

## JORNALISMO NA ERA DAS NOVAS TECNOLOGIAS WHATSAPP COMO FERRAMENTA?

Diogo MOREIRA<sup>1</sup>  
Lucia SCHMIDT<sup>2</sup>

### RESUMO

O artigo foi elaborado a partir de discussões e reflexões realizadas pelo Grupo de Estudos O Jornalismo: rumos no mundo tecnológico nos meses de setembro, outubro e novembro de 2018. Com a introdução de novas tecnologias, a forma de fazer jornalismo muda. Com a chegada da Internet, esse ambiente se amplia radicalmente. Hoje com a interatividade, com uma maior participação do público podemos observar mudanças no papel do jornalista diante dessa nova tecnologia. Pretendeu-se realizar uma revisão das Teorias da Comunicação e do Jornalismo e partir delas elaborar os novos conceitos da narrativa jornalística dentro de novos parâmetros tecnológicos e qual o papel do jornalista nessas mudanças

**Palavras-chave:** Jornalismo. Novas tecnologias. Narrativas

### 1 INTRODUÇÃO

O Jornalismo passou por inúmeras transformações e adaptações no decorrer dos anos. Antes da internet, a propagação de notícias fora da mídia (TV, rádio ou impresso) era feita apenas entre pessoas. Somente os tradicionais veículos de Comunicação eram capazes de difundir informações – devidamente checadas – a um grande público, passando por seleção (subjetiva) do é mais importante para o mesmo saber. Portanto, aplicando o conceito de *gatekeeper* (conceito para seleção de notícias em jornalismo), o qual tinha como foco o produtor das notícias, ou seja, o jornalista. No entanto, o crescimento veloz da tecnologia (expansão do uso da internet – 3G, 4G, Wi-Fi,

---

<sup>1</sup> Discente do Curso de Jornalismo do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora – CES/JF. E-mail: diogo.oliveira.moreira@gmail.com

<sup>2</sup> Docente do Curso de Jornalismo do Centro de Ensino Superior de Juiz de Fora. E-mail: luciaschmidt@cesjf.br

além dos dispositivos móveis) passa a ditar novos rumos na disseminação de informações, interferindo, inclusive, na produção das mesmas.

O receptor que simplesmente recebia as notícias passa a produzi-las e propagá-las por meio das mídias sociais. No começo era tudo pelo Facebook (compartilhava algo e comentava), mas após o surgimento do WhatsApp houve um “boom” de difusão de informações. Agora a situação mudou, todos são “jornalistas” capazes de elaborar conteúdos. Será que há a preocupação com o que chamamos de checagem? É obvio que não! O relevante é espalhar o acontecimento no momento exato sem quaisquer preocupações em verificar a verdade.

Um ponto de extrema magnitude é o fechamento de conteúdos dos portais dos principais jornais do país. Isto coloca em xeque a questão se a notícia tem valor. Para as empresas pode ser que sim, já os leitores acham que não. Entretanto, quem pagará o salário dos jornalistas? Fica o questionamento! O problema é que ninguém deseja pagar, mesmo um valor pequeno, para saber de algo que o WhatsApp está informando de graça. Outro infortúnio, o aplicativo é para seus 120 milhões de usuários, a internet, no qual se tem tudo o que o mundo virtual pode oferecer.

A liberdade assegurada pelo mesmo para divulgação de quaisquer tipos de conteúdos atrai o “vírus” da *fake news*, pois todos podem produzir o que desejar sendo verdade ou não. As eleições deste ano é um exemplo, especialmente, a corrida presidencial. Um levantamento da Agência Lupa a pedido da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) e da Universidade de São Paulo (USP) avaliou 347 grupos públicos de discussão política no WhatsApp. O grupo de *fact-checkers* estudou as 50 imagens mais compartilhadas, comprovando que somente quatro são verídicas. O artigo publicado no “The New York Times” apontou que as notícias falsas espalhadas pelos apoiadores do presidencial Jair Bolsonaro tem o maior grau de mentira e agressividade em relação às disseminadas pelos adeptos do candidato a presidência Fernando Haddad.

