

## A atuação do repórter-amador nos grupos privados de whatsapp Tiro Certo e Pernambuco News<sup>1</sup>

Teresa LEONEL<sup>2</sup>

Sheila BORGES<sup>3</sup>

Carolina Dantas de FIGUEIREDO<sup>4</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, PE

Universidade do Estado da Bahia, BA

### RESUMO

A proposta desse artigo é provocar uma discussão sobre narrativas noticiosas produzidas e veiculadas em grupos de WhatsApp. Na observação apresentamos o conceito de repórter-amador conforme elaborado pela pesquisadora Sheila Borges (2015), aplicando-o ao caso dos grupos privados Tiro Certo e Pernambuco News, compostos majoritariamente por usuários das cidades de Petrolina-PE e Juazeiro-BA. Para isso foi realizada, em termos estritamente metodológicos, uma revisão bibliográfica para que os termos utilizados, que se referem ao sujeito não profissional que produz notícia, fossem conhecidos. Posteriormente foi usada uma netnografia. A ideia é pensar na formação desses grupos para colaborar no debate sobre outras práticas de comunicação digital, tendo o dispositivo WhatsApp como ferramenta de fácil manuseio para produção e difusão de conteúdo entre os membros participantes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Repórter-amador; Jornalismo; Grupos privados de whatsapp; Narrativas noticiosas; Comunicação digital.

### 1. Introdução

A partir da segunda metade do século XX, a sociedade começou a se interligar em rede, fenômeno que ocorreu por conta da popularização do acesso à internet, uso do computador e de outros equipamentos como ferramentas de comunicação individual, a exemplo do telefone celular. Neste contexto, as relações sociais que integram, de uma forma ou de outra, o processo de produção da notícia foram sendo alteradas. O presente artigo busca provocar uma discussão sobre narrativas noticiosas produzidas e veiculadas em grupos de WhatsApp a partir da noção de repórter-amador, o conceito previamente

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutoranda do PPGCOM da Universidade Federal de Pernambuco e professora de jornalismo da Universidade do Estado da Bahia (UNEB-Campus Juazeiro). E-mail: teresaleonelcosta@hotmail.com.

<sup>3</sup> Professora adjunta do Núcleo de Design e Comunicação do Centro Acadêmico do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: sheilaborges12@gmail.com.

<sup>4</sup> Professora adjunta do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco e professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da mesma universidade. E-mail: caroldanfig@gmail.com.

desenvolvido por Borges (2015), e a coleta de dados feitos nos grupos privados de whatsapp, Tiro Certo e Pernambuco News, realizada por Leonel (entre 2017 e 2019) que contam com usuários de Petrolina (PE) e Juazeiro (BA), por acreditar-se aqui, como se verá mais a frente, que o Whatsapp é uma plataforma onde a ideia de repórter-amador é capaz de se expressar integralmente.

Para Miranda (2008), a interatividade digital traz novas perspectivas para o processo da comunicação, contribuindo decisivamente para ativar a função participativa da audiência. Com as novas ferramentas tecnológicas, que estimulam a interatividade entre empresas de comunicação, jornalistas e cidadãos, parte da audiência não está mais se contentando em só receber notícia, ou seja, em ser fonte passiva (MELO, 2003; MIRANDA, 2008; CHAPARRO, 2009; e MESQUITA, 2010). Este grupo de indivíduos não quer meramente figurar nas reportagens produzidas pelos conglomerados como fonte (LAGE, 2002; e SANTOS, 2003).

Esse indivíduo, contudo, não quer mais permanecer no papel de audiência passiva ou de personagem secundário da narrativa jornalística. Ele pretende ir além do papel de receptor. Ao acionar a função participativa, o cidadão pode desempenhar o papel de coprodutor da notícia, quando os veículos passam a considerar as opiniões enviadas pela audiência, o que se dá pela internet. Parte dos veículos que abre espaço para a audiência legitima a coprodução quando identifica o nome do ator que colaborou. É este indivíduo que estamos chamando de cidadão-repórter (SBARAI, 2011; MORETSZOHN, 2007).

O fenômeno vai além. Para Borges (2015), o repórter-amador quer produzir informação a partir de um espaço próprio para não ficar refém dos filtros que são determinados pelas empresas de comunicação, que selecionam as informações, segundo as suas perspectivas econômica, política e social. Diferentemente do cidadão-repórter, o repórter-amador não figura no texto jornalístico como colaborador, ele é o autor da notícia no espaço que ele mesmo cria. Essa, segundo pesquisa de Borges (2015), é uma atividade voluntária, ligada ao tempo livre dedicado ao prazer de ler, de se informar, de escrever ou de reivindicar melhores condições de vida para as comunidades.

