

Análise crítica do WhatsApp na Band: “empoderamento” do ouvinte e otimização das práticas de apuração¹

Carolina DANELLI²

Simone ORLANDO³

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ

RESUMO

O rádio possui diversas características inerentes a sua personalidade, porém a interatividade, desde os primórdios do veículo, foi uma das mais marcantes. Os avanços tecnológicos aumentam as possibilidades do público estar mais presente na rotina produtiva das emissoras. Este trabalho visa compreender como os aplicativos de interatividade em dispositivos móveis, como celulares e tablets, são capazes de mobilizar a participação do ouvinte/ receptor como fontes de informação na mídia radiofônica e apresentar as principais formas de usabilidade do aplicativo. Neste caso, usamos como estudo de caso o uso da ferramenta WhatsApp na emissora de rádio BandNews Fluminense FM.

PALAVRAS-CHAVE: cultura mobile; interatividade, jornalismo participativo; radiojornalismo; whatsapp.

Introdução

Nos idos de 2004, quando surge a Web 2.0, geração ou fase da internet em que a cultura da participação, começa a vigorar no cotidiano da vida digital, a web passa a ser vista como uma plataforma mais dinâmica, orgânica e bilateral capaz não só de denotar o avanço tecnológico, mas a era da colaboratividade.

¹ Trabalho apresentado no IJ 01 – Jornalismo do XXI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 17 a 19 de junho de 2016.

² Estudante de Graduação 9º. semestre do Curso de Jornalismo da UFRRJ, email: caroldanelli@gmail.com

³ Orientadora do projeto. Professora adjunta do Curso de Jornalismo da UFRRJ, email: siprema73@gmail.com

No caso do jornalismo, passou-se ao envolvimento direto de cidadãos comuns (antes considerados meros leitores) na publicação e edição de conteúdos jornalísticos, como uma prática cada vez mais recorrente. A esta tendência atribui-se o conceito de jornalismo participativo, jornalismo cidadão, colaborativo ou mesmo jornalismo *open source*.

Os meios de comunicação em geral foram beneficiados com os avanços trazidos por essa segunda geração da Internet. Nesse contexto, o rádio, que já era considerado um veículo de comunicação tradicionalmente interativo desde o seu surgimento, consagra-se pela sua potência de interlocução com o receptor e sua imediatividade. Apesar das variadas formas de participação do público, como, por exemplo, o telefone e as cartas, o avanço tecnológico, associado à computação, valorizou o processo de interação com os ouvintes, através da robustez do desenvolvimento da tecnocultura.

Desde a era de ouro do rádio (anos 40), o ouvinte já se apresentava como um ator social relevante para o meio em questão. Isso porque meios de interações síncronas foram criados para que o público se tornasse representado no veículo, seja através da presença de sua voz na programação jornalística (como fonte) ou na musical, seja nos programas de auditórios e outros formatos.

Os novos modos de interação, entretanto, não modificaram apenas as formas de comunicação da audiência com os meios, mas também a forma de produção e consumo da notícia. Como o ouvinte passou a ser também um usuário da vida digital, amplificou-se sua potência comunicativa, o que lhe deu subsídios para se comunicar através de outros suportes e plataformas.

Apesar das mudanças no processo de interação, o público ainda é visto como fonte pelos jornalistas. Algumas emissoras, como a rádio Tupi, vão um pouco mais além e denominam estes que participam de “ouvinte-repórter”.

O “ouvinte-repórter” permite que o jornalista se aprofunde na notícia, mostrando o lado daqueles que não estão apenas querendo ser apresentados, mas também querem participar do processo de informação. Eles se tornam fontes, produtores e consumidores de sua própria realidade, que antes era apresentada de forma distante. As notícias se tornam mais humanas, dando maior credibilidade à emissora devido à aproximação com o ouvinte.

Entre as novas plataformas colaborativas, o aplicativo mensageiro *WhatsApp*, exclusivo para *mobile*⁴, se caracteriza como uma das ferramentas de interação mais produtivas na relação dos meios com seus públicos, tanto na ambiência radiofônica, como televisiva, digital ou impressa. Especialmente para a linguagem radiofônica, em que o aplicativo parece ser bem promissor, dado que a ferramenta de troca em questão funciona como um instantâneo propagador de mensagens em áudio, texto e vídeo.