Diante de tantas informações é complicado identificar a veracidade das notícias, singularmente, quando não se é jornalista. No entanto, é possível averiguar qual veículo é seguro acreditar, por isso o frequente uso dos *fact-checkers* (checagem de fatos). Portanto, o tópico principal é descobrir como usar o aplicativo a favor do Jornalismo e deixá-lo atraente para os usuários.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Os estudos das Teorias da Comunicação e das Teorias do Jornalismo, além dos conceitos de Sociologia da Comunicação, foram fundamentais para a análise desse fenômeno que perpassa o jornalismo nos dias atuais. WOLF, Mauro, em Teorias da Comunicação (2010), expressa sua análise sobre a possibilidade de manipulação das informações através da Teoria Crítica da Comunicação. TRAQUINA, Nelson, em Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são (2013), enfatiza a relação intrínseca entre o jornalismo e a democracia. MEDITISCH, Eduardo, (2007) considera que “a introdução de novas tecnologias tem impactos não apenas sobre a produção, mas também sobre o produto, enquanto tal, e sua situação no mercado”.

O suporte digital mudou a forma de fazer notícia sedimentada antes da ascensão do jornalismo na internet. Atributos sempre reverenciados, como pirâmide invertida e lide, tornaram-se discutíveis por conta das novas narrativas oferecidas pela hipermídia e pelo hipertexto. A multimídia/convergência, a interatividade, a hipertextualidade, a personalização, a memória e a instantaneidade são características introduzidas pelo jornalismo online, de acordo com Palácios (1999, 2004).

O modelo tradicional de comunicação expresso no desenho abaixo, a partir da Teoria Matemática de Shannon e Weaver (1949) que tinha como seu objetivo encontrar uma maneira de se usar os canais de comunicação com a máxima eficácia, atendendo à quantificação da informação e à capacidade dos canais em transportá-la, demonstrando que cada canal de comunicação tem

uma velocidade limite característico, perdeu seu significado nos últimos anos com a interação do receptor e sua possibilidade de também emitir informações.

No modelo, entendemos a existência de um emissor da notícia (fonte) que envia a mensagem, codificada, (transmissor) por (canal) com a possibilidade de surgir algum impedimento caracterizado como ruído, destinada a um receptor que em seu destino a decodifica.



Fonte: meio digital acesso 01/12/18

Este é um modelo linear de comunicação, simples e eficiente na detecção e resolução dos problemas técnicos da comunicação. A teoria matemática da comunicação visava a precisão e a eficácia do fluxo informativo, procurando não restringir-se à área da engenharia, mas servir de referência a qualquer âmbito da comunicação. Pretendia, assim, ser adaptável a qualquer processo de comunicação, independentemente das características dos seus componentes.

À este modelo vieram outros estudos de comunicação como o McLuhan, Marshall, O meio é a Mensagem (2011), onde afirma que o mais importante não é o conteúdo da mensagem, mas o veículo através do qual a mensagem é transmitida, isto é, o meio. "As tecnologias são consideradas como a causa principal das mudanças na sociedade" (2011).

Partindo desses conceitos teóricos buscou-se entender como hoje, através dos diversos mecanismos tecnológicos, as notícias chegam até os

receptores. Estes que hoje também são emissores de notícias. O processo tradicional de construção da notícia, que designa o jornalista como o único responsável por apurar, selecionar os acontecimentos de interesse público e trata-los com aprofundamento, foi igualmente relativizado pelas possibilidades da interatividade e do jornalismo colaborativo. Tudo isso, a partir de novas tecnologias.

### 3 METODOLOGIA

Através da pesquisa bibliográfica, buscaram-se os conceitos de Teorias da Comunicação, WOLF (2010) realizando uma revisão de pontos considerados fundamentais para o entendimento do campo da Comunicação. Aprofundaram-se os estudos das Teorias Hipodérmica, sobre a manipulação das massas: Teoria da Persuasão, na qual o cidadão deixa de ser um objeto passivo e passa a fazer parte da análise; Teoria Funcionalista, que em lugar de estudar o indivíduo, estuda a sua ação social enquanto consumidor de valores e modelos que se adquire comunitariamente e ainda, estuda a mídia em situações corriqueiras e cotidianas.

Fundamental também o estudo da Teoria Crítica, através dos teóricos HORKHEIMER, Max & ADORNO, Theodor. A indústria cultural: o iluminismo como mistificação de massas (meio digital, 2002), na qual argumentos da mensagem são lógicos e penetram no receptor e este tira suas conclusões e age conforme suas próprias decisões. Horkheimer e Adorno usam pela primeira vez o termo "Indústria Cultural" em 1947 e desenvolvem estudos onde a cultura passa a ser industrializada e transforma-se em comércio, criando a "Indústria Cultural" Nela, os produtos são adaptados ao consumo das massas que também podem determinar o próprio produto.