Por isso, não há rotina diária fixa ou tempo pré-determinado. O tempo que move o pensar e o agir do repórter-amador é o de descanso. Isso porque essas práticas não fazem parte das atividades do trabalho remunerado, que é priorizado e para o qual o indivíduo orienta a maior parte do tempo. Daí, a designação de amador. Em função

disso, além de não delegar às práticas jornalísticas um tempo fixo, o ator não se preocupa com a adoção de métodos de trabalho para, por exemplo, apurar a informação e divulgar outras versões da notícia. Através de entrevistas em profundidade realizadas por Borges (2015), foi verificado que, o cidadão comum que atua como repórter amador ativamente no jornalismo tem as seguintes características (TAB. 1):

TABELA 1  
Características do repórter-amador

Não recebe remuneração;
Dedica o tempo livre e de lazer a essas práticas jornalísticas;
Entra e sai do jornalismo a qualquer momento porque não tem compromisso com nenhuma rotina profissional;
Não tem método de apuração de informação;
Não precisa frequentar nenhum curso universitário para ser repórter-amador;
Vincula essas práticas ao gosto de ler, de se informar, de escrever, de denunciar e de reivindicar melhores condições de vida para as comunidades em que vivem;
Não quer se submeter ao controle editorial da empresa de comunicação para que possa ver publicada a notícia que criticou ou sugeriu.

Fonte: BORGES (2015)

São essas características que o diferenciam do jornalista profissional, uma vez que este está dentro de uma organização empresarial com normas e valores que precisam ser seguidos. Em relação ao repórter-amador, o jornalista profissional tem o perfil que podemos descrever a seguir (TAB. 2):

TABELA 2  
Características do jornalista

Recebe remuneração;
Dedica à atividade o seu tempo para o trabalho;
Exerce um papel permanente dentro do campo do jornalismo;
Tem uma rotina profissional que precisa ser obedecida, como um método de apuração, de redação e de edição de informação;
Vincula esta prática ao exercício profissional e remunerado;
Precisa se submeter ao controle editorial dos conglomerados de comunicação para os quais está trabalhando;
Precisa frequentar um curso universitário.

Fonte: BORGES (2015)

Com as novas tecnologias digitais, o fluxo de informação caminha por vários sentidos (PRIMO, 2011). A linha que demarcava, precisamente, o lugar do produtor e do receptor da notícia, não existe mais. A indústria do jornalismo sofre mudanças profundas. O polo de produção foi descentralizado e ampliado, pode-se buscar

informação em qualquer lugar através dos acessos que são abertos pela conexão em rede. O indivíduo pode circular de um lado a outro com facilidade e rapidez em busca de informação. É neste contexto que o cidadão comum entra e sai do campo do jornalismo.

Mesmo assim, o jornalismo praticado pelos conglomerados, que se viram obrigado a abrir mais canais para a participação da audiência nas edições jornalísticas, não assegura a democratização do processo de produção da notícia (CALVO, 2012). Isso porque a opinião pública não conhece os interesses comerciais e políticos das empresas que estão por trás desses canais de diálogo. Além disso, os veículos só tomaram essa decisão porque perceberam que a audiência estava migrando para a internet. Não houve uma concessão, mas uma mudança nas estratégias comerciais das empresas para assegurar a sobrevivência no mercado.

Apesar do canal de diálogo aberto para o internauta, o produto final, publicizado nos veículos impressos, radiofônicos, televisivos e digitais, continua sendo selecionado, editado e controlado pelas empresas. Os jornalistas, nesses casos, não fazem apenas o trabalho de *gatekeeping*<sup>5</sup>, mas também de *gatewatching*<sup>6</sup>. Essas mudanças nas relações sociais entre os atores que participam, de uma forma ou de outra, do processo de produção da notícia já receberam muitas denominações: jornalismo colaborativo, jornalismo *open source* ou fonte aberta, jornalismo cidadão, jornalismo participativo e jornalismo cívico: O próprio conceito de repórter amador se inscreve de uma forma ou de outra nesta linhagem de denominações, embora não seja necessariamente sinônimo ou equivalente a elas.

Para Targino (2009), não há diferenças significativas entre essas denominações utilizadas para se referir às novas práticas surgidas na fase tecnológica do jornalismo, o que existem são variações de um conceito único, vinculado ao modelo de jornalismo que abre espaço para o cidadão ou para um grupo social se posicionar sobre qualquer tema. Já Zanotti e Reis (2011) argumentam que há diferenças conceituais entre essas denominações. Eles, contudo, procuram entendê-las como um conjunto de movimentos

---

5 O conceito de *gatekeeping* foi utilizado inicialmente por White (1993) para estudar como as informações circulam nas redações, passam pelos filtros no processo de apuração ao de edição e encontram as “portas” que garantem a sua transmissão. Nesse ritual, as condições de noticiabilidade são ancoradas na novidade e na importância do fato. Os críticos desse paradigma questionam o fato de ele analisar apenas os problemas da rotina dos jornalistas, deixando outros aspectos, como as pressões das estruturas organizacionais, de fora.

6 No *gatewatching*, o jornalista, para Bruns (2005), utiliza a internet para observar tudo o que é publicado pelos veículos, identificando as informações que são relevantes. Nesse processo de seleção da notícia, as informações, que já estão circulando na grande rede, são escolhidas e filtradas pelo *gatewatcher*. O material que está na internet complementarmente o que já está sendo produzido, de forma tradicional, nas redações.

