



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ESTUDOS DA MÍDIA**

ALICE OLIVEIRA DE ANDRADE

**CARTOGRAFIA DA MOBILIDADE JORNALÍSTICA:
OS IMPACTOS DO USO DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS DIGITAIS NA ROTINA DE
PRODUÇÃO DO JORNALISTA EM NATAL (RN/BRASIL)**

**NATAL/RN
2018**

ALICE OLIVEIRA DE ANDRADE

**CARTOGRAFIA DA MOBILIDADE JORNALÍSTICA:
OS IMPACTOS DO USO DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS DIGITAIS NA ROTINA DE
PRODUÇÃO DO JORNALISTA EM NATAL (RN/BRASIL)**

Dissertação apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestre pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, área de concentração: Comunicação Midiática.

LINHA DE PESQUISA: ESTUDOS DA MÍDIA E PRÁTICAS SOCIAIS

ORIENTADOR: PROF. DR. ITAMAR DE MORAIS NOBRE.

NATAL/RN
2018

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e
Artes - CCHLA

Andrade, Alice Oliveira de.

Cartografia da mobilidade jornalística: os impactos do uso dos dispositivos dos dispositivos móveis digitais na rotina de produção do jornalista em Natal (RN/Brasil) / Alice Oliveira de Andrade. - 2018.

163f.: il.

Dissertação (mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia. Natal, RN, 2018.

Orientador: Prof. Dr. Itamar de Moraes Nobre.

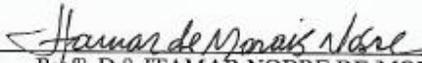
1. Jornalismo Móvel Digital. 2. Práticas Sociais - Jornalismo. 3. Cartografia Simbólica. 4. Cartografia da Mobilidade Jornalística. 5. Estudos da mídia. I. Nobre, Itamar de Moraes. II. Título.



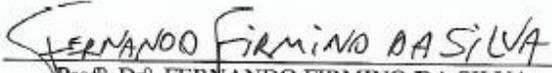
Ata da Sessão de Avaliação de Dissertação de Mestrado em Estudos da Mídia

Aos 08 (oito) dias do mês de fevereiro de 2018, às 15 (quinze) horas, no Auditório "B" do CCHLA, na UFRN, foi instalada a Comissão Examinadora responsável pela avaliação da Dissertação intitulada "CARTOGRAFIA DA MOBILIDADE JORNALÍSTICA: OS IMPACTOS DO USO DOS DISPOSITIVOS MÓVEIS DIGITAIS NA ROTINA DE PRODUÇÃO DO JORNALISTA EM NATAL (RN/BRASIL)", trabalho final apresentado pela mestranda ALICE OLIVEIRA DE ANDRADE ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Estudos da Mídia. A Comissão Examinadora foi presidida pelo Professor Doutor ITAMAR NOBRE DE MORAIS (UFRN), contando ainda com a Professora Doutora MARIA DO SOCORRO FURTADO VELOSO (UFRN), como examinadora interna, e o Professor Doutor FERNANDO FIRMINO DA SILVA (UFPB), como examinador externo à Instituição UFRN. A sessão teve a duração de 02 horas e 00 minutos e a Comissão Examinadora emitiu o seguinte parecer: **APROVADO**

A BANCA DESTACA O INEDITISMO DE REFERENCIAL TEÓRICO, A FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA-METODOLÓGICA, A CONSISTÊNCIA DO TRABALHO. A BANCA RECOMENDA A PUBLICAÇÃO DO TRABALHO.


Prof.º. Dr.º. ITAMAR NOBRE DE MORAIS
(Presidente - UFRN)


Prof.º. Dr.ª. MARIA DO SOCORRO FURTADO VELOSO
(Examinador Interno - UFRN)


Prof.º. Dr.º. FERNANDO FIRMINO DA SILVA
(Examinador Externo - UFPB)


ALICE OLIVEIRA DE ANDRADE
(Mestranda)

À minha família, Vinícius, Luiz e Ângela, pela fé em mim.
Aos jornalistas e fotógrafos do Novo e da Tribuna do Norte.

AGRADECIMENTOS

Ter a oportunidade de estar em um mestrado, além de ser um projeto acadêmico, é um sonho de vida iniciado ainda na graduação, quando a possibilidade de refletir sobre o mercado no qual eu estava sendo inserida me instigava tanto quanto a própria prática. Os últimos dois anos foram compostos por caminhadas repletas de aprendizado, dúvidas (solucionadas e ampliadas), esforço e incessante estímulo por estar estudando uma temática da qual tanto gosto. Contudo, esses passos não foram trilhados sozinhos, pois tive comigo grandes pessoas que me auxiliaram na concretização dessa etapa. Apesar de serem insuficientes estas linhas para demonstrar minha gratidão, estendo meus mais ternos agradecimentos a:

Aos meus pais e irmão, Luiz, Ângela e Vinícius, pelo incentivo incondicional. Por serem exemplo, preocupação, carinho e remadas firmes mesmo diante da correnteza contrária. Graças a vocês pude ser maior que as muralhas e realizar meus sonhos. Obrigada por não desistirem de mim.

À minha amada avó, Maria Gonçalves, por ser meu maior exemplo paradoxal de força e ternura. Aos meus padrinhos, Ana e Ângelo, com muito amor.

Ao querido Yargo, pelas inúmeras palavras e mensagens de estímulo, por me fazer sentir sempre capaz e especial, por todas as injeções de ânimo e cafeína, por ser psicólogo, companheiro de congressos, amigo e semeador de planos: sou feliz por tê-lo ao meu lado em mais essa colheita.

Gostaria de agradecer especialmente ao professor Itamar Nobre por ser, além de meu orientador de jornada acadêmica, um grande amigo de vida. Obrigada pelas tardes de cafés (cafetos), pela confiança e por me ensinar a importância da formação baseada na afetividade e no ser humano, compartilhando comigo os seus projetos que buscam constantemente um “conhecimento prudente para uma vida decente”.

À família da Agência Fotec e Comtrilhas, entre bolsistas e voluntários, com quem dividi a maravilhosa experiência da extensão. Aos alunos da Escola Municipal Francisco de Assis Varela Cavalcante, por serem verdadeiros bálsamos de esperança a cada sexta-feira no projeto Mais Guarapes.

À Elis Dejene, por ser grande inspiração, bem mais do que imagina.

Às turmas de Pesquisa em Comunicação 2016.2 e Fotojornalismo 2017.1 e 2017.2 por me aceitarem como docente assistida e contribuírem com minha formação. Especialmente aos queridos Tálison, Alyrson, Júlia Carvalho, Gabi Gavioli, Mika, Lucas, Allyne, Luana Aladim, Filipe Cabral, Bruna Torres e Amanda Porfírio, por me ensinarem muito sobre o amor pela docência.

Devo, ainda, imensa gratidão à generosidade de três lindas mulheres: Ana Carmem Nascimento, Andrielle Mendes e Juliana Bulhões, cujos corações são imensos e cheios de ternura.

À toda a turma do mestrado PPgEM 2016, na qual encontrei verdadeiros companheiros os quais me mostraram que a união e a generosidade sempre nos levam adiante, em especial: Kalianny, John, Kassandra, Allisson, Camila, Kamyla, Artur, Isa, Mariana, Taianne, Vivi, Carol, Tiago e Veruza.

Ao amigo Dilson Rodrigues, parceiro de jornada com quem dividi mais proximamente as angústias e alegrias da pós-graduação, por todas as sessões de *coach* e orientações espirituais nos intervalos.

Obrigada às amadas Beatriz Lima e Larissa Marinho, que dividiram comigo as docências assistidas cheias de paciência e gentileza.

Ao meu amigo Ítalo Albano por ser sempre uma linda melodia, literalmente, nos dias de silêncio. Gratidão.

Ao maravilhoso Francisco Rocha, com quem compartilho os melhores sonhos sobre a carreira acadêmica e a vida.

Aos meus queridos amigos Isadora, Manu, Cledivânia, Patrícia, Dannilo, Matheus, Bruna, Jadeanny, Erick, Hiago, Katiane, Aline Freitas, Liz, Nathália Lima, Elizane, Analice, Gabi, Luciene, Juliana Dantas, Sueny, Cezar Barros, Arthur Rocha, Jô Fagner, Renata Othon, Mayara, Thays e Geilson, cuja torcida tem sido um verdadeiro combustível de positividade.

Às servidoras do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, Ana e Luciana, e a todo o corpo docente do PPgEM por ter alicerçado a construção dessa etapa tão importante ao longo dos últimos anos, a quem nominalmente represento aqui pela querida professora Valquíria Kneipp, que tanto admiro; e Socorro Veloso, por todas as contribuições ao longo dos Seminários de Orientação e por ser meu grande exemplo de docente, mulher, militante e ser humano.

À amada professora e amiga Cida Ramos pelas tantas boas conversas, por me acompanhar desde a graduação nas pesquisas sobre jornalismo móvel e pelas orientações nos SODs.

À professora Vânia Gico que direta e indiretamente contribui para a minha formação acadêmica e pessoal.

Aos queridos docentes Antonino Condorelli, Adriano Cruz, Ruy Rocha, Aline Lucena, Daniel Meirinho, Marcelo Bolshaw e Ângela Pavan.

Ao professor Fernando Firmino pelas valiosas contribuições a este trabalho.

À professora Taciana Burgos, Ney Douglas Marques e Kamilo Marinho por, indiretamente, terem sido minha primeira inspiração para pesquisar sobre dispositivos móveis.

Agradeço a toda a redação do Novo e da Tribuna do Norte, pela acolhida e colaboração essencial com esta pesquisa.

À CAPES, pela bolsa que me permitiu cursar o mestrado e desenvolver a pesquisa com dedicação exclusiva.

À Natsy Alencar pelo empenho na produção da ilustração da capa.

E finalmente, na base destes agradecimentos, como o solo que dá firmeza: a Deus, por me soprar tantas brisas de bênçãos.