O interesse por esse fenômeno de maior aproximação entre rádios e seus públicos, potencializados por quadros de inovação tecnológica, nos levou a realizar três visitas técnicas à emissora, com sede em Botafogo-RJ, e uma na matriz da Band News FM em São Paulo, situada no Morumbi – SP, entre os meses de março a outubro de 2015.

A BandNews Fluminense FM é considerada a primeira rádio *all news* FM e líder de audiência no estado do Rio de Janeiro. Criada em 20 de março 2005, a emissora é fruto da parceria de dois grupos de comunicação, a Rede Bandeirantes e O Fluminense. Dentro da programação de rede, o canal ocupa cerca de cinco a sete minutos dos radiojornais a cada 20 minutos com informações locais. Em março de 2014, a emissora começou a utilizar o aplicativo *WhatsApp Messenger* e já percebeu, segundo o editor de mídias sociais e repórter da emissora, Marcus Lacerda⁵, diferenças significativas como o aumento da audiência e o enquadramento dos ouvintes às regras do radiojornalismo produzido pelo veículo.

1. Ambientações no Jornalismo Open Source

O jornalismo é o setor expressivo do modo como vem sendo instituídos novos padrões de construções discursivas da realidade, tornando-se referência para os atores sociais na forma de indivíduos e instituições. Sua vertente “participativa”, “cidadã”, “colaborativa” e “open source”⁶ parte do princípio de que qualquer cidadão é um “narrador”

⁴A tecnologia *mobile* foi desenvolvida para permitir que o usuário se comunique enquanto não puder estar conectado a um desktop. São consideradas tecnologia *mobile* celulares do tipo *smartphone*, *tablets* e dispositivos vestíveis. Os aplicativos, programas concebidos para processar dados eletronicamente, facilitando e reduzindo o tempo de execução de uma tarefa pelo usuário, são o forte deste tipo de tecnologia.

⁵ Informações retiradas de entrevistas concedidas à pesquisadora.

⁶ Esses termos serão aqui usados de forma intercambiável.

em potencial e pode contribuir para a construção do noticiário. De acordo com Corrêa & Madureira (2010:11), entende-se que “(...) o objetivo dessa participação é prover informações independente, confiáveis, precisas, abrangentes e relevantes, necessárias à trajetória e ao equilíbrio da democracia”.

O jornalismo cidadão designa a produção e a difusão de informação por cidadãos que não têm formação jornalística ou que não estão ligados a veículos de comunicação tradicionais. Ele é um reflexo da visão do público, a fim de construir debates comandados por editores para desenvolver um “senso comum”. Nesses casos, o receptor atua como protagonista do processo noticioso e não apenas como um coadjuvante. Mas se o ouvinte, consumidor dos discursos midiáticos, pode ser o mesmo que os produz, como podemos nomear essa atuação?

Segundo Castro (2011:2), com o aumento e melhorias das tecnologias, o conceito de mediação dá lugar ao conceito de midiatização, pois o jornalismo passa a agir como espaço democrático que leva a voz de uma parcela considerável de seu público, que antes era “sufocada” pelo modelo midiático “um para muitos”, assimétrico, privilegiativo apenas do campo da emissão. Essa interação fica configurada, de acordo com Sodré (2006, apud Castro, 2011:3), “pela tendência à virtualização das relações humanas”.

Esse fenômeno ocorre, pois, com a potencialização da tecnologia, os veículos de comunicação se viram obrigados a migrar para a Internet, meio interativo por natureza. Com isso, os atores sociais ganharam mais espaço, fazendo uso de ferramentas antes predominantemente operadas por jornalistas.

Sob esta tendência que o jornalismo segue, o jornalista, como profissional, é apenas o iniciador do processo de construção da notícia. Já o público, por meio de processos interativos como, por exemplo, comentários, correções e envios de mensagens por aplicativos, desenvolve o conteúdo, tornando a notícia um processo de construção de conteúdo.

O novo conceito de notícia que está emergindo das experiências informativas na web está apoiado na ideia de participação do público, que até agora estava limitado a um papel mais ou menos passivo. Com isto a notícia passa a ser, cada vez mais, um processo em vez de algo estático. (CASTILHO, 2004, apud CASTRO, 2011:10)

Segundo Castilho (op.cit.), nos novos moldes do jornalismo participativo, cada vez mais a notícia deixa de ser produção jornalística para se tornar processo de interação social.