---

que permitem a realização de novas práticas, desempenhadas por indivíduos que não têm formação especializada em jornalismo.

Para Belochio e Mielniczuck (2011), quando esses sistemas colaborativos, disponibilizados pelos veículos, permitem que o ator participe da etapa de apuração da matéria jornalística, o jornalismo, neste caso, não é só colaborativo, ele passa a outro estágio, chamado por eles de *crowdsourcing*. Esse termo é utilizado para informar à audiência que o indivíduo não está só desempenhando o papel de fonte, mas também o de coprodutor do conteúdo. Por isso, Belochio e Mielniczuck classificam essa etapa do jornalismo de fonte aberta ou *open source*. Isso significa que o texto da matéria jornalística foi elaborado de forma compartilhada e distribuído em código aberto (BRIGGS, 2007).

Já Ferrari (2007) e Castro (2011) utilizam o termo jornalismo cidadão para dar dois sentidos às novas práticas elaboradas pelos cidadãos comuns. No primeiro sentido, seria usado para definir a relação entre o indivíduo e a empresa por meio da qual ele poderia se comunicar para transmitir informações sem intermediário e participar como coprodutor do processo de elaboração da notícia. Por esse ângulo, a noção de jornalismo cidadão seria uma síntese das definições anteriores de jornalismo colaborativo e de fonte aberta. No segundo sentido, o termo jornalismo cidadão também é utilizado para definir a iniciativa do indivíduo que procura os veículos de comunicação para fazer denúncias em busca de solução para resolver um problema da sociedade.

Calvo (2012) defende, porém, que esse segundo sentido, utilizado por Ferrari (2007) e Castro (2011), para definir jornalismo cidadão é inadequado. Calvo considera que o termo mais apropriado seria o de informação cidadã. Os dois sentidos, utilizados por Ferrari (2007) e Castro (2011), para definir o jornalismo cidadão, aproximam-se do conceito de jornalismo cidadão de Gillmor (2004), um dos autores pioneiros no estudo das novas configurações do jornalismo pós-internet. Gillmor, no entanto, vai além. Para ele, a mídia são os próprios usuários. Qualquer cidadão tem condições de ser repórter ou de produzir notícia.

Outros autores, no entanto, preferem fazer distinções entre as variadas denominações. Para Soster e Silva (2009), o jornalismo pode ser classificado como colaborativo quando abre canais de interação entre o cidadão e a redação para que qualquer indivíduo participe do processo de produção da notícia. Esse cidadão responde a estímulos feitos pelos veículos para opinar sobre um determinado assunto ou matéria e

para enviar informações através de texto, imagem ou áudio, sugerindo temas que devem integrar a pauta dos veículos. Em alguns casos, o cidadão comum é convocado para colaborar com a apuração da notícia, atuando como parceiro do repórter, papel que estamos chamando de coprodutor. Daí a noção de repórter-cidadão ser distinta das demais.

Todas essas novas práticas do jornalismo, sejam como forem denominadas, traduzem a inquietação do cidadão que não quer mais ficar na posição passiva de consumidor da notícia. Neste contexto, a notícia, segundo Shirky (2008 Apud Primo 2011), não é mais uma prerrogativa da prática do jornalista, faz parte de uma ação que está dentro de um ecossistema de comunicação mais amplo. Ou seja, mesmo que o repórter-amador não seja jornalista, muito do que ele produz é notícia. Sendo assim, para Castilho (2004), outra questão vem à tona: tudo que o cidadão comum produz é notícia? Ele considera que sim, uma vez que a notícia deixa de ser um produto do trabalho do jornalista para ser um produto da interatividade social mais ampla.

## **2. Análise dos grupos privados de Whatsapp Tiro Certo e Pernambuco News**

Criado em 2009, o aplicativo de celular Whatsapp é o dispositivo de mensagens mais utilizado no Brasil. Em janeiro de 2018, a empresa anunciou a marca de 120 milhões de usuários no país<sup>7</sup>. Atualmente, podemos dizer que o aplicativo também é um espaço que colabora na produção e veiculação de conteúdo noticioso. Grupos noticiosos privados<sup>8</sup>, por meio do aplicativo Whatsapp, surgem como um novo espaço do debate, construção do conhecimento, compartilhamento de conteúdos e formação de narrativas noticiosas em texto, áudio, imagem e vídeo.

Não estamos falando aqui unicamente do jornalismo no sentido tradicional, mas sim de um processo comunicacional que envolve mediadores, tecnologia, produção e práticas de circulação de narrativas noticiosas, tendo neste caso o WhatsApp como dispositivo que corrobora para formação de grupos que produzem e difundem conteúdo

---

7 Fonte: MENLO PARK, Califórnia, 31 de janeiro de 2018 / PRNewswire / - O Facebook, Inc. (NASDAQ: FB) divulga resultados financeiros do trimestre e do ano fiscal encerrado em 31 de dezembro de 2017. Disponível: <<https://investor.fb.com/investor-news/press-release-details/2018/Facebook-Reports-Fourth-Quarter-and-Full-Year-2017-Results/default.aspx>>. Acesso, 31 de maio de 2019.