O fluxo avassalador dos dispositivos de comunicação móvel parece demonstrar que a hiperaceleração do capitalismo encontrou neles um acompanhante perfeito da agitação que esse modo de produção impõe à existência humana **(Lúcia Santaella – Linguagens líquidas na era da mobilidade).**

RESUMO

Investiga-se acerca dos impactos configurados pela prática do jornalismo móvel digital, no qual tecnologias móveis, como *smartphones* e *tablets*, são apropriados pelos jornalistas nas vertentes da produção e distribuição de suas rotinas laborais. Os dispositivos móveis digitais, com suas estruturas híbridas, miniaturizadas e com possibilidade de conexão sem fio à Internet (WiFi, 3G e 4G), são instrumentos cada vez mais presentes no processo de construção do conteúdo informativo pelas empresas jornalísticas. Isso ocorre porque tais aparelhos reconfiguram as noções espaço-temporais de desenvolvimento e disseminação dos materiais produzidos, proporcionando uma produção mais célere e instantânea. Contudo, essa atividade tem modificado o *modus operandi* das corporações jornalísticas, a relação dos profissionais com a tecnologia, o surgimento de novas potencialidades ligadas aos formatos e linguagens dos produtos jornalísticos e a exigência, por parte do mercado, de um perfil profissional diferenciado. Neste trabalho, visamos a elaboração de uma *Cartografia da mobilidade jornalística*, inspirados pelas virtualidades analíticas da Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011) associada à entrevista, pesquisa bibliográfica e registro fotográfico para a coleta de dados. Tendo em vista a aproximação com o objeto de pesquisa, todos os processos foram totalmente realizados com dispositivos móveis. Como campo empírico de pesquisa, optamos por um recorte em âmbito local e estudamos as empresas Tribuna do Norte e Novo, ambas atuantes nas plataformas impressa e digital. Neste trabalho, o foco está na dimensão das práticas sociais da cultura do jornalismo móvel. Como resultados, analisamos a formação de comportamentos que se tornaram simbólicos a partir dessa prática, os quais foram analisados por meio de um viés reflexivo –analítico, que são: o jornalista polivalente-indolente; os níveis de conteúdo; a prática do selfiejornalismo; o repórter de imagem; a abertura dos canais informacionais; e o jornalismo de redação.

Palavras-chave: Estudos da Mídia. Práticas Sociais. Jornalismo. Cartografia Simbólica. Cartografia da mobilidade jornalística. Jornalismo móvel digital.

ABSTRACT

This masters dissertation investigate the practice's impacts of digital mobile journalism, in which mobile technologies, such as *smartphones* and tablets, are appropriated by journalists in the production and distribution of their routines at job. Digital mobile devices, with their hybrid-miniaturized structures and the possibility of wireless Internet connection (WiFi, 3G and 4G), are increasingly present instruments in the process of construction of information content by journalistic companies. This situation happens because such devices reconfigure spatiotemporal notions of the development and dissemination of the materials produced, providing a faster and more instantaneous production. However, this activity has modified the *modus operandi* of journalistic corporations, the relationship of professionals with technology, the emergence of new potentialities linked to the formats and languages of journalistic products and the demand by the market for a differentiated professional profile. In the presentreport, we aim to prepare a *Cartography of journalistic mobility*, inspired by the analytical virtualities of Symbolic Cartography (SANTOS, 2011) associated to the interview, bibliographical research and photographic record for data collection. Looking for the approach to the research object, all processes were totally accomplished with mobile devices. As an empirical field of research, we opted for a cut in the local scope and studied the companies Tribuna do Norte and Novo, both active in the printed and digital platforms about journalism. In this work, the focus is on the social dimension of the mobile journalism culture. As results, we observed the formation of behaviors that became symbolic from this practice, that were analyzed through a reflexive -analytic approach, which are: the polyvalent-indolent journalist; content levels; the practice of selfiejournalism; the image reporter; the opening of information channels; and the newsroom journalism.

Keywords: Media Studies. Social practices. Journalism. Symbolic Cartography. Cartography of journalistic mobility. Digital mobile journalism.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	DynaTAC, o primeiro telefone celular	37
Figura 2 –	IBM Simon, o primeiro <i>smartphone</i>	39
Figura 3 –	Quantitativo de dispositivos móveis no Brasil	51
Figura 4 –	Transmissão ao vivo através de dispositivo móvel	80
Figura 5 –	Ilustração alusiva sobre a projeção cartográfica	81
Figura 6 –	Capas antiga e atual do Novo (antes do fechamento), respectivamente	93
Figura 7 –	Capa da última edição impressa do Novo	96
Figura 8 -	Instrumentos de trabalho utilizados pelo repórter do Novo na rotina de campo	100
Figura 9 -	Boletim de notícias no WhatsApp da Tribuna do Norte	106
Figura 10 -	Envio de flashes pelo repórter diretamente do local da cobertura	110
Figura 11 -	Jornalista inicia a escrita de textos jornalísticos em aplicativo no seu smartphone	120
Figura 12 -	Exemplo da prática do Selfiejornalismo	129
Figura 13 -	Selfie de Robert Cornelius	130
Figura 14 -	Primeira selfie com a #selfie no Instagram	131
Figura 15 -	Aba Vídeos no site do Novo	135
Figura 16 -	Fotojornalista e repórter enviam os materiais produzidos através dos smartphones	136
Figura 17 -	Acessórios para dispositivos móveis digitais	138
Figura 18 -	Repórter da Tribuna do Norte transcreve áudios enviados por fonte via WhatsApp	143
Figura 19 -	Repórter do Novo realiza entrevista por meio de chamada telefônica no celular	144

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	– Principais diferenças entre celular e <i>smartphone</i>	40
Quadro 2	– Escalas cartográficas geográficas	75
Quadro 3	– Pequena escala da Cartografia da mobilidade jornalística	76
Quadro 4	– Média escala da Cartografia da mobilidade jornalística	78
Quadro 5	– Exemplos de simbolização cartográfica geográfica	83
Quadro 6	– Siglas de identificação dos jornalistas entrevistados	91
Quadro 7	– Nomenclatura de funções do Novo	94
Quadro 8	– Toyotização do jornalismo	123

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BDTD - Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior

COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação

DMDs - Dispositivos móveis digitais

JNV – Jornalista do Novo

JTN – Jornalista da Tribuna do Norte

RN - Rio Grande do Norte

TICs - Tecnologias da Informação e da Comunicação

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	15
1.1 Problema, hipóteses e objetivos de pesquisa	20
1.1.1 – Objetivos de pesquisa	26
1.2 Justificativa	27
2 BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE AS MACROQUESTÕES DA PESQUISA... 30	
2.1 Comunicação, globalização e tecnologia.....	33
2.2 Entre celular e computador: o surgimento dos <i>smartphones</i>	36
2.3 Globalização e a prática jornalística.....	41
3 JORNALISMO EM CONTEXTO DE MOBILIDADE	45
3.1 Jornalismo móvel digital como área de investigação científica	52
3.2 Jornalismo móvel: conceitos e desdobramentos	57
4 NOVOS FENÔMENOS, NOVOS MÉTODOS DE PESQUISA: A CARTOGRAFIA DA MOBILIDADE JORNALÍSTICA COMO ESTRATÉGIA METODOLÓGICA..... 65	
4.1 Virtualidades analíticas da Cartografia da Mobilidade Jornalística	69
4.2 Escala, projeção e simbolização	73
4.2.1 Escala (a delimitação do campo de pesquisa)	74
4.2.2 Projeção	81
4.2.3 Simbolização	82
4.3 O delineamento do percurso metodológico e o <i>smartphone</i> no processo de coleta de dados	84
5 ASPECTOS ANALÍTICO-REFLEXIVOS SOBRE O USO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS DIGITAIS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA	89
5.1 A utilização de dispositivos móveis no Novo	91
5.1.1 Repórteres (produtores de conteúdo multimídia)	97
5.1.2 Editores (conselheiros de conteúdo).....	103
5.2 A utilização de dispositivos móveis na Tribuna do Norte.....	105
5.2.1 Repórteres	107
5.2.2 Editores	111
5.3 Os impactos do jornalismo móvel no cotidiano laboral dos jornalistas	114
5.3.1 O jornalista polivalente-indolente	117
5.3.2 Os níveis de conteúdo.....	125

5.3.3 A prática do Selfiejornalismo (selfienotícia e selfierreportagem).....	127
5.3.4 O repórter de imagem.....	133
5.3.5 A abertura dos canais informacionais.....	138
5.3.5 O jornalismo de redação.....	141
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	147
REFERÊNCIAS	152
APÊNDICES	162

1 INTRODUÇÃO

A distinção entre passado, presente e futuro é apenas uma ilusão teimosamente persistente.

(Albert Einstein)

As sociedades contemporâneas passaram por várias transformações no final do último século a partir da disseminação das tecnologias digitais e sua apropriação por várias áreas de produção científica e empírica (CASTELLS, 1997). A comunicação, no âmbito de seus processos práticos, também intensificou o uso de aparatos tecnológicos em prol de atender as necessidades do mercado – cuja característica é de agilidade e celeridade na produção e divulgação de conteúdos jornalísticos, respectivamente.

A ubiquidade das informações circulantes atualmente em várias esferas da sociedade tem exigido ainda mais competências dos profissionais ligados ao campo da Comunicação, em especial do jornalista. Isso porque, conforme as Tecnologias da Informação e da Comunicação (TICs) vão ampliando seu alcance e estrutura, o modo de produção das empresas jornalísticas passa a se pautar ainda mais na rapidez e na instantaneidade da produção e disseminação de conteúdo. Essa disseminação, inclusive, está sendo caracterizada pela participação e engajamento do público, que deixa de ser simplesmente consumidor e assume um papel de reconfigurador dos conteúdos de mídia (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

O processo de Globalização tem implicação direta no desenvolvimento das TICs, pois com ele a comunicação deixou de ser majoritariamente local para dilatar suas raízes ao âmbito global. Aumenta a facilidade da transmissão de mensagens com a quebra dos conceitos de tempo e espaço pelos meios eletrônicos e as produções comunicacionais ganham caráter instantâneo (THOMPSON, 2009). Este autor aponta que a tecnologia da informação e a consequente modernização das formas de produção jornalísticas encurta distâncias e aumenta a interação entre os indivíduos. Esse quadro de reconfigurações, segundo o sociólogo, faz parte do processo da globalização. Para Thompson (2009, p. 135):

A reordenação do espaço e do tempo provocada pelo desenvolvimento da mídia faz parte de um conjunto mais amplo de processos que transformaram (e ainda estão transformando) o mundo moderno. Estes processos são comumente descritos hoje como "globalização". O termo não é preciso, pois é usado de diversas maneiras na literatura. No sentido mais geral, ele se refere à crescente interconexão entre as diferentes partes do mundo, um processo que deu origem às formas complexas de interação e interdependência.

Nessa perspectiva, a forma de se produzir comunicação diante de uma sociedade global é modificada. Essas alterações acontecem como uma resposta à demanda do próprio mercado, visto que os consumidores estão acessando a informação de uma maneira diferente. As Tecnologias da Informação e da Comunicação não estão presentes apenas nas rotinas das empresas de comunicação, mas também são acessíveis ao público leitor. No Brasil, o *smartphone* é a principal forma de acesso à Internet, usado em 80,4% das residências¹. Esse aparato tecnológico transforma tanto o processo de trabalho do jornalista, que precisa se habituar à nova realidade mercadológica; quanto as estruturas físicas e logísticas das redações, pois são agregadas tecnologias e modificadas hierarquias funcionais.

Atualmente, o jornalismo está diretamente relacionado à mobilidade. Esta, inclusive, não se configura apenas como sinônimo de portabilidade. Se assim fosse, a prática jornalística seria móvel desde os seus primórdios, uma vez que um jornal impresso de papel é móvel, bem como aparelhos comumente utilizados para a apuração, como gravadores de voz, bloquinhos e canetas. Contudo, a mobilidade atual a que nos referimos se trata do aparato móvel digital cada vez mais utilizado nas empresas jornalísticas em sua rotina produtiva, como *smartphones* e tablets.