Antes da web 2.0 esse conceito não foi utilizado, pois os mercados não permitiam a interação do usuário. Acreditava-se que a customização de produtos elevaria o custo de produção e também colocaria muito poder nas mãos dos consumidores. Além disso, o próprio processo tecnológico da web 1.0 ainda era muito rudimentar se comparado à atualidade. Os sistemas de programação eram fechados e a conexão de banda estreita (discada), bem como as máquinas que processavam as informações (computadores), não tinham capacidade técnica para fazer emergir cenários de interação e colaboratividade.

2. Transformações do meio

Lopez (2010) afirma que existem duas características responsáveis por transformar os meios. A primeira é a interferência de uma tecnologia sobre o desenvolvimento de outra, e a segunda, o surgimento das ferramentas multitarefas.

Martínez-Costa (2001, apud LOPEZ, 2009) vai mais além ao dizer que a tecnologia digital está produzindo a convergência dos dispositivos de recepção: os equipamentos são portáteis e multitarefas, com uma tecnologia flexível e transparente, capaz de incorporar novas mudanças e de fácil manuseio.

As mudanças não ocorrem apenas no campo tecnológico. Segundo Herreros (apud Haussen, 2010:165):

“Se nas mudanças anteriores destacou-se a melhora e a ampliação dos conteúdos radiofônicos, agora se observa a modificação no próprio processo do modelo de comunicação. É uma mudança radical que vai da difusão à comunicação, ao diálogo e usos compartilhados com a audiência de informações, experiências e relatos. É uma mutação que contagia todos os conteúdos e dá entrada a outras modalidades de relações com a audiência até modificar a função dos usuários ao permitir o intercâmbio de papéis de emissores e receptores nos processos interativos.”

O modo de interagir também influencia a intensidade do processo junto aos meios. De acordo com Castells (2007), quanto mais interativa for uma tecnologia, tanto mais provável que os usuários se convertam em produtos de tecnologia enquanto a utilizem.

Os processos de construção da notícia também se modificam e se tornam mais complexos nessa relação com o celular. A tecnologia modificou a forma de os veículos se comunicarem com seus públicos. A Internet móvel, junto com as suas ferramentas,

possibilita a interação no momento em que o fato acontece, e o celular asseverou essa possibilidade junto aos públicos.

3. O uso do WhatsApp como ferramenta na BandNews Fluminense FM

A pesquisa de campo em torno da temática do *WhatsApp* nos levou a realizar uma série de visitas à redação da BandNews Fluminense (3) e uma visita à redação da BandNews FM, em São Paulo. As visitas foram realizadas nos meses de março, abril, setembro e outubro de 2015.

Nas primeiras visitas, observamos que não havia uma equipe dedicada ao gerenciamento da ferramenta. O aplicativo era comandado pelo âncora, através de um *laptop* que emulava o programa. A equipe entendeu que não era prático manter um celular dedicado à operação, além de poder atrapalhar ou dar interferência nos aparelhos da mesa de som. Para fazer a emulação, foi utilizado o software para computadores *Genymotion for personal use*.

No mês de maio, fomos informados que a emissora havia decidido montar uma equipe de apuração. De acordo com a estagiária Natália Rodrigues, a direção da emissora percebeu a necessidade de montar uma equipe para controlar o uso da ferramenta. Essa equipe é formada, até então (novembro de 2015), por quatro pessoas que se revezam para atender a programação das 7h às 20h30. A função da equipe é monitorar as mensagens que chegam pelo aplicativo, separar as que valem ser noticiadas e entrar no ar caso não precise de apuração, como uma notícia de trânsito, por exemplo. Caso a informação seja de caráter denunciante, ela é enviada para a equipe de apuração e um repórter ficará encarregado de checar o assunto.

Tal necessidade foi percebida por conta de intensa participação no programa *Jornal da BandNews 1º edição*, das 9h às 11h. Esse jornal tem momentos de “pico” de participação através da ferramenta por conta dos âncoras – Boechat e Schineider –, que estimulam a participação do ouvinte na programação. O excesso de mensagens nesse período pede que haja uma pessoa responsável, controlando o simulador de *WhatsApp* durante o programa.