<sup>8</sup> Por definição, qualquer grupo criado no WhatsApp é privado. Mas o administrador pode torná-lo público por meio de uma opção chamada "Convidar para o grupo via link". Nesse momento, os membros do grupo recebem uma notificação automática. Os chamados grupos públicos podem ser acessados livremente através de um link. Muitos desses links estão disponíveis em vários sites e páginas do Facebook.

entre os membros participantes. No caso dos grupos Tiro Certo e Pernambuco News, as características de produção de conteúdo são definidas pela aproximação dos membros participantes com informações referentes à determinada localidade, como se verá a seguir. Dessa forma, são apropriadas algumas características do jornalismo tradicional, como a atualidade, novidade, veracidade, periodicidade e interesse público. Todos esses elementos contextuais passam a compor uma realidade mediatizada nos grupos com demandas que possibilitam modelos variados na elaboração do conteúdo. Os indivíduos produzem narrativas noticiosas, compartilham fatos e acontecimentos que estão dentro e fora dos valores-notícia tradicionais do jornalismo.

Martino (2015) traz uma provocação quanto aos estudos das teorias da comunicação, ressaltando que o lugar da comunicação é aquele que nos possibilita olhar para a complexa rede de relações sociais – bem como para o contexto em que estas se dão – e perceber práticas, discursos, diálogos, contextos de interação como um todo múltiplo em constante movimento. As teorias clássicas do jornalismo não podem mesmo dar conta de explicar esse fenômeno. Mas podem ajudar a pensar os critérios de seleção da informação, assim como a rotina de produção desses grupos, que funcionam a partir de uma lógica de rede social.

## **2.1 A localidade dos grupos X comunicação digital**

Petrolina-PE, distante 712 km da capital, Recife, é a cidade que mais se destaca na região do Vale do São Francisco<sup>9</sup>, com mais de 300 mil habitantes<sup>10</sup>. Assim como a vizinha Juazeiro-BA, distante 500 km da capital, Salvador, com mais de 200 mil habitantes<sup>11</sup>, ambas são tradicionais na produção de uva, manga e vinho. Mas, nem só de fruticultura irrigada vivem as duas cidades. Pode-se dizer que a produção de jornalismo em todos os meios de comunicação, especificamente da comunicação digital,

---

9 O Vale do São Francisco é a região que margeia o rio São Francisco nos estados de Minas Gerais, Bahia e Pernambuco. Nosso recorte de pesquisa contempla as cidades de Petrolina-PE e Juazeiro-BA. O termo Vale do São Francisco é utilizado rotineiramente como destaque para as duas cidades.

10 Fonte: IBGE/2017. Estimativa população: 337.683 pessoas.

<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?codmun=261110&idtema=130&search=pernambuco%7Cpetrolina%7Cpopulation-estimate-2015-&lang=>

11 Fonte: IBGE/2016. Estimativa população: 220.253 pessoas.

<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=291840&idtema=130&search=bahia%7Cjuazeiro%7Cestimativa-da-populacao-2016>

é um dos destaques da região. Juntas, as duas cidades têm 17 (dezesete) blogs<sup>12</sup> ativos, 12 deles administrados por radialistas, com redação local e equipe de jornalistas com formação acadêmica; 11 (onze) emissoras de rádio, funcionando ativamente; dois jornais que circulam apenas nos finais de semana<sup>13</sup> e duas transmissoras de TV da Rede Globo (TV Grande Rio em Petrolina e TV São Francisco em Juazeiro).

É neste ambiente comunicacional que os grupos privados noticiosos de Whatsapp se fazem presentes. Entre 2014 e 2018, foram criados pelo menos 09 (nove) grupos<sup>14</sup> que se tornaram populares por produzirem e difundirem notícias nas duas cidades. Por uma limitação tecnológica do dispositivo, o máximo de pessoas por grupo é de 250 membros. Na medida em que eles alcançam esse número, outros grupos são formados, com o mesmo nome e sob o mesmo logotipo, acrescido à indicação do número do grupo e outros novos, concorrentes inclusive, com outros administradores.

Para este estudo, utilizamos o aporte da netnografia (FRAGOSO, 2012). Sua adoção é validada no campo da comunicação pelo fato de que “muitos objetos de estudos localizam-se no ciberespaço” (MONTARDO & ROCHA, 2005). O pesquisador quando vestido de netnógrafo, transforma-se num experimentador do campo, engajado na utilização do objeto pesquisado enquanto o pesquisa (KOZINETS, 2010). A observação está centrada em dois grupos: Tiro Certo, por ser o precursor desse tipo de atividade na região, atualmente tem 7.200 membros<sup>15</sup> e o Pernambuco News, atualmente tem 5 mil membros<sup>16</sup>.