Nesse contexto, avalia-se o conceito de jornalismo móvel digital (SILVA, 2015) como a prática jornalística de campo nas vertentes da produção, distribuição e consumo através de dispositivos móveis digitais. O *smartphone*, como uma das tecnologias móveis de maior penetração na vida cotidiana das pessoas, também tem ganhado lugar de destaque na rotina de produção jornalística. Por essa razão, propomos uma pesquisa qualitativa a ser desenvolvida no panorama local da prática do jornalismo móvel digital. Conforme propõe Silva (2015, p.11), conceitualmente temos como jornalismo móvel “a utilização de tecnologias móveis digitais ²e de conexões de redes sem fio pelo repórter na prática jornalística contemporânea visando ao desenvolvimento das etapas de apuração, produção e distribuição de conteúdos do campo ou de transmissão ao vivo”.

¹ Informação disponível em: <<http://agenciabrasil.etc.com.br/economia/noticia/2016-04/celular-e-principal-meio-de-acesso-Internet-na-maioria-dos-lares>>. Acesso em: 13 jun. 2016.

² *Smartphones, tablets* e celulares.

O telefone celular hoje é o produto de tecnologia mais popular entre todas as faixas etárias e classes sociais, com adoção quase que universal, independente de sexo e cultura. Esses pequenos dispositivos podem identificar a personalidade e estilo de vida de um usuário (LAS CASAS, 2009, p. 38).

Apesar de trazer pontos favoráveis para a produção jornalística no ponto de vista da agilidade, facilitação da troca de arquivos, acesso a ferramentas de busca e contato com o público, os dispositivos móveis também podem causar fatores de tensionamento³ para os profissionais que o utilizam no trabalho. Ao elaborar inicialmente esta proposta de dissertação, partimos do fato de que seria relevante o aprofundamento dos estudos acerca do jornalismo móvel já iniciados durante a graduação, ampliando o campo empírico de pesquisa para uma melhor compreensão das práticas e consequências do jornalismo móvel em um panorama local, especificamente em Natal (Rio Grande do Norte, nordeste do Brasil).

Assim como visto em estudos iniciais (ANDRADE, 2015; ANDRADE; SILVA; NOBRE, 2015), a relação entre as tecnologias móveis digitais e o jornalismo se trata, na perspectiva dos profissionais, de um reforçador da agilidade; já para os veículos de comunicação, o uso dessas ferramentas potencializa a possibilidade de trabalho do jornalista, tornando possível o desempenho de várias atividades simultaneamente e, conseqüentemente, reduzindo gastos e/ou ampliando os lucros.

Esse conjunto, por conseguinte, reflete uma diversidade de indagações. Se por um lado os dispositivos móveis digitais auxiliam a agilidade da produção jornalística, por outro trazem impactos e controvérsias ao próprio profissional no mercado, como o acúmulo de funções e a precarização das condições de trabalho. Estudar a mídia, nesse sentido, implica em entendê-la como um processo de mediação, no qual estão envolvidos, além dos produtos midiáticos e seus espectadores, também seus produtores (SILVERSTONE, 2002).

Dentro da perspectiva apresentada neste trabalho de dissertação, foi analisado o desempenho fundamental da comunicação midiática a partir da visão de quatro aspectos: a) seus atores - jornalistas e empresas de comunicação; b) processos - prática do jornalismo móvel digital e perfil profissional; c) produtos - conteúdos produzidos com a introdução de novas ferramentas híbridas de comunicação (dispositivos móveis); d) e suas estratégias de interação, uma vez que a

³ Termo utilizado por Silva (2015) para definir os desdobramentos desfavoráveis do jornalismo móvel digital no ponto de vista do profissional jornalista.

área da comunicação, para sofrer tal processo, dialoga diretamente com o campo social tecnológico-informacional.

A pesquisa proposta se enquadra na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM-UFRN), pois sugere-se a análise de como a mídia condiciona e é condicionada pelas mudanças estruturais as quais tem passado com a era digital e quais são esses impactos sociais refletidos no perfil do jornalista e na qualidade de seus produtos. Há de se considerar, ainda, que propomos uma pesquisa que resultará em um trabalho reflexivo sobre a prática profissional do jornalista, repercutindo de maneira indireta na análise da mídia como condicionante e formadora do pensamento social.

Portanto, no ponto de vista do conhecimento científico, é de significativa importância para o campo da Comunicação Social – principalmente na área do jornalismo - a pesquisa dos impactos que o uso cotidiano da tecnologia tem causado na configuração do perfil profissional do jornalista, tanto no aspecto do conteúdo quanto no técnico. Então, este texto apresenta os resultados e análises de uma pesquisa cujo objetivo amplo é somar-se ao repertório de produções científicas sobre o tema, desenvolvidas em níveis nacional e internacional, no que diz respeito ao estudo das novas tecnologias no âmbito do jornalismo móvel, especificamente da esfera móvel e de convergência, focando nos seus impactos pragmático-sociais. Como convergência, mais especificamente ligada ao aspecto jornalístico, entende-se:

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando a integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregados, de modo que os jornalistas produzam conteúdos distribuídos através de múltiplas plataformas, através das linguagens próprias de cada uma (SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010, p. 59).⁴

Para isso, propomos traçar um panorama do uso de dispositivos móveis nas práticas jornalísticas a partir da rotina de produção dos profissionais. Para compreender o fenômeno do jornalismo móvel digital em nosso recorte empírico, estudamos as empresas Tribuna do Norte e Novo, atuantes nos meios impresso e digital na Cidade do Natal (RN). Com inspiração

⁴ Tradução nossa. Trecho original: La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen através de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una.

metodológica na Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011), estamos observando como essas novas tecnologias são utilizadas na produção de conteúdos midiáticos e quais são as características que moldaram esse novo contexto de reconfigurações no fazer jornalístico.

A Tribuna do Norte⁵ é uma empresa jornalística localizada no bairro Ribeira, da Cidade do Natal (Rio Grande do Norte), fundada em 1950 pelo político e jornalista Aluizio Alves. Presente no meio digital e impresso, a Tribuna do Norte está presente nas redes sociais na Internet, contabilizando 321.539, 234.760 e 175.090⁶ seguidores no Facebook, Twitter e Instagram, respectivamente.

Localizado no bairro Petrópolis, em Natal (RN), o Novo⁷ foi fundado pelo jornalista Cassiano Arruda no ano 2009 no meio impresso e digital, com a proposta de ser um espaço para reportagens aprofundadas. Contudo, em 2015 a empresa passou por modificações gráfico-editoriais, adotando um caráter mais factual e valorizando os conteúdos veiculados na Internet. O Novo é atuante no Facebook (75.715 curtidas), Twitter (88.311 seguidores) e Instagram (64.102 seguidores)⁸. Ambos os jornais são impressos em formato *standard*⁹ e informações mais aprofundadas em relação ao funcionamento logístico das redações serão apresentadas no trabalho final. Em outubro de 2017, o Novo anunciou o encerramento das suas atividades.

Estruturalmente, esta dissertação está dividida nos seguintes capítulos após esta introdução, referente ao primeiro tópico:

- **Capítulo 2 - Breve contextualização sobre as macroquestões da pesquisa:** contextualiza-se acerca dos fatores amplos que envolvem a prática do jornalismo móvel digital, alguns pontos de vista sobre a globalização e sua relação com a comunicação. Aborda-se, ainda, aspectos históricos sobre o surgimento dos celulares e *smartphones*.
- **Capítulo 3 – Jornalismo em contexto de mobilidade:** esse capítulo discute a mobilidade física atrelada à informacional para compreender os estudos do jornalismo nessa perspectiva. Reflete-se teoricamente sobre o conceito de jornalismo móvel digital enquanto

⁵ Site: <www.tribunadonorte.com.br>. Acesso em: 20 dez. 2017.

⁶ Dados do período até 01 ago. 2017.

⁷ Site: <www.novonoticias.com>. Acesso em: 20 dez. 2017.

⁸ Dados do período até 20 jul. 2017.

⁹ Em tipografia, *standard* se trata de um formato de jornal mais comprido, medindo, em média, 55cm. Esse formato é mais utilizado no Brasil e em Portugal, sendo o maior de todos os encontrados em publicações impressas.

prática profissional e área de investigação científica e propõe-se uma quinta dimensão para o jornalismo móvel baseada na proposta de Silva (2016), a social.

- **Capítulo 4 - Novos fenômenos, novos métodos de pesquisa: a Cartografia da mobilidade jornalística como estratégia metodológica:** nesse capítulo metodológico, explora-se as virtualidades analíticas da Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011) na área da Comunicação Social, propondo uma Cartografia da Mobilidade Jornalística e dividida em fluxos de pesquisa. Explica-se os caminhos trilhados metodologicamente para a construção do trabalho de dissertação.
- **Capítulo 5 - Reflexões descritivo-analíticas sobre o uso de dispositivos móveis digitais na prática jornalística:** Constroem-se considerações analíticas a respeito da prática do jornalismo móvel digital em Natal (RN) em uma vertente social, com a descrição das rotinas produtivas dos repórteres e editores (Tribuna do Norte) e produtores de conteúdo multimídia e conselheiros de conteúdo (Novo). Discorre-se ainda sobre os comportamentos simbólicos identificados no trabalho de cartografia, que são: o jornalista polivalente-indolente, os níveis de conteúdo, a prática do selfiejornalismo, o repórter de imagem, a abertura dos canais informacionais e o jornalismo de redação.

1.1 Problema, hipóteses e objetivos de pesquisa

Nos últimos anos, tem se discutido a respeito das transformações no cenário do jornalismo atual, cuja realidade abarca desde mudanças na forma de produção da notícia, até sua distribuição e consumo, envolvendo também convergência midiática e a emergência de valores-notícia mais flexíveis (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011). Nesse contexto, se destaca a prática do jornalismo móvel digital, em que as mídias móveis são parte do processo produtivo dos profissionais atuantes nas redações.

Para contribuir com as discussões teóricas dessa perspectiva durante a escrita da dissertação, propomos Pereira e Adghirni (2011), os quais analisam que a mudança estrutural se trata de uma prática social configurada, principalmente, pela reinvenção, uma vez que o jornalismo está quebrando paradigmas em suas atividades. A "estrutura" do jornalismo, segundo os autores,

não é uma organização estática. Há, sim, formas distintas de prática, mas para ser vista como estrutural, é preciso observar um maior aprofundamento da execução laboral pelos profissionais.

Para que uma mudança seja considerada estrutural é preciso, portanto, que ela seja suficientemente abrangente e profunda para alterar radicalmente o modo como determinada atividade é praticada e simbolicamente reconhecida/definida pelos atores. Ou seja, uma mudança estrutural se contrapõe a um grupo de mudanças conjunturais e também às microinovações que normalmente afetam aspectos específicos de uma prática social (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 42).