Estagiária da equipe do *WhatsApp*, Isabela Rocha, com Thaís Dias e Marcus Lacerda no Jornal da BandNews – 2º edição
(FOTO: Carolina M Danelli)

No entanto, percebemos que não há um controle da quantidade de mensagens que chegam à redação por dia. Em São Paulo, essa contabilização é mais precisa: a jornalista Tatiana Vasconcellos afirmou que são enviadas cerca de oito mil mensagens diariamente. Quando questionada na praça do Rio, a estagiária concordou que a quantidade de mensagens pode ser perto desse número também.

A maior parte das informações recebidas são de caráter de serviço. Durante toda a programação, em especial no horário da manhã, das 7h às 11h, e a partir das 17h, que são considerados o horário de *rush* na cidade do Rio, as informações sobre trânsito têm o maior volume.

A ordem de divulgação é: denúncias são mais importantes que notícias factuais e ambas carecem de apuração. Quando recebem esse tipo de mensagens, é repassada a informação para a equipe de apuração, fora do estúdio, para entrar em contato com as fontes oficiais e confirmar a denúncia. Quando necessário, os jornalistas entram em contato com o ouvinte que enviou a mensagem e usa-o como personagem da história. Caso mais de um ouvinte envie a mesma mensagem, o âncora noticia e passa para os responsáveis pela apuração confirmarem e pegarem mais informações sobre o assunto.

Caso a notícia vá ao ar, é dado o crédito ao ouvinte. Temos dois exemplos deste caso:

1. No dia 29 de outubro, na última visita de reconhecimento, ocorreu um caso bem expressivo para o nosso trabalho. Neste dia, pela manhã, ocorreu uma reunião dos vereadores de Teresópolis para votarem a cassação do mandato do prefeito Arlei Rosa. A

emissora já estava recebendo mensagens com fotos e informações sobre uma manifestação de civis a favor da deposição do prefeito, via *WhatsApp*.

Um ouvinte possuía contato com uma pessoa que estava dentro da Câmara Municipal e recebeu a notícia da cassação e, imediatamente, enviou o material a respeito para a BandNews. A equipe de apuração entrou em contato com a assessoria, que ainda não havia criado uma nota oficial, e confirmou a notícia. Desta forma, a emissora conseguiu dar um furo de reportagem. Um dos vídeos recebido sobre a manifestação foi publicado no *Facebook* da rádio.

2. No mesmo dia, houve um confronto na favela da Rocinha, comunidade pacificada localizada na Zona Sul do Rio de Janeiro, e os ouvintes enviaram mensagens notificando a rádio. Foram muitas, e de forma instantânea.

O âncora do jornal, às 18h, Marcus Lacerda, encaminhou o fato para o chefe de apuração e noticiou da seguinte forma:

“No *WhatsApp*, os ouvintes estão participando e informando um confronto agora na favela da Rocinha, na Zona Sul do Rio de Janeiro. O ouvinte com o final de telefone 0576 mandou este relato ‘pra’ gente. Um outro ouvinte também participou informando o confronto, com o final de telefone 2655. Lembrando que nós tivemos também, pela manhã, confronto no Vidigal, que fica ali, bem próximo à favela da Rocinha”.

Para as notícias sobre trânsito, as informações sobre acidentes têm prioridade frente ao fluxo. Nessas horas, a redação entra em parceria com os jornalistas que estão lotados no CO-Rio (Centro de Operações – Rio de Janeiro). Inaugurado em dezembro de 2010, é localizado na Cidade Nova, e funciona 24h por dia. São mais de 400 profissionais que se revezam para monitorar a cidade para, caso haja uma ocorrência, seja possível acionar os órgãos competentes para solucionar a situação.

Como o ponto forte da BandNews é o jornalismo de serviço, é necessário que sejam dadas respostas aos ouvintes. A parceria com o CO-Rio serve para isso. Caso um ouvinte envie que está com um problema na Rodovia Presidente Dutra, a pessoa responsável pela ferramenta entra ao ar informando o problema e o correspondente do Centro de Operações dirá no ar o que está ocasionando o problema, às vezes dando uma saída para os ouvintes.