Os administradores, que se denominam repórteres (ver exemplo Figura 4), estabelecem uma rotina de produção, criam regras para postagem dos conteúdos e definem, a partir desses critérios, o que deve ou não ser publicado. Os grupos produzem

---

12 Petrolina-PE: 1. Blog Ponto Crítico ([pontocritico.org](http://pontocritico.org)); 2. Carlos Britto ([www.carlosbritto.com](http://www.carlosbritto.com)); 3. Waldney Passos ([www.waldineypassos.com.br](http://www.waldineypassos.com.br)); 4. Blog Josélia Maria ([www.joseliaria.com](http://www.joseliaria.com)); 5. Portal Infovale ([www.portalinfovale.com](http://www.portalinfovale.com)); 6. Edenevaldo Alves ([www.blogedenevaldoalves.com.br](http://www.blogedenevaldoalves.com.br)); 7. Blog do Banana ([www.ricardobanana.com](http://www.ricardobanana.com)); 8. Blog do Daniel Campos ([www.danielnoblog.com.br](http://www.danielnoblog.com.br)); 9. Blog do Vinicius de Santana ([www.blogviniciusdesantana.com](http://www.blogviniciusdesantana.com)); 10. Petrolina em Destaque - ([www.petrolinaemdestaque.com](http://www.petrolinaemdestaque.com)); 11. Blog Petrolina ([www.blogpetrolina.com](http://www.blogpetrolina.com)) e 12. Blog do Patrício (<http://paticionunes.blogspot.com.br/>). Em Juazeiro-BA: 1. Blog Ramos Filho ([www.ramosfilho.wordpress.com](http://www.ramosfilho.wordpress.com)); 2. Blog do Farnesio. Quer saber Política? ([www.versaberpolitica.com.br](http://www.versaberpolitica.com.br)); 3. Blog do Geraldo José (<http://www.geraldojose.com.br>); 4. Rádio Web – Adalberto Cadidé Mariano (<http://www.radiowebjuazeiro.com/>). 5. Blog Medrado Notícias ([www.domingosmedrado.blogspot.com.br](http://www.domingosmedrado.blogspot.com.br))

13 Em Petrolina-PE: Rádio Jornal FM; Rádio Grande Rio AM e FM; Emissora Rural AM; Petrolina FM, Novo Tempo FM e Tabajara FM (que se estabelece como rádio Comunitária). Em Juazeiro-BA: Rd Juazeiro-AM; Tropical FM; Transrio FM e Rádio Cidade AM. Jornal Gazzeta do São Francisco, em Petrolina-PE e Diário da Região em Juazeiro-BA.

14 Grupos noticiosos de WhastApp em Petrolina-PE e Juazeiro-BA: 1. Se Liga Bocão; 2. GP VII Policial 24 horas; 3. Vale em Foco; 4. WhatsApp Boatos; 5. Petrolina Notícias; 6. 24 horas no ar; 7. O Cão de Guarda Notícias; 8. Tiro Certo e 9. Pernambuco News.

<sup>15</sup> Criado em dezembro de 2014. Em maio/2019: 36 grupos/200 pessoas por grupo/7.200 membros/5 administradores.

<sup>16</sup> Criado em janeiro de 2017. Em maio/2019: 20 grupos/ 250 pessoas por grupo /5 administradores.



e compartilham uma média de 150 posts por dia, entre conteúdos produzidos pelos próprios administradores, links de matérias da imprensa local, regional e nacional. O material é compartilhado com diversos grupos de Whatsapp das cidades de Petrolina e Juazeiro e de outras localidades da região Nordeste, bem como, com os veículos de comunicação local.

Quando avaliamos os critérios para definir a importância de uma notícia, compreendemos que esses grupos noticiosos estão tentando estabelecer não apenas uma relação de semelhança com a mídia tradicional, mas também de aproximação com o público, que deseja ter voz. Assim, se faz necessário a formação do grupo, a aceitação de membros participantes e ao mesmo tempo uma gestão feita por 3 ou 4 administradores que definem, através de regras explícitas para os membros, o que deve ou não ser veiculado, compartilhado e encaminhado. Os posts com as regras (FIGS. 1 e 2) para participação dos membros nos grupos são apresentados a toda e qualquer pessoa que é adicionada como membro.