Acreditamos que, ao longo desta pesquisa, não foi possível classificar a prática do jornalismo móvel digital em Natal (RN) como mudança estrutural, pois ainda não alterou radicalmente a forma como o jornalismo é praticado e nem é reconhecida pelos atores criticamente. Encontramos indicadores para uma possível mudança estrutural, visto que há uma série de alterações conjunturais e novas formas de produção do conteúdo jornalístico, ainda em fase de experimentação e busca por um modelo de negócio no qual os custos possam ser reduzidos.

As tecnologias móveis podem ser instrumentos que tornam mais célere o trabalho do jornalista. Esses aparelhos híbridos estão cada vez mais presentes entre os profissionais das redações. Contudo, para contextualizar o processo que envolve a introdução dos dispositivos móveis na rotina de produção jornalística, é preciso refletir, como primeiro passo, sobre a questão da revolução tecnológica e suas conseqüentes transformações sociais. Conforme afirma Castells (1999), a tecnologia não designa uma sociedade, tampouco o contrário, porque há outros fatores que influenciam as metodologias de descoberta da ciência. Entretanto, os aparatos da Tecnologia da Informação (TI) impulsionaram o crescimento de aplicações tecnológicas. O autor reflete:

É claro que a tecnologia não determina a sociedade. Nem a sociedade escreve o curso da transformação tecnológica, uma vez que muitos fatores, inclusive criatividade e iniciativa empreendedora, intervêm no processo de descoberta científica, inovação tecnológica e aplicações sociais, de forma que o resultado final depende de um complexo padrão interativo (CASTELLS, 1999, p.43).

De acordo Castells (1999), a Internet é um sistema de redes criado com objetivos militares para proteger o sistema dos Estados Unidos de ataques vindos da União Soviética. Apesar da origem bélica, atualmente a Internet é utilizada também para o desenvolvimento das relações entre as pessoas e para diversas atividades rotineiras (MARTINO, 2015).

Castells (1999) ainda aponta outros aspectos sobre a reestruturação do sistema de produção Capitalista, atribuindo-a em parte ao advento das inovações tecnológicas. O autor demonstra que outros modos de produção então vigentes em alguns países, como o estatismo, falharam na missão da reestruturação. Nessa perspectiva, surge o Informacionalismo, que teve papel fundamental no processo de reestruturação e expansão do capitalismo, conforme discute (CASTELLS, 1999, p. 55):

Pode-se afirmar que, sem a nova tecnologia da informação, o capitalismo global teria sido uma realidade muito limitada: o gerenciamento flexível teria sido limitado à redução de pessoal, e a nova rodada de fastos, tanto em bens de capital quanto em novos produtos para o consumidor, não teria sido suficiente para compensar a redução de gastos públicos.

Castells (1999, p.57) também enunciou que “as novas tecnologias da informação estão integrando o mundo em redes globais de instrumentalidade”. Foi nesse contexto de replanejamento do Capitalismo e inovações tecnológicas que vêm surgindo invenções as quais auxiliam o cotidiano das pessoas, tanto em sua vida social, através do entretenimento, quanto em sua rotina profissional. Esse é o caso dos dispositivos móveis digitais, os quais compõe parte da análise que porventura contribuem para a realização de diversas tarefas nas rotinas de produção no jornalismo.

Dessa forma, consideramos importante a análise, nos capítulos iniciais da dissertação, a respeito da origem do telefone celular e sua evolução para os *smartphones*. O primeiro serviço de telefonia padronizada para celular portátil e telefone surgiu em setembro de 1989, pela marca Motorola. Na época, esse tipo de aparelho era conhecido como “tijolão” (MARTIN, 2013). Com o tempo, esses dispositivos evoluíram e, no momento atual, são conhecidos como *smartphones*. Esse novo formato de telefonia móvel, de acordo com o autor, alterou o comportamento dos usuários, que passaram a ser mais ativos enquanto os utilizam.

Em meio à revolução dos PCs, nasceu o telefone celular, embora este fosse bastante diferente do *smartphone* de hoje, o qual basicamente é um alto falante, microfone, teclado, tela, placa de circuitos com microprocessadores, câmera, localizadores de GPS e armazenamento. É basicamente um computador conectado a um rádio (MARTIN, 2013, p. 54).

A partir daí, para entender sobre as tecnologias móveis disponíveis, é importante destacar os conceitos apresentados por Las Casas (2009), que fala sobre o *hardware*¹⁰e

¹⁰ Parte da estrutura física do computador.

*software*¹¹ de alguns dispositivos móveis, salientando a importância destes para o desenvolvimento de uma comunicação independente do distanciamento geográfico.

Os avanços tecnológicos têm permitido infinitos benefícios sociais e comportamentais ao homem. Entre esses recursos, destacamos o celular, que modificou o cotidiano do homem enquanto ser social. Com ele, a comunicação foi amplamente desenvolvida. Atualmente não há limites para a comunicação. É possível estabelecer comunicação satisfatória em longas distâncias e em qualquer lugar (LAS CASAS, 2009, p.65).

A produção no meio virtual passou por transformações ao longo do tempo. As possibilidades de construção dos produtos jornalísticos são significativamente mais amplas, e não finitas como no papel. As alterações feitas nos textos para reduzi-los não acontecem mais apenas por causa da limitação física, e sim por questões de estilo. A ousadia por parte do profissional pode acontecer no sentido de explorar em determinada mídia a melhor forma para a disseminação de uma notícia.

Surgem, então, novos estilos de narrativas, formatos e linguagens próprios do âmbito digital. Complementando o pensamento de Castells (1999), o qual projeta a Internet como base da constituição da sociedade em rede, é significativo tratarmos da cultura surgida nessa mesma conjuntura, denominada por Levy (1999) de Cibercultura ou Ciberespaço.

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY, 1999, p.17).

Considerando essa discussão, espera-se que a presente pesquisa contribua significativamente para os estudos da mídia no que repercute na prática de trabalho do jornalista como um ator social diretamente envolvido na construção de um novo panorama da sociedade globalizada e conectada. É nesse sentido que procuramos desenvolver nossa observação empírica, dando atenção às práticas do jornalismo móvel digital e também às consequências as quais se desdobram a partir dela.

Afinal, pensar a rotina atual de grande parte da sociedade sem os dispositivos móveis como *smartphones*, celulares e tablets é um desafio. A tecnologia pode ser parte da vida das pessoas se

¹¹ Parte da estrutura lógica do computador.

observarmos desde tarefas mais simples às mais complexas, permitindo também formas diversas de relacionamento (MARTINO, 2015). Contudo, os avanços tecnológicos são marcados por uma efemeridade cíclica, na qual uma mídia digital se torna obsoleta na mesma rapidez em que outra surge.

Assim como a tecnologia, a essência da prática jornalística, desde seus primórdios, tem se pautado por diversas transformações as quais ocorrem concomitantemente a modificações da própria sociedade. A imprensa, no período de seu surgimento, era organizada na forma de pequenas empresas artesanais, cujo objetivo principal era a obtenção de lucro. Tais organizações realizavam a divulgação de notícias. Nesse contexto, além da perspectiva econômica, viu-se que houve uma alteração política, gerando uma imprensa de opinião como reflexo. De acordo com Habermas (2003, p. 206), “o interesse do editor por sua empresa era puramente comercial”.

Após essas mudanças, o estilo de se fazer jornalismo, bem como a estrutura da notícia em si, foi modificado. A imprensa deixou de simplesmente repassar informações e passou a apresentar mais opinião. Para Bücher (1984 *apud* HABERMAS, 2003, p. 213), “os jornais passaram de meras instituições publicadoras de notícias para, além disso, serem porta-vozes e condutores da opinião pública, meios de luta da política partidária”. Percebeu-se que a redação se tornou parte do ciclo jornalístico, assim como a apuração e a divulgação das notícias.

Desde então, foram crescentes as transformações do mundo globalizado que modificaram as formas de transmissão de informações. A tecnologia trouxe aparatos significativos nesse contexto de mudanças, o que gerou a exigência de novas competências do profissional em sua rotina de produção. Esse panorama exige reconhecer que a partir do momento em o jornalista tem à disposição um aparelho híbrido o qual apresenta várias ferramentas importantes para a realização da prática produtiva, os veículos de comunicação veem a necessidade de exigir uma produção multimídia desses profissionais.

O papel do jornalista, nesse contexto, torna-se mais dinâmico na perspectiva de que pode produzir suas notícias em novas ferramentas tecnológicas, quebrando a dependência da estrutura física das redações em grande parte das ocasiões. Nesse sentido, como há um considerável avanço quanto à tecnologia ligada à produção da comunicação, as estruturas tradicionais de construção de textos para o ambiente virtual também devem sofrer adequações.

No aspecto linguagem textual, a utilização da pirâmide invertida no *lead* - primeiro parágrafo de uma notícia no qual são respondidas as questões principais da informação (o quê,

quem, como, quando, onde e por quê) - não é a única maneira disponível de se fazer notícia. Sobre o *lead*, Sousa (2001, p. 317) apresenta:

Quando se escreve uma notícia com base no modelo da pirâmide invertida, o núcleo duro da informação deve figurar no lead. Os restantes parágrafos seguem-se ao lead, sendo hierarquicamente ordenados por ordem decrescente de importância e interesse. Ou seja, o lead deve conter a informação mais importante e interessante. O segundo parágrafo conterá informação um pouco menos interessante e importante do que o lead e assim sucessivamente. Os parágrafos vão-se sucedendo do que contém a informação mais importante e interessante para o que contém a informação menos importante e interessante. Ao conjunto de parágrafos que surgem depois do lead chama-se corpo da notícia.

Já no ponto de vista técnico, o jornalismo, em um período de convergência e desenvolvimento dos aparelhos móveis, em especial os *smartphones*, se reconfigura. O que era tendência, hoje é prática diária. A relação veículo de comunicação-leitor é alterada a partir do momento em que há interação instantânea entre ambas as partes. Ou seja, está claro que o jornalismo, como produto, deve se adequar as novas circunstâncias de mobilidade e velocidade de disseminação das notícias. Na mesma perspectiva, o profissional também sofre adequações e há o aparecimento da multiplicidade de tarefas exercidas durante a rotina de produção, conforme aponta Barbosa (2013a, p. 37):

A conjuntura atual, com os diversos modelos de convergência já implementados ou em curso em organizações e grupos de comunicação ao redor do mundo, de acordo com as especificidades de cada um e levando em conta as distintas áreas de abrangência – integração de redações, gestão editorial multiplataforma, polivalência midiática e a multimídia para os conteúdos (López García, Pereira Fariña, Limia, 2010, p. 322) – , a nosso ver, está mais afinada com a ideia de um continuum multimídia. Até porque redações integradas, também chamadas redações multimídia (seja reunindo as operações do impresso, do site web, dos aplicativos para tablet e *smartphones*, caso dos brasileiros O Globo, Estadão e Folha de S. Paulo, ou também combinando a essas a produção para rádio e TV, a exemplo da CadenaCapriles, da Venezuela), são a norma vigente para assegurar a distribuição multiplataforma/cross media. Por outro lado, também são crescentes as estratégias baseadas no modelo digital first, que marcas do porte do The Guardian já haviam inaugurado e que, no início de 2013, teve a adesão do Financial Times.