Para a estagiária Natália Rodrigues, o principal desafio é a pré-apuração, pois os ouvintes reenviam, além do que veem, ou as coisas que se passam em sua comunidade, as famosas correntes ou mensagens falsas. Nesses momentos, Natália afirma que esclarece o ouvinte e pede para tomar cuidado ao repassar notícias não-verdadeiras.

Alguns ouvintes são constantes, por isso, a equipe do *WhatsApp* salva os contatos no computador. Porém, a maioria é reativo, ou seja, age de acordo com o incentivo dos âncoras, que a todo tempo os convidam a participar dando informações sobre o trânsito e opinando sobre as notícias. Durante o acompanhamento da emissora, percebemos que o âncora Pablo Ribeiro estimula bastante seus ouvintes, fazendo perguntas e chamando, efetivamente, os ouvintes para o debate. A forma que o ouvinte participa também depende do conteúdo que ele quer passar. Pablo Ribeiro explica:

“Tem uma diferença no jornal dos seis do cara que liga e do cara que manda e-mail. Hoje muito menos por causa do *WhatsApp*. Mas o cara que está no *WhatsApp* na maioria das vezes está no trânsito, o cara que liga geralmente é porque ele quer desabafar alguma coisa ou quer fazer uma denúncia. Não necessariamente na hora que está no trânsito. Ele sabe que vai perder um pouco de tempo ligando. E no e-mail geralmente é o cara que está no trabalho. (...) O ouvinte tem se tornado o formador de opinião com a gente. A gente forma a opinião baseado no relato do ouvinte.” (PABLO RIBEIRO, em 19 de março de 2015)

Foi possível perceber também que, como a grande maioria das informações chegam na emissora via *WhatsApp Messenger*, houve uma mudança no modo de apuração da informação. Por muitas vezes a emissora possui a informação antes mesmo da assessoria responsável.

Além disso, não são apenas fontes terciárias que enviam as informações pelo aplicativo. Como afirmou Marcus Lacerda em entrevista: “Tem um policial civil, o pessoal chama ele de Madruga, ele sempre manda ‘ah, rolou uma coletiva aqui e a Record veio falar com o delegado’. A gente recebe o áudio de outra empresa”. Desta forma, agiliza o processo da divulgação da informação.

Bruno Venditti, chefe de redação da BandNews São Paulo, afirma que a parceria com as fontes primárias (oficiais ou experts) via *WhatsApp* é uma ótima saída para agilizar o processo.

“Aqui em São Paulo, por exemplo, a gente tem um grupo no *WhatsApp* do corpo de bombeiros, do porta voz do Corpo de Bombeiros, Tem, sei lá, 100 jornalistas. Tem um limite de gente. Sorte de quem entrou

primeiro. O que aconteceu? Para vocês verem esse exemplo jornalístico que não é o meu, mas acho que é interessante pro teu trabalho. Quando fomos para queda em 2014, ano passado, né... O Eduardo Campos, caiu o avião. Quando chegamos lá começamos a fazer a cobertura e tudo mais. E todo mundo precisava de informação e tal, e naquela data o capitão do Corpo de Bombeiros meteu um *WhatsApp* lá e falou 'meu, quem quiser informações está aqui o grupo do Corpo de Bombeiros'. E aquelas trinta que estavam lá já entraram. Poucos dias depois começou "Capitão, aqui é do Globo, pode incluir fulano de tal também". E aí começou a ter interesse naquilo, porque chega de tudo. Um ouvinte falou sobre o incêndio "Capitão, tem alguma informação?". Eles mandam muita coisa "ó, tem um incêndio acontecendo na mata", aí já mandam oito fotos feitas pelos bombeiros." (BRUNO VENDITTI, em 21 de agosto de 2015)

A agilidade na apuração é uma vantagem do uso do *WhatsApp* nas redações. O conteúdo gerado pelos usuários passa pelo mesmo tipo de verificação das notícias que chegam por telefone, Internet, ou por meio de apuração dos repórteres, tendo a agilidade e o tempo real como aliados, além de o aplicativo registrar o usuário que se comunica.

"A interação é imediata, é muito rápida, é o tempo todo. E quando são coisas corriqueiras a gente dá na mesma hora e por isso até que os veículos oficiais, órgãos de trânsito e tal, precisam correr muito atrás. Ficaram obsoletos. São muito lentos. O metrô parou e está uma manhã caótica. Eles informam a gente antes que o metrô informe aos passageiros. Eles são muito lentos contra a comunicação com os ouvintes."