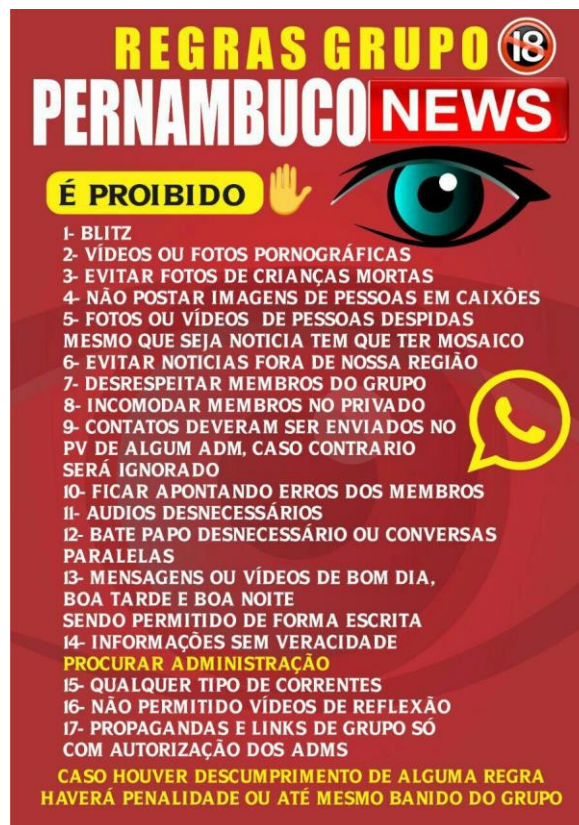


FIGURA 1 – Regras do grupo Pernambuco News  
FONTE - Própria

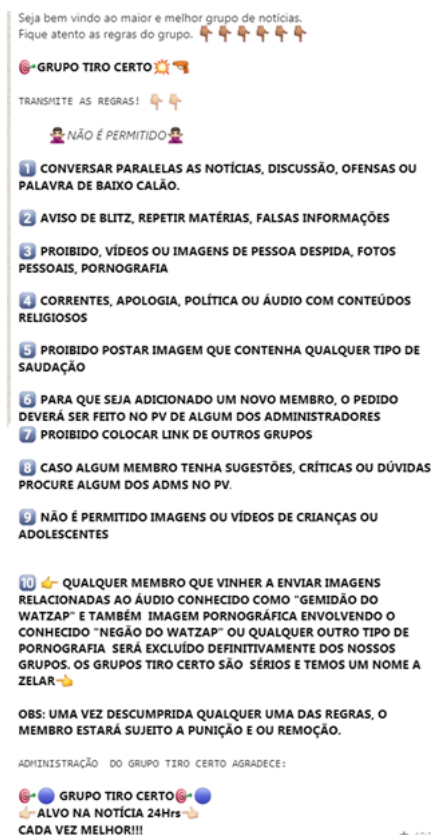


FIGURA 2 – Regras do grupo Tiro Certo  
FONTE - Própria

Embora estes posts (FIGS. 1 e 2) datem do dia 20 de janeiro de 2017, as regras não sofreram alterações até maio de 2019. Sem desmerecer os produtores do conteúdo, podemos perceber o pouco cuidado com a gramática, as normas ortográficas e a produção textual, bem como uma narrativa impositiva em relação às regras. Um dos termos que chama atenção se refere ao “descumprimento” de uma delas. O texto sobre as regras do grupo Tiro Certo (FIG. 2) diz que no caso do membro não seguir as normas definidas pelo administrador do grupo, o participante “estará sujeito à punição e/ou remoção” e sobre este mesmo critério, o grupo Pernambuco News diz que “haverá penalidade ou até mesmo ‘banido’ do grupo” (FIG. 1). O item 14 das regras do grupo Pernambuco News ressalta que não são permitidas “Informações sem veracidade” (FIG 1) e o Tiro Certo diz que não podem ser postados no grupo: Aviso de blitz; repetição de matérias e falsas informações. (FIG. 2)

Esses termos estabelecem uma conexão importante porque apresentam uma relação de controle dos administradores sobre o conteúdo dos grupos uma vez que eles

assumem a função de mediar, organizar e estabelecer o tipo de narrativa noticiosa que deve ser produzida pelos membros dos grupos. Outros posts que ratificam a imposição das regras podem ser observados nas Figuras 3 e 4.