A partir dessas ponderações introdutórias sobre o desenvolvimento da tecnologia e da importância dos dispositivos móveis digitais no *modus operandi* do jornalismo local, tivemos uma inquietação sintetizada na seguinte **problemática** composta por duas perguntas-chave para nossa investigação: De que forma os jornalistas se apropriam dos dispositivos móveis digitais em suas rotinas de produção dentro e fora das redações? Quais são os impactos, sob um viés analítico-crítico, do jornalismo móvel digital para os profissionais e para a prática jornalística? Nessa

investigação, o foco está sendo dado aos jornalistas os quais incorporaram os dispositivos móveis digitais nos seus processos de trabalho cotidianos dentro das redações jornalísticas pesquisadas.

Nesta etapa conclusiva da pesquisa, deixamos de trabalhar com as hipóteses, pois já é possível vislumbrar resultados os quais poderiam influenciar a formulação de novas. Contudo, apresentamos abaixo as hipóteses inicialmente propostas no projeto de pesquisa, ainda no início do mestrado:

- **H1:** Com o uso de aparatos digitais móveis e ubíquos, os jornalistas, especialmente na função de repórter, têm a atribuição de produzir não apenas para um meio, mas em uma perspectiva multiplataforma devido aos reordenamentos do ciclo de produção. Sendo assim, isso ocasiona novas funcionalidades para o profissional, requerendo um jornalista com perfil polivalente e multitarefa;
- **H2:** A utilização de tecnologias digitais no campo empírico abordado na pesquisa é motivada pela redução de custos das empresas jornalísticas e ainda é concentrada na produção de notícias factuais.

1.1.1 – Objetivos de pesquisa

Diante desse panorama, o estudo tem como **objetivo geral** investigar os usos de dispositivos móveis digitais na prática jornalística e os impactos causados pela sua incorporação nas rotinas produtivas do jornalista em Natal (RN). Para viabilizar essa reflexão, aprofundaremos a investigação através dos seguintes **objetivos específicos**:

- a) Contextualizar as questões que envolvem o fenômeno do jornalismo móvel digital em um macrocontexto;
- b) Discutir teoricamente o jornalismo na perspectiva da mobilidade digital;
- c) Explorar as virtualidades analíticas da Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011) enquanto estratégia metodológica para a pesquisa do jornalismo móvel digital, configurando uma *Cartografia da mobilidade jornalística*;
- d) Analisar, sob um viés crítico-reflexivo, as práticas simbólicas ocasionadas a partir da introdução de dispositivos móveis digitais na rotina de produção no jornalismo.

1.2 Justificativa

A atividade de produção jornalística é marcada essencialmente pela transmissão de informações a determinado público – ou, com o meio digital, no sentido inverso. Com o crescimento do consumo dos dispositivos móveis, o jornalismo móvel digital é uma modalidade que atribui um outro sentido às questões de espaço e tempo no contexto da produção noticiosa. Agora, além da transmissão de notícias inicialmente citada neste tópico, a mobilidade acrescentou ao jornalismo a característica da agilidade. A rotina de *hard news*¹² vivida pelas redações busca cada vez mais a ubiquidade, visto que os repórteres têm no bolso uma importante ferramenta de conexão à Internet e de comunicação com o público e suas fontes.

Pereira e Adghirni (2011) apontam as mudanças estruturais como um contexto de reconfigurações no modo de fazer jornalístico. Apesar de compreendermos que o uso de *smartphones* e *tablets* na rotina produtiva não significa necessariamente um quadro de mudanças estruturais, pretendemos aprofundar as relações entre esse conceito e as informações empíricas coletadas. Sobre tal conceituação, os autores propõem:

Falar em mudanças estruturais no jornalismo significa situá-lo como uma prática social, marcada por um processo de reinvenção permanente (Ringoot&Utard, 2005). O jornalismo é parte da sociedade. Ele é (re) construído a partir da participação contínua de diferentes atores sociais (indivíduos, instituições, conceitos e abstrações etc.) que interagem conforme um conjunto de normas e convenções, responsáveis pela coordenação das atividades vinculadas a essa prática. (PEREIRA; ADGHIRNI, 2011, p. 41).

Portanto, nesta etapa da pesquisa, verificamos que ainda não podemos classificar as reconfigurações do campo empírico abordado como mudanças estruturais. Consideramos que a utilização dos dispositivos móveis digitais, apesar de ter ganhado considerável abrangência nas redações, ainda não formam quadro concreto de mudanças em uma perspectiva mais ampla.

Compreender as reconfigurações na prática jornalística e seus impactos nem sempre é uma reflexão simples de ser realizada pelos próprios profissionais, visto que estão imersos em uma “tendência” exigida pelo mercado e tentam se adaptar para garantir seus espaços. Grifamos tal vocábulo entre aspas porque essa é a justificativa dada pelas empresas para o uso das tecnologias móveis digitais e suas consequências aos profissionais. Esse será um dos pontos de análise deste trabalho.

¹² Traduzido como "notícias duras", se refere ao jornalismo diário factual e produzido de maneira célere.

Logo, cabe ao âmbito científico dar sentido à sua produção não somente com a pesquisa de tais práticas e consequências, como também levando essas descobertas a debate com as redações de jornais de modo a contribuir com a percepção do perfil profissional que está sendo criado pelas diretrizes das empresas.

Por essa razão, a temática proposta é significativa tanto para o âmbito científico, de modo a compreender as reconfigurações pelas quais o jornalismo está passando no atual contexto digital; quanto para o conhecimento e entendimento das práticas sociais que abarcam o exercício do jornalismo e de seus profissionais.

Justificamos a viabilidade desta pesquisa através da lacuna no estado atual da ciência nesse campo de estudo. A partir do levantamento bibliográfico inicial realizado no banco de publicações da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação (Compós), no arquivo de teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) e na Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD), percebemos que não há pesquisas realizadas sobre a prática do jornalismo móvel digital na Cidade do Natal, exceto aquela que deu origem ao projeto desta pesquisa, de mesma autoria, realizada durante a graduação com recortes na fotografia de imprensa e nas rotinas produtivas do jornalismo.

Não existem também trabalhos envolvendo a metodologia da Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011) e o campo de pesquisa do jornalismo móvel. Visamos, logo, a exploração desse procedimento metodológico na área pesquisada, visando preencher esse espaço no que diz respeito à investigação local, em grande escala, de um fenômeno que ocorre também nos âmbitos nacional e mundial.

Justificamos, ainda, a importância dessa pesquisa porque ela busca oferecer ao mercado – e aos profissionais que o integram, principalmente – a possibilidade de autoconhecimento. Daremos visibilidade a aspectos da atividade jornalística diária e promoveremos uma reflexão a respeito dos impactos daquilo que é feito cotidianamente pelos profissionais e motivado, provavelmente, não pela prática reflexiva, e sim pelo cumprimento de uma tendência que parte do contexto macro para o micro, levando em consideração que as redações jornalísticas são empresas enquadradas no sistema de produção capitalista, cuja principal razão de ser é o lucro.

Sob uma perspectiva particular, também almejo - como pesquisadora interessada pelo campo do jornalismo móvel - através do desenvolvimento da pesquisa e atual processo de produção da dissertação, me aprofundar no estudo do tema e integrar-me à rede nacional e internacional de

estudos do jornalismo móvel que se forma por meio das pesquisas e inquietações acerca dessa temática.

Conforme discutido inicialmente neste projeto, a ascensão de novas ferramentas de tecnologia da informação, aliada à busca das empresas de comunicação por inovação, celeridade e objetividade, fazem com que os jornalistas sejam inseridos em um novo meio de atuação. A rotina de produção, outrora direcionada a apenas uma atividade, passou a ser pluralizada e o profissional exerce mais de uma função simultaneamente. Neste trabalho, o conceito de inovação aproxima-se das considerações de Giacomini Filho e Santos (2008), em que “uma inovação não significa, necessariamente, conceber algo novo, mas sim que as pessoas o percebam como novidade ou que cause transformações nas relações psicossociais” (p.16).

Nossa observação inicial aponta para uma produção multimídia em todos os campos jornalísticos citados. Machado e Palacios (2007), nessa perspectiva, respaldam que o profissional da comunicação da nova era digital deverá ser capaz de se adequar a multiplicidade funcional devido à convergência midiática dentro das empresas. Os autores refletem:

Tudo indica que o profissional mais adequado para o novo mercado terá que ter condições de compreender processos, planejar ações, interpretar cenários e, mais importante, ser suficientemente flexível para, por um lado, se adaptar e, por outro, reagir de forma criativa aos constantes ajustes dos processos produtivos porque passam as empresas de comunicação. (MACHADO; PALACIOS, 2007. p. 81).

Por conseguinte, pesquisar a respeito do jornalismo móvel digital não significa apenas traçar um perfil do panorama vivido pelo mercado, mas também compreender, através de um viés crítico, os impactos sociais causados pela prática multimidiática da produção de notícias. A escolha da empiria foi criteriosa, realizada a partir da observação das redes sociais na Internet e produtos jornalísticos dessas empresas. Procuramos analisar o campo empírico mais significativamente inserido na prática do jornalismo móvel em Natal (RN), chegando aos jornais e portais Tribuna do Norte e Novo como espaços de maior utilização das tecnologias móveis digitais nas rotinas de produção.

2 BREVE CONTEXTUALIZAÇÃO SOBRE AS MACROQUESTÕES DA PESQUISA

O mundo contemporâneo está sendo transformado a partir de uma crescente conexão entre as partes do planeta, contexto comumente conceituado como Globalização. Segundo Thompson (2009), tal conceito não se refere apenas a essa interligação. Se assim o fosse, poderia ser vista simplesmente como sinônimo de *internacionalização* ou *transnacionalização*. A Globalização existe apenas quando as atividades são planejadas e realizadas em uma escala global e servindo de modelo para diversas partes do mundo. Ou seja, quando há uma interdependência. A Globalização também é considerada a concretização do capitalismo como um sistema mundial (COSTA, 2008, p. 22).

A conjuntura desse processo é ampla e, historicamente, decorre do período das Grandes Navegações, no século XV, quando as barreiras físicas entre os países foram superadas com o crescimento do Mercantilismo (SINGER, 2000). Nesse período, a Europa era o principal continente no que diz respeito ao acúmulo de riquezas. Diversas expedições marítimas foram lançadas com o objetivo de adquirir matérias-primas para a produção e exportação de manufaturas. As relações entre metrópoles e colônias foram as formas de contato mais incipientes de nações umas com as outras, com a quebra da distância. Para Sen (2001), a Globalização não é um fenômeno recente, pois não é delimitada simplesmente pela ocidentalização.

