" econômicos alternativos para a produção jornalística. **Contemporânea - comunicação e cultura**, v.15, jan-abr 2017, pp. 47-63
- FIRMINO, F. **Jornalismo Móvel**. Coleção Cibercultura. Salvador – EDUFBA, 2015.
- GOH, D. News sharing as reciprocal exchanges in social cohesion maintenance, *Information, Communication & Society*, v. 22, 2017.
- HOLANDA, A. Whatsapp no jornalismo móvel: um recorte da realidade de quatro veículos alagoanos. **Revista Latino-americana de Jornalismo**. ANO 3 VOL.3 N.2 | JUL./DEZ. 2016.
- JORNAL NACIONAL. Facebook, Instagram e WhatsApp param de funcionar e afetam 2,8 bilhões de pessoas no mundo. Disponível em: <<https://g1.globo.com/jornal-nacional/noticia/2021/10/04/facebook-instagram-e-whatsapp-param-de-funcionar-e-afetam-28-bilhoes-de-pessoas-no-mundo.ghtml>> Acesso em 07 de outubro de 2021.
- MCINTYRE, K. How Rwandan Journalists Use WhatsApp to Advance Their Profession and Collaborate for the Good of Their Country, *Rev. Digital Journalism*, v. 7, 2019. pp. 705-724.
- NEWMAN, N. “**Reuters Institute Digital News Report 2018.**”
- PASTOR, L. Rotina jornalística e mobilidade: potencialidades de transformação do habitus profissional jornalístico a partir das tecnologias móveis. **Intercom** – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Campina Grande – PB – 10 a 12 de Junho, 2010.
- QUANDT, T. Dark Participation. *Open Access Journal. Media and Communication*, v. 6, n. 4. 2018.



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia**  
**Universidade Federal do Amazonas - UFAM**  
**Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



---

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na internet**. Porto Alegre: Editora Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura).

SANTAELLA, L; ARANTES, P. **Estéticas Tecnológicas: novos modos de sentir**. São Paulo: Educ, 2008.

SOLTO, L. **Participação do público no jornalismo**. Journalism Research, 2016.

SRNICEK, N. **Platform capitalism**. Cambridge (UK) and Malden: Polity, 2008.

SWART, J; PETERS, C; BROERSMA, M. Sharing and discussing news in private social media groups. University of Groningen. Digital Journalism, v. 7, n.2, 2018. pp. 187-205.

VILLI, M.; NOGUERA, J. Compartilhando conteúdo de mídia nas redes sociais: os desafios e oportunidades do conteúdo distribuído pelo usuário (UDC). Journal of Applied Journalism and Media Studies, v.6, n.2. 2017. pp. 207-223.

WILLIAMS, R. **Televisão: tecnologia e forma cultural**. São Paulo: Boitempo, 2015.

\_\_\_\_\_. **Cultura e sociedade**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2011.