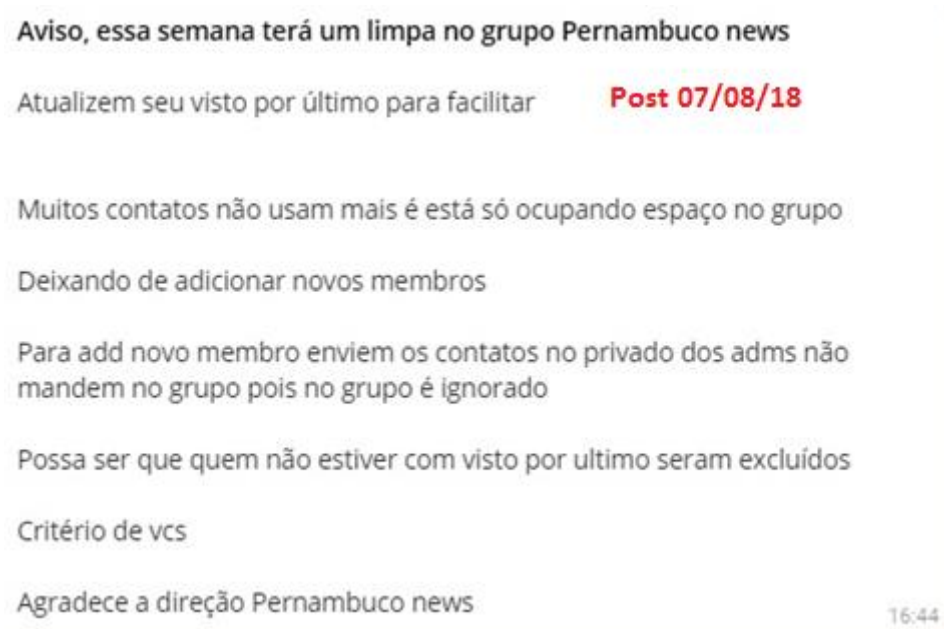


FIGURA 3 – Aviso aos membros do grupo Pernambuco News  
FONTE – Própria

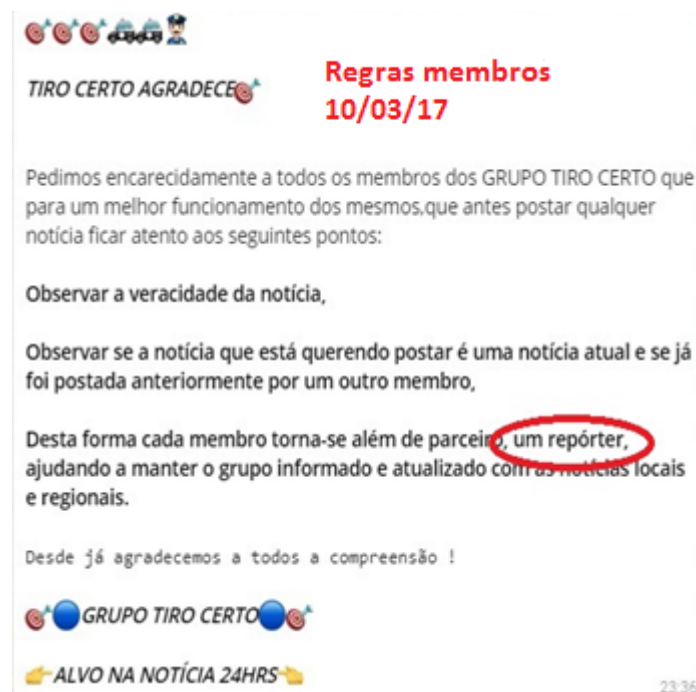


FIGURA 4 – Regras para membros do grupo Tiro Certo  
FONTE – Própria

O conjunto desses critérios, embora alguns estejam fora do contexto das práticas jornalísticas, tem algumas afinidades com o que a mídia tradicional estabelece como

---

modelo: o controle do emissor na definição da relevância ou não de determinados assuntos; o cumprimento de normas e regras estabelecidas pela mídia tradicional que detém o controle do fluxo comunicacional e a circulação das informações.

Pode-se perceber que os administradores assim como alguns membros produtores de conteúdo dos grupos se encaixam na categoria de repórter-amador em função das características elencadas na primeira parte deste artigo. O que chama atenção na lógica do processo de produção é o fato do volume de postagens/dia, uma média de 100 a 120 postagens. Ainda que os colaboradores não estejam submetidos ao controle editorial de uma empresa de comunicação, eles estão coniventes com os critérios estabelecidos pelos administradores dos grupos. Na quebra desses critérios passam a não participar mais como membro integrante.

### **3. Algumas considerações**

Sem deixar de lado o jornalismo que se faz dentro dos conglomerados de comunicação, considerar as narrativas noticiosas produzidas através do aplicativo WhatsApp, é pensar em outros espaços e possibilidades de produção de conteúdo. Na comunicação digital o fazer jornalístico é provocado pelo debate sobre a reconfiguração desse campo. Assim, a prática da produção noticiosa através desses grupos precisa ser pensada, estudada, categorizada (desconsiderando, a priori, o engessamento) e tipificada em função das possíveis mudanças que emergem dessas relações. A função do repórter-amador é uma entre outras.

Ainda que não tenhamos aprofundado a observação com os recortes dos grupos Tiro Certo e Pernambuco News, vinculados às cidades de Petrolina-PE e Juazeiro-BA, podemos apontar que os indivíduos que estão imersos na produção dessas narrativas, se apropriam de uma prática exercitada pela grande imprensa. Assumindo o protagonismo do emissor produtor que se intitula repórter, esses indivíduos apresentam uma relevância pública significativa, no sentido de aproximação com o público, com o cotidiano das cidades; as relações sociais estabelecidas entre imprensa e os grupos, entre grupos e fontes diversas, entre os grupos e instituições representativas dos interesses da sociedade.

E preciso registrar que dispositivos como Whatsapp proporcionam não apenas ao jornalista, mas também a esses produtores, facilidade de aproximação do fato, de

transmissão de dados entre a redação e os locais onde acontecem esses fatos e a mediação com as fontes.

A partir dessas análises, acreditamos que este artigo, bem como a pesquisa em curso, podem contribuir na construção de outras práticas da comunicação digital, percebendo as dimensões desse processo, os regimes de interações entre os membros participantes, as mediações aplicadas, às tecnologias, e a produção de narrativas noticiosas que colaboram na construção de outros saberes. A intenção dessa reflexão é ampliar o debate sobre a reconfiguração de narrativas noticiosas sob o domínio do público.