O poder econômico, assim, constitui de maneira importante os primórdios da Globalização (THOMPSON, 2009). Apesar disso, a Globalização não é limitada apenas ao aspecto da economia. Os âmbitos cultural, político, social, de tradição, relações de trabalho e tecnológico também fazem parte dessa rede, exercendo e sofrendo influências o tempo inteiro uns sobre os outros (COSTA, 2008). Acrescentamos, ainda, os diversos campos do conhecimento e da ciência cujas influências concomitantes em diversos países do mundo acontecem a partir da utilização de tecnologias analógicas e, com o passar do tempo, digitais.

A Globalização é diária, constante e por isso, muitas vezes, até naturalizada e despercebida como fenômeno pelas pessoas em sua rotina. As roupas que usamos, produtos de beleza, utensílios tecnológicos pessoais, filmes, músicas e até alimentos sofrem influências de vários países diferentes do nosso. Nesse sentido, Costa (2008, p.11) a classifica como “um fenômeno típico do capitalismo contemporâneo”. Para o autor, a corrente dos “apologistas” da Globalização acredita que esse processo é primordial para o funcionamento da sociedade, responsável pelo crescimento

econômico do mundo após a Segunda Guerra Mundial, embasado pelo Neoliberalismo. Dentro dessa perspectiva, a função do estado - além de não interferir na economia - seria a proteção dos contratos privados, manter as propriedades e estimular a competição entre os mercados (COSTA, 2008, p.13). Observa-se, por conseguinte:

Os apologistas da globalização estruturam seu pensamento a partir de alguns fundamentos básicos: o mercado como instrumento regulador da vida social, a iniciativa privada como operadora do sistema, e o Estado mínimo desregulado como instrumento de garantia da propriedade e dos contratos (COSTA, 2008, p.12).

Em uma outra abordagem, a Globalização é analisada como um fator de fomento da desigualdade pelo Capitalismo, sendo apresentada como um fenômeno inevitável. Aumento da pobreza, desemprego, desigualdade social, má distribuição de renda, baixa qualidade de vida e fome são características da "perversidade sistêmica" pautada pelo processo de Globalização. Milton Santos (2001) critica esse célere desenvolvimento da sociedade sob a justificativa do progresso econômico e tecnológico da Globalização, afirmando que esses fundamentos estão a serviço do Capitalismo e propõe a reflexão sobre a existência de 3 mundos: O primeiro seria o mundo tal como nos fazem vê-lo: a globalização como fábula; o segundo seria o mundo tal como ele é: a globalização como perversidade; e o terceiro o mundo como ele pode ser: uma outra globalização.

Para o autor, o primeiro mundo faz com que as novas experiências de encurtamento de distâncias, homogeneização das sociedades, estímulo ao consumo, ausência do Estado na economia e privilégio aos interesses internacionais em detrimento do local sejam absorvidas pelas pessoas como verdade absoluta, mas que se tratam simplesmente de fábulas historicamente disseminadas.

O autor aponta:

É como se o mundo se houvesse tornado, para todos, ao alcance da mão. Um mercado avassalador dito global é apresentado como capaz de homogeneizar o planeta quando, na verdade, as diferenças locais são aprofundadas. Há uma busca de uniformidade, ao serviço dos atores hegemônicos, mas o mundo se torna menos unido, tornando mais distante o sonho de uma cidadania verdadeiramente universal. Enquanto isso, o culto ao consumo é estimulado. (SANTOS, 2001, p. 19).

O segundo mundo aponta a Globalização em um viés negativo suscitada a partir de ações hegemônicas do Capitalismo, em especial em ambientes economicamente periféricos e subdesenvolvidos. “O desemprego crescente torna-se crônico. A pobreza aumenta e as classes

médias perdem em qualidade de vida. O salário médio tende a baixar. A fome e o desabrigo se generalizam em todos os continentes” (SANTOS, 2001, p.10). O processo de Globalização, assim, seria a justificativa para diversas mazelas e desigualdades sociais. Corroborando esse pensamento, para Costa (2008, p.17), “a globalização é a forma que o grande capital encontrou para ampliar o seu domínio no mundo”.

A partir dessas duas abordagens, Milton Santos propõe um novo estilo de Globalização através de uma perspectiva mais humanizada, defendendo uma “universalidade empírica” (SANTOS, 2001, p.11). Santos defende a importância de invalidar a racionalidade determinante e milita por “uma globalização constituída de baixo para cima, em que a busca de classificação entre potências deixe de ser uma meta, poderá permitir que preocupações de ordem social, cultural e moral possam prevalecer” (SANTOS, 2001, p.75), em especial pelos países do Sul geográfico.

Seguindo uma linha de reflexão afim, abordamos as proposições de Boaventura de Sousa Santos das Epistemologias do Sul, que se tratam de alternativas teóricas para a linha de pensamento dominante vigente, na qual o colonialismo e o capitalismo suprimem diversas culturas, vozes e pensamentos epistemológicos para impor um conhecimento denominado "válido" e "universal". As Epistemologias do Sul são um conjunto de intervenções epistemológicas que exaltam os saberes que conseguem resistir à dominação. É proposto um diálogo entre saberes (ecologia de saberes) e a implantação de um pensamento pós-abissal como alternativa à distinção entre aquilo que está "deste lado da linha" (verdadeiro, válido, científico e legal) e o que está "do outro lado" (opinativo, intuitivo e idolátrico).

Sobre Globalização, o sociólogo português analisa: “estamos perante um fenômeno multifacetado com dimensões econômicas, sociais, políticas, culturais, religiosas e jurídicas interligadas de modo complexo” (SANTOS, 2002, p. 26). O autor aborda também a ideia do colonialismo que, por ser dominante diante da supressão cultural, muitas vezes é visto como um poder detentor do conhecimento correto.

Por um lado, o capitalismo global, mais que um modo de produção, é hoje um regime cultural e civilizacional, portanto, estende cada vez mais os seus tentáculos a domínios que dificilmente se concebem como capitalistas, da família à religião, da gestão do tempo à capacidade de concentração, da concepção de tempo livre às relações com os que nos estão mais próximos, da avaliação do mérito científico à avaliação moral dos comportamentos que nos afectam. Lutar contra uma dominação cada vez mais polifacetada significa perversamente lutar contra a indefinição entre quem domina e quem é dominado, e, muitas vezes, lutar contra nós próprios. Por outro lado, a resiliência do capitalismo revelou-se na reiterada operacionalidade de uma das suas armas que parecia ter sido historicamente neutralizada: o colonialismo (SANTOS, 2002, p.18).

Boaventura de Sousa Santos pontua que os países centrais que estão à frente da Globalização hegemônica são os que mais se beneficiam desse processo, pois transferem os custos sociais para países periféricos, os quais “[...] sofreram, em geral, nas duas últimas décadas uma degradação da sua posição no sistema mundial, de par com a degradação dos seus já muito baixos padrões de vida” (SANTOS, 2002, p.12).

2.1 Comunicação, globalização e tecnologia

De acordo com o *Michaelis - Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa*¹³, há 17 significados e 10 expressões verbais para a definição de comunicação, dentre os quais destacamos: ato ou efeito de comunicar (-se); Ato que envolve a transmissão e a recepção de mensagens entre o transmissor e o receptor, através da linguagem oral, escrita ou gestual, por meio de sistemas convencionados de signos e símbolos; Ato de conversar ou de trocar informações verbais.

Dessa forma, percebe-se que o conceito de Comunicação é polissêmico, mesmo para os seus estudiosos. As perspectivas acerca desse tema abordam desde definições mais reducionistas, como a interação entre duas ou mais pessoas; até reflexões mais complexas, como a troca simbólica através de um código, com a presença ou não de um suporte tecnológico. Comunicação é ato humano prático, mas também é ciência teórica. Por essa razão, a delimitação de seu objeto de pesquisa deve levar em consideração as diferentes abordagens desse campo e necessita, portanto, de um esforço redobrado (MARTINO, 2014a, p.28).

O significado instintivo para o termo remete à interação, ao diálogo entre dois agentes - emissor e receptor - os quais trocam informações, mensagens, ideais e/ou opiniões por meio de um código simbólico, o idioma – quando se trata da comunicação verbal. Todavia, comunicação não se restringe apenas à relação dialógica entre duas pessoas. Ao tratarmos desse conceito, considera-se também a interação entre máquinas e até mesmo animais (MARTINO, 2014b). Etimologicamente, a palavra tem origem na expressão em latim *communicatio*, conforme pontua o autor:

O termo comunicação vem do latim *communicatio*, do qual distinguimos três elementos: uma raiz muniz, que significa "estar encarregado de", que acrescido do prefixo *co*, o qual expressa simultaneidade, reunião, temos a ideia de uma "atividade realizada conjuntamente", completada pela terminação *tio*, que por sua vez reforça a ideia de

¹³ Disponível em: <michaelis.uol.com.br>. Acesso em: 10 jan. 2017.

atividade. E, efetivamente, foi este seu primeiro significado no vocabulário religioso aonde o termo aparece pela primeira vez. (MARTINO, 2014b, p.12-13).

A palavra comunicação, em preceitos mais fundamentais, também pode significar uma ação realizada em comum (aglutinação dos termos comum + ação) entre duas pessoas por meio da relação entre consciências, pensamentos e sensações. Dessa forma, a Comunicação estudada pela ciência refere-se ao sentido humano. Num viés sociológico, a comunicação é fator fundamental de interação e da própria vida em sociedade: “com efeito, num plano lógico de consideração dos fatos, o processo da comunicação humana poderia ser encarado como o fundamento da vida social” (MENEZES, 1973, p.147).

No prisma do estudo científico da comunicação, França (2014) advoga que o objeto de estudo da comunicação não é concretamente definido, porém seu recorte pode ser feito através da singularidade do olhar de cada pesquisador. A comunicação é parte dos primórdios da vida do homem, mesmo que apenas na modernidade tenha sido problematizada cientificamente com o surgimento dos novos meios de massa. Sobre o significado da palavra, define e analisa:

É óbvio que a comunicação - processo social básico de produção e partilhamento do sentido através da materialização de formas simbólicas - existiu desde sempre na história dos homens, e não foi inventada pela imprensa, pela tv, pela Internet. A modernidade não descobriu a comunicação - apenas a problematizou e complexificou seu desenvolvimento, promovendo o surgimento de múltiplas formas e modulações na sua realização. (HOHLFELDT; MARTINO; FRANÇA, 2014, p.41).

A pluralidade de significados permite que o estudo da Comunicação seja feito de maneira interdisciplinar. A necessidade de compreendê-la, à vista disso, surge tanto da observação sobre os próprios suportes tecnológicos pelos quais são disseminadas as informações – tais como televisão, rádio e Internet – quanto por sua intencionalidade comunicativa e formatos de produção.