O modelo de comunicação de Shannon & Weaver descrito no referencial teórico desse artigo também foi pesquisado e estudado, e McLUHAN, para quem o meio é um elemento importante da comunicação e não somente um canal de passagem ou um veículo de transmissão. Foi McLUHAN que estudou

o efeito do meio quanto ao conteúdo, atentando para as diferenças evidenciadas por cada suporte midiático (jornal, rádio, televisão, cinema, etc.) Para ele, cada meio de difusão tem as suas características próprias, e, por conseguinte, os seus efeitos específicos. "Qualquer transformação do meio é mais determinante do que uma alteração no conteúdo". (1969, p 27)

A teoria do Agendamento (Agenda Setting) de Maxwell McCombs e Donald Shaw, com origem em 1922 com base nas ideias do livro *Public Opinion*, de Walter Lippman e que se desenvolveu na década de 1970 pela teoria desenvolvida por Maxwell McCOMBS e Donald SHAW se discute o fato de que é a mídia quem determina quais assuntos farão parte das conversas dos consumidores de notícias; A teoria aponta que o público tende a dar mais importância aos assuntos que tem maior exposição nos meios de comunicação; determina que é a mídia quem diz sobre o que o público irá falar e repercutir. A mídia é a principal ligação entre os acontecimentos no mundo e as imagens destes acontecimentos no imaginário público. Em 1963, Bernard Cohen (cientista e historiador dos EUA) disse que: "Na maior parte do tempo, a imprensa pode não ter êxito em dizer aos leitores como pensar, mas é espantosamente exitosa em dizer aos leitores sobre o que pensar" O termo "*Agenda Setting*" foi adotado, pois os veículos agendam os temas que, segundo sua visão, é possível repercutir no público.

*Gatekeeper* ("Porteiros da informação") é a teoria que se considera a percepção do editor (*gatekeeper*), como ele planeja anunciar a notícia e qual caminho dará a ela. São os *Mass Media*, que filtram o que é ou não notícia; que critérios são utilizados para se divulgar ou não uma notícia; o que deve ser divulgado; o que deve ser de conhecimento do público, com base em sua própria editoria; o editor não leva em conta o contexto social em que a notícia será publicada e sim sua própria percepção e suas experiências.

Estes conceitos e teorias foram estudados durante três meses fundamentando as discussões sobre os caminhos do jornalismo na atual era

tecnológica tendo em vista suas necessárias mudanças para se adaptar a uma nova sociedade em formação e a um novo conceito da narrativa jornalística.

### 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Durante o período de realização do grupo de estudos “O Jornalismo: rumos no mundo tecnológico em transformação” foi possível realizar um revisão bibliográfica nas teorias da Comunicação e do Jornalismo levando os alunos a refletirem sobre o papel social da profissão nos dias de hoje. A partir do levantamento de opinião nacional do Paraná Pesquisas (meio digital, 2018) constatou-se que 42,5% dos eleitores brasileiros usavam a internet e as mídias sociais como principal meio para se informar sobre as eleições de 2018. O percentual é maior do que os 36,7% que se informa a respeito pela TV. Jornais impressos são fonte de informação mais utilizada por apenas 6,3% dos eleitores. Rádio fica com 5,6%. Esses dados despertaram entre os alunos a preocupação com a qualidade do jornalismo e como ele estava sendo recebido pela maioria da população brasileira.

Apesar da intensa disseminação de notícias falsas, a Pesquisa Brasileira de Mídia 2016 (meio digital, 2016), feita pelo Ibope, atestou que 60% dos entrevistados confiam sempre ou muitas vezes nos jornais. Em 2015, o percentual foi de 58% e em 2014, de 53%. A pesquisa revelou também um aumento no índice de leitura dos jornais. Em 2016, 32% dos entrevistados responderam que, ao menos uma vez por semana, leram algum jornal. No ano anterior, o índice foi de 21%.

Esse aumento de dados em 2016 não parece se comprovar nos últimos anos. 2018 foi um ano eleitoral marcado por notícias falsas, as chamadas “*fake news*” A jornalista Maria Carolina Santos escreveu em outubro de 2010 um artigo que serviu de ponto de partida para os estudos do grupo “O Jornalismo não vai nos salvar do WhatsApp” . Explica a autora “Nos últimos quinze, vinte anos o mundo mudou tão rápido que fomos engolidos. Em um momento, alguns de nós comemoramos ter acesso aos melhores jornais do mundo: The New

York Times, The Washington Post, The Guardian, El País. Estavam todos ali, a um clique: a mesmíssima distância que estavam outros tradicionais como A Folha de São Paulo, o Estadão, O Globo. A gente podia ler tudo. De graça. Na internet. Mas éramos tão poucos, e tão privilegiados, por ali. O acesso foi aumentando e as barreiras cresceram. Surgiram os *paywalls* (sistema pago de leitura de jornais na internet), assim mesmo, sem tradução. Você queria ler A Folha de São Paulo, clicava no link e dava com a porta na cara. Você ia ler o Times e levava uma sobrada. Você não tinha mais direito de entrar ali. Não de graça. Não sem preencher um formulário. Você desistia”. Segundo autora, esse modelo de jornalismo possibilitou o surgimento de uma nova forma de disseminação das notícias: o WhatsApp. Um aplicativo de troca de informações pessoais que passou a transmitir também notícias – verdadeiras ou não – sem que fosse necessário acessar nenhum link pago.