## Referências

BELOCHIO, V. e MIELNICZUCK, L. **O jornalismo digital e as estratégias de colaboração: sinais da des-re-territorialização**. IN: Estratégias e identidades midiáticas: matizes da comunicação contemporânea. STASIAK, D. e SANTI, V. J. (org.). Porto Alegre: EDIPUCRS, 2011. p. 57-75.

BORGES, Sheila de O. **O repórter-amador: uma análise das disposições sociais motivadoras das práticas jornalísticas do cidadão comum**. Recife: Cepe, 2015.

BRUNS, AXEL. **Gatewatching** — Collaborative online news production. Nova York: Peter Lang Publishing, Inc., 2005; 2009.

CALVO, E. Periodismo ciudadano vs. Información ciudadana. IN: TURMO, F. S. y LASSA, J. J. V. (org.). El periodismo digital analizado desde la investigación procedente Del ámbito académico. (p.92 – 103) Asociación de Periodistas de Aragon: Zaragoza, 2012, p. 92-103. Disponível em: <[www.congresoperiodismo.com](http://www.congresoperiodismo.com)>. Último acesso em: 2 de junho de 2019.

CASTILHO, C. Notícia e Interatividade social. 2004. In **Observatório da Imprensa**. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/noticia-e-interatividade-social>>. Último acesso em: 31 de maio de 2019.

CASTRO, P. C. Jornalismo participativo e midiaticização da recepção: a domesticação dos leitores na seção “Eu-repórter” do Globo Online. **Anais eletrônico. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, ECO- Universidade Federal do Rio de Janeiro, novembro de 2011. 1 CD-ROM.

CHAPARRO, M. **Jornalismo: linguagem e espaço público dos conflitos da atualidade**. São Paulo, 2009. Inédito.

FERRARI, P. (org.). **Hipertexto, hipermídia: as novas ferramentas da comunicação digital**. São Paulo: Contexto, 2007.

FRAGOSO, S.; RECUERO, R; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2012.

GILLMOR, Dan. **Nós, os media**. Lisboa: Editorial Presença, 2004.

LAGE, N. **A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística**. Rio de Janeiro: Record, 2002.

MARTINO, L. M. S.. **Teoria das Mídias Sociais Digitais: Linguagens, ambientes, redes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

MELO, P. B. **Sujeito sem voz: agenda e discurso sobre o índio na mídia em Pernambuco**. UFPE, Recife: 2003.

MESQUITA, G. B. Jornalismo participativo e as novas relações entre imprensa e audiência na produção de notícia. **Anais do XIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste**. Campina Grande (PB): Intercom Regional, junho 2010. 1 CD-ROM.

MIRANDA, J. M. G. de M. **El periodismo em el siglo XXI: una profesión em crisis ante la digitalización**. Madrid: Editorial Dykinson, SL, 2008.

MONTARDO, S. P., ROCHA, P. J. **Netnografia**. Incursões metodológicas na cibercultura. Revista E-compós, 2005, v. 4, Brasília. Disponível em: [http://boston.braslink.com/compos.org.br/e%2Dcompos/adm/documentos/dezembro2005\\_paula\\_sandra.pdf](http://boston.braslink.com/compos.org.br/e%2Dcompos/adm/documentos/dezembro2005_paula_sandra.pdf). Acesso em 10 de maio de 2019.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

PRIMO, A. Transformações no jornalismo em rede: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações; blogs, twitter, facebook e flipboard. **Anais eletrônico. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, ECO- Universidade Federal do Rio de Janeiro, novembro de 2011. 1 CD-ROM.

SANTOS, R. **Jornalistas e fontes de informação**. Coimbra: Edições Minerva Coimbra, 2003.

SBARAI, R. S. A. **Minha notícia, IReport e OhmyNews: modelos de cooperação ou colaboração no jornalismo digital?** IN: LIMA JUNIOR, W. T. (org.). Comunicação, tecnologia e cultura de rede. São Paulo: Momento Editorial, 2011, p. 12-39. Disponível em: <http://www.livroteccred.blogspot.com> Último acesso em: 10 de maio de 2019.

SOSTER, D. de A. e SILVA, F. F. (org.). **Metamorfoses jornalísticas 2: a reconfiguração da forma**. Santa Cruz do Sul: EDUNISC, 2009.

TARGINO, M. das G. **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?** Brasília: IBICT: Unesco, 2009.

WHITE, D. **O gatekeeper. Uma análise de caso na seleção de notícias**. In: TRAQUINA, N. (org.). **Jornalismo: questões, teorias e “estórias”**. Lisboa: Vega, 1993.

ZANOTTI, C. A. e REIS, I. O. Jornalismo e colaboração no portal Wikinotícias: entre os propósitos e o resultado. **Anais eletrônico. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 9º. Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo**. Rio de Janeiro, ECO- Universidade Federal do Rio de Janeiro, novembro de 2011. 1 CD-ROM.