As condições nas quais os seres humanos realizam os processos de comunicação foram significativamente alterados ao longo do tempo. Das pinturas rupestres da Pré-História até as trocas de mensagens em tempo real e transmissões ao vivo por intermédio da Internet, o ato de comunicar-se saiu do ambiente presencial para o analógico, em sequência para o digital.

Por volta do século XVIII, as máquinas a vapor trouxeram velocidade à entrega de mensagens em relação ao cavalo. O telégrafo elétrico, no século XIX, ampliou mais uma vez a celeridade com que as informações eram trocadas. O surgimento do telefone, em 1876, e da

lâmpada elétrica, em 1879¹⁴, são marcos de grandes modificações nos suportes de comunicação na história. Briggs e Burke (2006, p.112) pontuam que no século XX "a televisão precedeu o computador, do mesmo modo que a impressão gráfica antecedeu o motor a vapor, o rádio antecedeu a televisão e as estradas de ferro e os navios a vapor precederam os automóveis e aviões". O processo de descobertas delimitou a ideia de "progresso" e "futuro" almejado por diversas nações, em especial na Europa e nos Estados Unidos. As invenções se sucediam nessa busca pelo desenvolvimento econômico e tecnológico.

Já no século XXI, essa cadeia de desenvolvimento cíclico da tecnologia tem caráter efêmero. No contexto digital, os aparatos de comunicação de massa e interpessoal trazem significativas inovações técnicas as quais rapidamente são aderidas por pessoas em diversos países do planeta. A comunicação e o câmbio de informações são atividades constantemente reordenadas pela Globalização e suas interconexões globais. Referimo-nos, pois, tanto do conteúdo simbólico disseminado entre as diversas regiões do planeta, que recebe diversas influências culturais de vários países, mas também dos suportes tecnológicos utilizados na viabilização do processo técnico da comunicação.

Um dos atributos mais significativos da comunicação a partir do desenvolvimento das tecnologias digitais é a ubiquidade. Isto é, as informações estão presentes concomitantemente em toda parte através de diversos aparatos tecnológicos cada vez mais assíduos na vida das pessoas. Mensagens são enviadas de todas as partes do mundo e recebidas em tempo real, atribuindo à comunicação um caráter global (THOMPSON, 2009). Os limites entre tempo e espaço diluíram-se e transformaram completamente o ato de comunicar-se hoje em comparação ao uso de tecnologias analógicas.

Outra questão significativa da comunicação em ambientes digitais é a fragmentação da audiência. Se outrora os meios de comunicação transmitiam produções de caráter mais geral, atualmente as especificidades de pequenos grupos têm ganhado mais visibilidade (EDO, 2007, p.7). É desadequado que a produção de comunicação seja feita de modo generalizado. O público deixou de ser composto de espectadores passivos e passou a ter a presença de internautas, caracterizados pela participação multimídia e interatividade (GARCÍA CANCLINI, 2008, p.22).

¹⁴ Informações disponíveis em: <www.mundociencia.com.br>. Acesso em: 20 fev. 2017.

2.2 Entre celular e computador: o surgimento dos *smartphones*

A emergência de novas tecnologias de comunicação sem fio propicia significativas modificações na comunicação interpessoal. Todavia, além desse aspecto particular de cada indivíduo, recortando-se no campo do jornalismo, percebemos que o a introdução de tecnologias móveis, em especial as digitais, estão ocasionando reordenamentos nos modos de produção de campo. Precedendo essa discussão, traremos neste tópico uma exposição prefacial acerca da telefonia, do aparelho celular e do surgimento dos *smartphones*.

Criado em meados do século XIX, o telefone foi patenteado em março de 1876 por Alexander Graham Bell. A primeira ligação telefônica aconteceu entre seu inventor e o cientista Thomas Edison, com a mensagem: “*Sr. Watson, preciso do senhor, venha*” e gerou inicial incredulidade em relação ao seu antecessor, o Telégrafo. No mesmo ano em que Bell inventou o telefone, outro inventor, Elisha- Gray, também solicitou patente de um aparelho semelhante (BRIGGS; BURKE, 2006). A intenção do telefone era a transmissão das palavras telegraficamente através de redes elétricas convertidas em som. Em seu primeiro modelo, era possível ouvir o som ou falar, porém não ambas as ações concomitantemente.

Durante os primeiros anos muitos associavam o telefone ao entretenimento para audiências dispersas e à comunicação ponto a ponto entre indivíduos. Somente por essa razão o telefone deve figurar como mais importante que o telégrafo na pré-história da radiodifusão (BRIGGS; BURKE, 2006, p.150).

Após 97 anos do surgimento do telefone, esse aparelho ganhou o aspecto da mobilidade. O telefone celular móvel surgiu em 1973, com o protótipo DynaTAC da empresa Motorola, o qual não foi disponibilizado para comercialização. No dia 3 de abril do ano citado, foi realizada a primeira chamada telefônica através de um aparelho sem fio pelo pesquisador Martin Copper na cidade de Nova York, nos Estados Unidos. Las Casas (2009, p.51) conceitua celular como:

É um aparelho de comunicação por ondas eletromagnéticas, que permite a transmissão de voz e dados em duas vias (transmissor e receptor). A principal diferença entre o telefone convencional e o celular é que o telefone celular é conectado à rede telefônica através de ondas de rádio, permitindo assim sua mobilidade, enquanto o telefone convencional faz uso de fios.

O aparelho media 25cm de comprimento por 7 de largura, pesava 1kg – o que conferiu ao aparelho o apelido de “tijolão” - e sua bateria durava 60 minutos (LAS CASAS, 2009). A venda

comercial do primeiro celular aconteceu 10 anos depois, em 1983, com o modelo DynaTAC 8000X. O valor do celular era US\$ 3.995 na época, cerca de US\$ 10 mil em valores atualizados.¹⁵

Figura 1 – DynaTAC, o primeiro telefone celular



Fonte: Infográficos O Globo¹⁶

Em 1989, a própria Motorola lançou um modelo de celular de tamanho reduzido, 22 centímetros, e com tampa dobrável (*flip*), o MicroTAC. Esse *design* se popularizou nos aparelhos lançados entre os anos de 1990 e 2000. A partir daí o celular ganhou, de fato, a característica da mobilidade e podia ser transportado no bolso da roupa ou na palma da mão. Em 1992, na Inglaterra, foi enviada a primeira mensagem de texto através de um aparelho celular com o serviço *Short Message Service* (SMS) pelo engenheiro Neil Papworth. Nessa época, os celulares não possuíam teclados de letras, então a mensagem foi escrita em um computador e enviada ao diretor da empresa Vodafone, que utilizava o aparelho Orbitel 901¹⁷. Com o desenvolvimento de novas

¹⁵ Informações disponíveis em: <<http://infograficos.oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/conheca-a-evolucao-do-telefone-celular.html>>. Acesso em: 12 fev. 2017.

¹⁶ Disponível em: <<http://infograficos.oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/conheca-a-evolucao-do-telefone-celular>>. Acesso em: 2 jan. 2017.

¹⁷ Informações disponíveis em: <<https://www.tecmundo.com.br/sms/33555-conheca-a-historia-do-primeiro-sms-que-completa-20-anos-hoje-.htm>>. Acesso em: 15 jan. 2017.

funcionalidades para o celular, como as mensagens de texto, esse aparelho tornou-se cada vez mais popular entre as pessoas, conforme discute Martin (2013, p.54):

Um ano depois, o número de assinaturas cresceu para mais de 50 milhões e a rede de dados digitais e de voz sem fio, conhecida como 2G, entrou em ação. O uso do telefone celular também continuou crescendo e em 1998, o consumidor médio usava seu telefone por 122 minutos por mês e dois anos depois as assinaturas para telefones celulares sem fio chegaram a 100 milhões.

No Brasil, o celular chega em 1990, com aparelhos rústicos e de alto custo. Nesse ano, o número de aparelhos no país era 667 (LAS CASAS, 2009, p.37). A partir de 1997, quando a política Neoliberal promoveu a privatização da telefonia no país sob o argumento de permitir ao Estado dedicação a serviços essenciais – saúde, segurança e educação - o mercado se ampliou e diversificou a quantidade e qualidade dos telefones móveis disponíveis para comercialização. Atualmente, a telefonia móvel brasileira cresce exponencialmente. O Brasil registrou, até o mês de agosto de 2016, mais de 281,70 milhões de linhas ativas, sendo 75,75% (213,40 milhões) delas na modalidade de serviço pré-pago¹⁸.

Nos anos 2000, surgiram os primeiros *smartphones*. O termo, cuja tradução é "telefones inteligentes" é utilizado em massa pela indústria da telefonia para representar a maior capacidade de processamento em relação aos celulares antecessores. O primeiro *smartphone* foi o IBM Simon, lançado no ano de 1994. Além das funções de chamada telefônica e mensagens, ele tinha tela sensível ao toque, calendário, calculadora, agenda, bloco de notas e armazenava contatos. Nessa época ainda não existia o termo *smartphone*, então o celular era definido como "o primeiro e verdadeiro computador pessoal".¹⁹

¹⁸ Dados disponíveis em:

<<http://www.anatel.gov.br/Portal/exibirPortalNoticias.do?acao=carregaNoticia&codigo=36556>>. Acesso em: 1 jan. 2017.

¹⁹ Informações disponíveis em: <<https://www.tecmundo.com.br/celular/60720>>. Acesso em: 27 jan. 2017.

Figura 2 – IBM Simon, o primeiro *smartphone*



Fonte: Portal TechMundo²⁰

Uma das principais características dos "telefones inteligentes" foi o *wireless*, ou seja, conexão sem fio. Nessa época, a principal tecnologia nesse segmento foi o Bluetooth, frequentemente utilizada para a troca de arquivos de imagens e som entre os telefones móveis. O primeiro aparelho com esse atributo foi o T36 Ericson. No ano 2004, a empresa Motorola lançou para comercialização o primeiro aparelho de estrutura fina, com 14mm de espessura, o qual não apresentava antena externa. Seu nome era RAZR V3 e ele inaugurou uma era de aparelhos móveis com maior preocupação estética e ampliando a possibilidade de portabilidade do objeto.

Dentro desse estilo de *smartphone* com maior cautela estética, a Apple se destacou, em 2007, com o surgimento o iPhone. O teclado *touchscreen* – com toque na própria tela - modificou significativamente o modo como os usuários interagem com seus aparelhos pessoais. Digitação de textos, visualização de tela e ampliação de imagens com os dedos ficou mais ágil. A empresa trouxe para o *smartphone* uma plataforma com recursos próprios. Ou seja, transformou os *smartphones* em minicomputadores com sistemas operacionais semelhantes aos dos computadores.