(TATIANA VASCONCELLOS, 21 de agosto de 2015)

Este ouvinte participante legitima seu espaço não só como consumidor da informação, ele também é cooperador, como falamos anteriormente. Sua recompensa parece ser o sentimento de pertencimento ao ser citado como autor de uma informação que foi ao ar. Bambrilla (2005, apud Primo & Träsel, 2006:5), apresenta esse envolvimento pessoal do ouvinte como uma moeda de troca do *Jornalismo Open Source*.

O ouvinte se sente representado ao "aparecer" nos boletins e algumas emissoras denominam essa participação como "ouvinte-repórter". Porém, esse termo ainda divide opiniões. Marcus Lacerda, por exemplo, vê o ouvinte apenas como fonte de informação:

A gente usa para passar aquela informação, até para mostrar para ele que ele pode participar. Agora você filma tudo, relata tudo e você não precisa mais de um meio de comunicação para se expressar. Então você precisa encontrar um meio para essa pessoa se expressar. Então você precisa arrumar um jeito dessa pessoa que está vindo para falar.

Ela é uma fonte. Ela está para relatar. Você precisa de um personagem para escrever a matéria. Mas o repórter vai ter que ir lá para apurar. Agora um ouvinte disse que foi demitido o diretor de comunicação da Petrobras. A gente não passou isso no ar. A gente pode acreditar que ele é uma boa fonte, mas não dá para a gente não checar essa informação e passar como verdade. Um incêndio aqui, uma reclamação ali, enchentes, a gente pode soltar os ouvintes no ar. (MARCUS LACERDA, em 29 de outubro de 2015)

No entanto, assim como a agilidade na apuração é uma vantagem, o fato de ter que esperar um usuário relatar o problema para começar o processo é considerado uma desvantagem do uso da ferramenta.

No mínimo, a gente tem que correr atrás de informação. Como a gente recebe mais de uma ligação na maioria das vezes, a gente quando recebe a primeira informação, a gente espera uns dois minutos para ver se uma segunda pessoa vai mandar. E se essa segunda pessoa complementa a informação, a gente faz aquele quebra cabeça, vai apurar. (PABLO RIBEIRO, 19 de março de 2015)

Esse posicionamento do ouvinte como repórter, junto com a facilidade de informação, origina o que Debora Lopez (2009) chama de “jornalista sentado”, que centraliza a busca pela informação em fontes externas e observa os fatos, já que “(...) o comunicador se depara, neste processo, com informações e personagens que complementam sua apuração com informações já processadas” (LOPEZ, 2009:39).

A ferramenta chegou potencializando outra característica do rádio, que é a de contar a história no ar, complementando-a. Conforme as mensagens vão chegando no *WhatsApp* da BandNews, a história vai sendo construída ao vivo:

“Muitas vezes a história vai sendo construída no ar. Isso é o que eu acho mais legal. A narrativa sendo construída no ar pelos próprios ouvintes. Esses dias eu fiz até uma brincadeira. Era uma obra de ficção, obviamente, sobre a expectativa ‘pra’ chuva em São Paulo porque fazia muito tempo que não chovia. Fazia uns 24 dias. E como os ouvintes achavam que as pessoas iam reagir vendo a chuva chegando na cidade. E qual foi a base ‘pra’ isso? Muitas vezes a narrativa da notícia é construída no ar e dei esse exemplo. O Ouvinte escreve ‘pra’ e diz “a marginal está parada”. Ai imediatamente depois eu digo “A CT não tem informação de nada ainda”. Ai na sequência escreve outro ouvinte “tem um carro quebrado perto da ponte não sei o que na faixa da direita”, aí um outro ouvinte escreve e fala “foi um acidente, tem uma moto caída não sei onde”. Ai a história vai sendo construída no ar.”

(TATIANA VASCONCELLOS, 21 de agosto de 2015)

O *WhatsApp* possibilita um contato direto do ouvinte com os âncoras, criando um debate, característica que enriquece ainda mais a comunicação. Segundo Xico Vargas, o ouvinte se manifestar é democrático.