Santos afirma que, “para as empresas de mídia, o WhatsApp sempre se apresentou como uma esfinge. Um potencial enorme, 120 milhões de usuários, mas como usá-lo pra notícias? Ter redatores dedicados a textos curtíssimos? Enviar o link? Na grande maioria dos veículos, era só um número para enviar alertas e sugestões de pautas. Nunca foi visto como um Facebook”.

O jornalismo descobriu o WhatsApp tarde demais. Já havia uma linguagem estabelecida, já havia uma relação de confiança. Existia todo um discurso aceito: a mídia (a esquerda) mente, a mídia (a esquerda) manipula. Quando vemos um texto típico de WhatsApp, imediatamente identificamos como falso: sua apresentação é incompatível com o bom jornalismo”.

A partir destes enunciados os alunos elaboraram o pôster “O Jornalismo sobrevive ao WhatsApp?” apresentado no IV Seminário de Extensão e Pesquisa, realizado nos dias 5, 6 e 7 de novembro, no Centro de Ensino Superior (CES/JF). Também participaram das diversas oficinas e apresentação de trabalhos nas áreas de Jornalismo e de Publicidade.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O professor Marcos Palacios da Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia e Coordenador do Grupo de Pesquisa em Jornalismo Online (GJOL) escreveu o prefácio de um livro sobre Jornalismo e tecnologias móveis e intitulou-o “O mundo no bolso e o contexto na palma da mão”. Para ele, o título era uma síntese do que hoje se entende como tecnologias móveis e oferece um conjunto do fazer jornalismo. Tomando como parâmetros o bolso e a palma da mão logo se entende a questão do tamanho, da miniaturização que possibilita a portabilidade e a ubiquidade, características presentes no jornalismo de hoje.

As pesquisas apontam que as pessoas são mais suscetíveis aos textos menores, de fácil leitura, com mais imagens do que texto. Levando-se em conta que os celulares fazem parte do cotidiano de todos temos o “mundo no bolso e o contexto na palma da mão”. O problema talvez esteja no entendimento do contexto. Exatamente por ser uma miniatura não é possível em apenas parte da informação observar-se o entendimento do todo. Muitas vezes, entende-se superficialmente o conteúdo e não é possível um entendimento de todo o contexto.

As inovações promovidas pelas tecnologias da informação e da comunicação provocaram alterações no estatuto profissional dos jornalistas, de modo que não se verificou um estatuto bem definido e padronizado para os editores de conteúdo móvel. As plataformas móveis representam um espaço recente de produção, distribuição e circulação de produtos noticiosos. Como um novo meio, os dispositivos móveis despertam questionamentos quanto às possibilidades de atuação profissional e seus impactos na performance e nas características dos jornalistas, que de fato estão cada vez mais polivalentes.

A introdução de uma nova tecnologia sempre amplia o potencial do jornalismo, seja em qual mídia for. Cada nova tecnologia é determinante para uma maior proximidade com o público. Com a introdução do emissor no campo da criação, o papel do jornalista é modificado. Antes o profissional era o

responsável pela descoberta, apuração e veiculação da notícia. Hoje o jornalista assume o papel de interprete dessas muitas informações trazidas por todos os tipos de fontes. Ele é responsável por selecionar, através de sua capacidade cognitiva e profissional o que realmente é um fato que merece destaque. Pelo menos é isso que esta nova era exige do profissional de jornalismo. Outro papel do jornalista é de ser mediador deste relacionamento entre o mundo comunicativo e o público. De abrir caminhos para uma participação cada vez mais interativa do público.

Nessa nova era surge um elemento novo para o jornalismo: WhatsApp. “Em um mundo em que somos bombardeados por informações o tempo todo, a mensagem que o WhatsApp traz é de que não há espaço nem tempo para se apostar em sutilezas. Para se desenvolver interpretações. O fato tem que ser entregue com a interpretação e a opinião”, defende Santos. E não é esse o papel do jornalismo. O jornalismo sério, apurado, investigado, bem redigido.

Verifica-se claramente uma reconfiguração do jornalismo neste âmbito da notícia em mobilidade nos seus aspectos de produção e difusão/recepção de conteúdos centrados nestas condições oferecidas atualmente. Se por um lado há a potencialização desta produção jornalística com mais agilidade, em tempo real e de forma ubíqua utilizando-se da portabilidade permitida por este aparato cada vez mais miniaturizado e potente, por outro lado estas mesmas condições podem interferir nas rotinas produtivas dos profissionais, particularmente dos repórteres em campo, que deverão ser mais polivalentes e dominar um conjunto de tecnologias móveis e operações extras para produção de conteúdo para múltiplas plataformas.

A exigência pelo imediatismo pode interferir na qualidade dos conteúdos gerados. Sofrendo constantes mutações em função das crescentes mudanças tecnológicas o jornalismo hoje não tem uma resposta pronta para atuação nos novos modelos de disseminação da informação. No cotidiano da profissão são observadas algumas mudanças e são feitos alguns experimentos. Ainda não se

tem uma conclusão para esse futuro. Mas, sabe-se que o bom jornalismo: sério, bem apurado, feito com qualidade, ainda é a melhor saída para o futuro.

## ABSTRACT

The article was elaborated from discussions and reflections carried out by the Group of Studies The Journalism: directions in the technological world in the months of September, October and November of 2018. With the introduction of new technologies, the form of making journalism changes. With the arrival of the Internet, this environment is radically expanded. Today with the interactivity, with a greater participation of the public we can observe changes in the paper of the journalist before this new technology. It was intended to carry out a revision of the Theories of Communication and Journalism and from them to elaborate the new concepts of the journalistic narrative within new technological parameters and what the journalist's role in these changes

Key words: Journalism. New technologies. Narratives

## REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor & HORKHEIMER, Max. **A Indústria Cultural**  
<https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/ADORNO.pdf?1349568504> acesso  
20/10/2018
- BARBOSA, Suzana & MIELNICZUK, Luciana (orgs) **Jornalismo e  
Tecnologias móveis** [http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130522-  
201302\\_susana\\_luciana\\_jornalismotechmoveis.pdf](http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20130522-201302_susana_luciana_jornalismotechmoveis.pdf) acessado em 20/10/2018
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede**, vol 1, 3ª ed.. Rio de Janeiro: Paz  
e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **Internet e sociedade em rede**. In MORAES, Denis. Por  
uma outra comunicação. Mídia, mundialização, cultura e poder. Rio de Janeiro:  
Record, 254-287, 2003.
- KUCINSKI Bernardo. **Jornalismo na era virtual – ensaios sobre o colapso  
da razão ética**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo: Ed. Unesp,  
2005.
- JENKINS, H. **Cultura da convergência**. Rio de Janeiro: Aleph, 2009.
- LAGE, Nilson. **Que futuro há para os jornais impressos?** 2005. Disponível  
em <http://observatorio.ultimosegundo.ig.com.br/artigos>, acessado em 01 de  
fevereiro de 2007.
- MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São  
Paulo: Cultrix, 1967.
- MCLUHAN, Marshall, **O meio é a mensagem**, São Paulo: Ubu, 1969
- MORAES, Denis (org) **Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização,  
cultura e poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- MEDITISCH, Eduardo, **O rádio na era da informação. Teoria e técnica do  
novo radiojornalismo**, 2 ed. Florianópolis: Insular, 2007.
- PARANÁ PESQUISA** . [http://www.paranapesquisas.com.br/wp-  
content/uploads/2018/08/Meios-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf](http://www.paranapesquisas.com.br/wp-content/uploads/2018/08/Meios-de-Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf)  
acessado em 01/12/2018
- WOLF, Mauro, **Teorias da Comunicação de massa**. São Paulo: Martins  
Fontes, 2003

## IV SEMINÁRIO DE EXTENSÃO E PESQUISA

05 A 07 DE NOVEMBRO DE 2018



TRAQUINA, Nelson, **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são** Vol. 1. Florianópolis: Insular, 2002

SANTOS, Maria Carolina. **O jornalismo não vai nos salvar do WhatsApp.**  
<https://medium.com/@carolsmaila/o-jornalismo-n%C3%A3o-vai-nos-salvar-do-whatsapp-cd82fb2ab620> acessado em 19 de outubro 2018

### **Ilustração 1**

<http://www.comuniqueiro.com/dicionario/teoria-matematica-informacao>  
acessado 01/12/2018