Além de se tornar uma ferramenta bastante interativa para o veículo de rádio, as possibilidades de anexar mídias, como vídeos e fotografias, permitem que mais de um meio da empresa se utilize da mensagem do ouvinte. Além das mídias sociais, já citadas anteriormente, as informações obtidas pelo *WhatsApp* são enviadas para a TV e o site da emissora. Essa parceria é explicada por Venditti.

Todas essas mudanças com a chegada do *WhatsApp* no jornalismo alteram também o *modus operandi* do profissional do ramo, que precisa compreender as novas ferramentas e se adaptar às novidades.

Por fim, diante dos relatos e observações realizadas, podemos dizer que ferramentas como *WhatsApp* são de ampla aceitação pelo público (pelo baixo custo, alta acessibilidade). Além de ser bastante interativa, com muitos recursos aproveitáveis na comunicação, tornou-se um mecanismo de apuração e fonte regular para o jornalista, colaborando, junto a outros recursos, para mudar os rumos do jornalismo de cotidiano.

Conclusão

Se pudéssemos humanizar os meios de comunicação, o rádio seria o um “amigo muito próximo”, pois, mais que informar, o veículo é quem pode estar presente, independentemente do local ou da situação que o indivíduo estiver. Por isso, podemos notar a importância da interação cada vez maior das emissoras com seu público. Dar voz ao indivíduo é dever do jornalismo e o rádio cumpre muito bem esse dever quando coloca as necessidades do ouvinte em pauta (como em uma denúncia) ou quando responde como está o trânsito ou até mesmo quando faz um agrado dando parabéns ao vivo.

As novas formas de interatividade no rádio são não só atualizações, mas potencializações dos efeitos promovidos pelos diversos meios que já auxiliavam na produção de interatividade. A chegada das novas tecnologias não foi a invenção da roda, mas alterou profundamente o processo de apuração, que se tornou uma ação entre agentes, modificando o esquema emissor-receptor. Dentro do campo da Internet, todos, de uma

maneira ou outra, participam do processo de comunicação: hora informando, hora sendo informado.

Informar é diferente de noticiar. As notícias, segundo a definição de Mário Erbolato (1991), são comunicações sobre fatos novos que surgem na luta pela existência do indivíduo e da própria sociedade. Desta forma, nem todo fato ou informação passada é notícia, mas toda notícia é um processo de informação. A partir disso, podemos perceber que, apesar de agirem como repórteres, inclusive participando diretamente com entrada de sonoras na programação, os ouvintes são informantes, fontes, dos radiojornalistas.

A primeira mudança é no comportamento profissional do jornalista. Antes da chegada dessa potencialização, o jornalista agia no palco dos acontecimentos, ia para a rua ao encontro do fato. Uma consequência dessa maior participação é a permanência cômoda do jornalista na redação, apurando pelo computador e celular, caracterizando o que Lopez (2009) chamou de Jornalista Sentado. Além deste fator aplicado para a equipe de apuração, é criada uma nova equipe: a de monitoramento de aplicativos mensageiros. Anexando mais uma função para quem está dentro do estúdio da rádio.

Ao deixar de publicar seu conteúdo em uma rede social para enviá-lo a veículos de comunicação, o receptor se sente participante, um colaborador do veículo, o que pode vir a gerar um sentimento de pertencimento. O ouvinte é um disseminador de conteúdo.

Como já dito anteriormente, o Jornalismo Participativo é reflexo da visão do público, a fim de construir debates que são comandados por editores, para que um senso comum seja desenvolvido, criando uma caracterização de um espaço democrático. Porém, tal espaço é realmente democrático ou apenas há uma suposição da proposta?

Em nossas análises foi visto que os ouvintes possuem autonomia para enviarem todo e qualquer tipo de informação, mas boa parte é vetada por jornalistas profissionais e/ou em formação que agem como *gatekeepers*, escolhendo o tipo de conteúdo que mais se enquadra no público da emissora.

Um dos motivos para a interação ouvinte-veículo parece ser o de ver-se pertencer à programação, o gostinho de ficar famoso por ser citado “no ar. Também, pela ferramenta, o ouvinte opina. Participa das colunas de comportamento, de enquetes comenta futebol, manda saudações aos locutores, expressa-se, contando suas histórias. E aí, além de querer ser mencionado na programação, também expressa sua fidelização à emissora.

Apesar disso, o poder continua na mão do comunicador, o ouvinte apenas colabora com a informação, criando uma falsa representação. Outro argumento dessa constatação é o fato de o público participante ser diferente do público alvo da emissora. Como visto no presente trabalho, a BandNews Fluminense FM tem como público alvo moradores de Niterói e da Zonal Sul do Rio de Janeiro, de classe B, acima dos 30 anos. Os ouvintes participantes, em sua maioria, de acordo com a percepção da autora durante as visitas, são moradores da Baixada Fluminense, pessoas que utilizam transporte público com frequência ou taxistas.

Outro fator que sofreu mudanças com a inserção de ferramentas como o *WhatsApp* no jornalismo radiofônico foi a mudança na linguagem. As sínteses noticiosas e os boletins com informações recebidas via aplicativo não são escritas em formato jornalístico, como se é aprendido nos livros acadêmicos. A improvisação do âncora ganha espaço.

Mas tudo isso já acontecia no rádio pré-internet. A amplificação desse processo, em tempo real, com a possibilidade de documentação do cotidiano em áudio, texto, fotografia e vídeo (mecanismos multimídia), aliada à tecnologia *mobile*, deu outro sentido à participação do receptor. A mobilidade deu poder tanto aos ouvintes como ao profissional, porém o ouvinte ganhou mais ferramentas para documentar o seu cotidiano e compartilhá-lo.

O ouvinte utiliza o *WhatsApp* para documentar as denúncias e informações sobre sua realidade que acredita ter relevância para mais pessoas, a ponto de compartilharem com outras milhares de pessoas, se colocado no ar. Desde os ouvintes reagentes aos proativos há a necessidade de participar, cada um com uma intensidade diferenciada.

Fato é que a ferramenta possibilita que as narrações feitas pelos participantes sejam não só ouvidas, mas também vistas pelos usuários das redes sociais da emissora. O seu uso poderia ser ainda maior caso a praça tivesse um site próprio (no caso da BandNews FM Fluminense), em que pudesse criar um banco de memórias com reportagens, galeria de fotos e vídeos e outras formas de participação dos ouvintes, potencializando cada vez a comunicação, permitindo uma maior horizontalização da informação e o exercício da narrativa transmídia, tão atual e potente, para o jornalismo do futuro.

O *WhatsApp* não é uma invenção e nem o protagonista do processo de produção da notícia, porém ele chegou no Jornalismo como mais uma ferramenta para aproximar o rádio

de seus ouvintes e, desta forma, potencializar algumas das características principais do rádio: a proximidade e a instantaneidade.

REFERÊNCIAS

- CASTRO, Paulo César. **Jornalismo participativo e midiaticização da recepção: a domesticação dos leitores na seção “Eu-Repórter” do Globo Online**. In: XIX SBPJor. 2011. Rio de Janeiro – RJ. P. 1-17.
- CORRÊA, Elizabeth Saad. MADUREIRA, Francisco. **Jornalista cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiros**. In: Estudos em Comunicação, n. 7, v. 1, p. 157-184. USP, 2010.
- ERBOLATO, Mario L. **Técnicas de Codificação em Jornalismo**. 5ª edição. São Paulo: Ática, 2001
- HAUSSEN, Doris Fagundes. **O jornalismo no rádio atual: o ouvinte interfere?** P. 157-170 In: E o rádio? Novos horizontes midiáticos. Org. FERRARETO, Luiz Arthur. KLÖCKNER, Luciano. EdiPUCRS, 2010.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Aproximações aos níveis convergência tecnológicas em comunicação: um estudo sobre o rádio hipermidiático**. P. 401-419 In: E o rádio? Novos horizontes midiáticos. Org. FERRARETO, Luiz Arthur. KLÖCKNER, Luciano. EdiPUCRS, 2010
- LOPEZ, Debora Cristina. **As fontes no jornalismo radiofônico em ambiente de convergência**. In: Contemporânea – Revista de Comunicação e Cultura, v. 7, n. 1, p. 11. UFBA. 2009.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio All news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. UFBA. 2009. P. 20 – 44.
- LOPEZ, Debora Cristina. **Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio All news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica**. LabCom Books. Covilhãs, UBI. 2010.
- PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo Ruschel. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006.