Considerando as características dos celulares e *smartphones*, bem como o seu desenvolvimento, é possível o seguinte questionamento: o que são os *smartphones*, afinal? Celulares ou microcomputadores? A resposta abarca características de ambos os aparelhos. Os “telefones inteligentes”, como o próprio conceito indica, são telefones celulares mais sofisticados e apresentam atributos semelhantes aos computadores, como a capacidade de processamento (MARTIN, 2013). Além das funções mais básicas comuns aos dois tipos de tecnologia, como efetuar e receber chamadas; enviar e receber mensagens de texto SMS (*Short Message Service*) e,

²⁰ Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br>>. Acesso em: 27 jan. 2017.

após um tempo, de MMS (*MultimediaMessage Service*), em que conteúdos multimídia puderam ser adicionados às mensagens, eles apresentam características distintas. Para melhor visualização das diferenças entre *smartphones* e celulares, apresentamos a tabela abaixo:

Quadro 1 – Principais diferenças entre celular e *smartphone*

CELULAR	SMARTPHONE
Tela não sensível ao toque;	Telas <i>touchscreen</i> (sensíveis ao toque);
Acesso à Internet através de navegadores WAP e rede 2G;	Acesso à Internet através de WiFi e redes 3G e 4G;
Limitação para multimídia, pois não possui processador;	Por possuir processador semelhante ao de um computador, possibilita acesso a jogos e aplicativos;
A bateria dura, em média, 5 dias com carga;	A bateria dura, em média, 12 horas com carga;
Armazenamento reduzido;	Armazenamento maior em relação ao celular e ampliável através de cartão de memória;
Nem sempre apresenta câmera embutida;	Todos os modelos apresentam câmeras, possibilitando a produção de fotografias e vídeos;

Fonte: elaboração própria.

Justificamos a construção do quadro acima porque, ao longo da pesquisa de campo, verificamos que os jornalistas utilizam tanto celulares quanto *smartphones* em seu cotidiano de trabalho. Por isso, para diferenciarmos as ferramentas no momento da descrição e análise, consideramos relevante apresentar as distinções entre ambos os aparelhos. Além dessas diferenças, Martin (2013) aponta como atributos diferenciais dos *smartphones* a viabilidade de *Networking* (rede social), ampliando a interação entre os usuários desse aparelho através de redes sociais na Internet; e os serviços de localização por meio do *Global Positioning System* (GPS), ou Sistema de Posicionamento Global. Justificamos a elaboração da tabela acima porque em nosso campo de investigação são utilizados ambos os aparelhos durante as rotinas produtivas.

A relação entre o usuário e o aparelho também é um ponto importante no que tange às diferenças do celular e o *smartphone*. Enquanto que o primeiro não apresenta possibilidade de personalização, o segundo permite, por intermédio dos aplicativos, que o aparelho seja customizado de acordo com as necessidades e intenções de uso de seus proprietários. Por essa razão, o *smartphone* é um objeto o qual cada vez mais faz parte do cotidiano das pessoas. É importante salientar que “os consumidores de televisão e computadores fazem um intervalo. Eles

fisicamente se levantam e deixam o aparelho, ou os desligam. Isso não acontece com um telefone móvel” (MARTIN, 2013, p.75).

2.3 Globalização e a prática jornalística

Ao tornar-se global com a massificação do acesso à Internet, o jornalismo enfrentou uma ruptura no seu modo de produção. Com as Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e seu progresso acelerado ao longo do tempo, intensificaram-se as reconfigurações vividas pelos jornalistas nos últimos anos.

Travancas (1993) define a prática jornalística de um repórter de impresso com a atribuição de produzir textos jornalísticos na norma culta gramatical para serem veiculados na edição do periódico no dia seguinte. Esse contexto envolve um processo de apuração com entrevistas em campo, anotações em blocos, gravação em gravadores portáteis e fotografia feita pelo fotojornalista que o acompanha. Já Silva (2015) delinea uma série de transmutações ocasionadas pela introdução de dispositivos móveis digitais na prática de campo, em que os repórteres podem, com apenas um aparelho, gravar suas entrevistas, fotografar, filmar, anotar e, até mesmo, redigir e publicar o texto final. Em outras palavras, ser jornalista e fazer jornalismo são condições que passaram e ainda estão passando por múltiplas transformações.

Nesse cenário, ao observar-se um panorama mais amplo dentro do contexto da globalização e tecnologia que discutimos ao longo deste capítulo, vê-se que esse célere desenvolvimento tecnológico está ligado diretamente à aceleração do sistema produtivo dentro do Capitalismo (SODRÉ, 2014). Vê-se, segundo o autor, que a ideologia capitalista uniformiza a realidade sob a justificativa de tornar o mundo mais global. A “financeirização do mundo” (SODRÉ, 2014, p.12) decorre da concentração do capital a partir de diversas áreas da sociedade, como as artes, computação, física, microeletrônica etc. Para que isso fosse possível, ao longo do tempo diversas invenções denominadas de revolucionárias provocam as quebras dos espaço-temporais (THOMPSON, 2009), como por exemplo a prensa, a máquina à vapor e, nos últimos anos, pode-se citar os dispositivos móveis digitais.

Tal revolução, pautada no capital financeiro, tem como significativa força propulsora a circulação de informação e discursos – texto, imagem em movimento, fotografia e som – por meio de tecnologias que estimulam o consumo de informações em contexto de nomadismo e movimento,

como cita-se os *smartphones*. Atua-se na área industrial, com o surgimento de tecnologias cada vez mais inovadoras, mas também no aspecto da informação. Sobre isso, Sodré (2002, p.13-14) analisa:

No que diz respeito à Revolução da Informação, novo mesmo é o fenômeno da estocagem de grandes volumes de dados e sua rápida transmissão, em grau inédito na História, isto que se tem revelado uma das grandes características da modernidade - a mobilidade ou a circulação das coisas no mundo. Se a Industrial centrou-se na mobilidade espacial, a da Informação centra-se na virtual anulação do espaço pelo tempo, gerando novos canais de distribuição de bens e a ilusão da ubiquidade humana (SODRÉ, 2002, p.13-14).

Assim, a esfera financeira e econômica do mundo transita através dos produtos informacionais, gerando novas demandas para os profissionais dessa área e para a própria profissão em si. Desde 1970 o mundo vivencia transformações sócio-históricas que abarcaram várias esferas do setor capitalista (ALVES, 2011), entre elas o jornalismo. O estímulo à concorrência e à acumulação de bens financeiros propiciou ao jornalismo uma corrida em busca da audiência e preferência do público, de modo que seja possível identificar o modelo de negócios mais adequado e rentável para as empresas – embora isso ainda não tenha sido possível até hoje.

Dessa maneira, percebe-se que a globalização é heterogênea, por isso é complexa a sua relação com a prática jornalística. Reese (2010) aponta que o surgimento de novos meios de produção no jornalismo não significa a extinção de outros mais antigos, mas eles coexistem por meio da rede e em novas estruturas. Por exemplo, o rádio ainda existe no *podcast* de uma matéria multimídia na Internet, bem como o texto ainda tem lugar na virtualidade informacional, assim como as imagens.

Além do disso, a relação entre jornalismo e localidade é modificada com a ideia de globalização. Em um amplo panorama, os acontecimentos de países estrangeiros, como Estados Unidos, são notícia no Brasil porque é possível enviar as imagens via satélite e trazem uma sensação de proximidade. Do planeta ao bairro, tudo isso pode ser visto na televisão da sala de casa, no computador do quarto ou na palma da mão, com os celulares e *smartphones*. As malhas de pessoas ao redor do mundo obtêm informações descentralizadas em uma rede de sentidos cujo ponto de união é a Internet, pois “o sentido global encontra-se cada vez mais perceptível, cada vez mais difícil de circunscrever, de fechar, de dominar” (LÉVY, 1999, p.120).

Torna-se, então, tarefa desafiadora para o jornalista encontrar a si mesmo nesse contexto e identificar em si um profissional capaz de lidar com as informações que fluem a todo o tempo, horário e local. Para isso, diversas habilidades devem ser incorporadas, como o domínio da escrita,

da imagem em movimento, da edição textual e imagética, da fotografia, da gramática, entre outras. Para a produção hipermídia, um hiperjornalista.

Além do profissional, os modos de contar a história, na perspectiva da globalização, seguem a regra da criatividade: os fatos devem manter-se na objetividade e na fidelidade ao real, mas a forma que serão repassados ao público são reinventadas nas ambiências virtuais. Entretanto, essa construção não é solitária e nem restrita às paredes da redação do jornal. A audiência deixa de lado a passividade e interage com os conteúdos noticiosos, sugerindo, contribuindo, elogiando e/ou criticando. Cita-se, nesse ponto, o advento das redes sociais na Internet (RECUERO, 2009) como espaços em rede de socialização e troca de experiências, no caso, entre as empresas de comunicação e seu público.

Em vista disso, ubiquidade (PAVLIK, 2014) é a palavra que liga mais estreitamente a globalização ao jornalismo, pois representa a circulação de informações na sociedade passivelmente disponíveis a todo o tempo. A respeito desse conceito, tem-se:

Ubiquidade significa ser encontrado em todo lugar. O dicionário Merriam-Webster oferece esta definição: “presença em todo lugar ou em muitos lugares, sobretudo simultaneamente.”² É significativo notar que esta definição inclui a noção de presença simultânea. No contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real. Quer dizer que todos podem não apenas acessar notícias e entretenimento, mas participar e fornecer sua própria contribuição com conteúdos para compartilhamento e distribuição global (PAVLIK, 2014, p.160).

Objetivamente, o que torna possível a ubiquidade na sociedade contemporânea? Os dispositivos móveis digitais, aparelhos os quais têm ganhado cada vez mais espaço do exercício do jornalismo, sobretudo devido à possibilidade de conexão à Internet, possibilitando a divulgação de conteúdos jornalísticos em tempo real, e à sua característica multitarefa. Ou seja, enquanto oferece possibilidades ao profissional, também proporciona desafios.

Nessa perspectiva, a mobilidade é contínua, dinâmica e onipresente (SANTAELLA, 2011). A globalização é a mobilidade que se perpetua em todas as áreas, como política, economia, artes, moda, música, ciências exatas, consumo e, inclusive, da comunicação (enquanto prática humana e enquanto ciência, a Comunicação). A globalização faz parte do cotidiano da sociedade, por isso inevitavelmente também permeia o trabalho do jornalista. Assim, nos últimos anos tem-se configurado uma cultura da mobilidade (LE MOS, 2011) como forma de evolução da cultura humana. Na atividade jornalística, citamos neste subitem alguns desdobramentos – como as mudanças no perfil do jornalista, seus instrumentos de trabalho e os formatos dos produtos

jornalísticos – envolvidos na reconfiguração das ideias de espaço e tempo no mundo. A mobilidade, portanto, emoldura todo esse cenário de metamorfoses pelas quais o jornalismo está passando. Sobre esse ponto trataremos no capítulo a seguir.

3 JORNALISMO EM CONTEXTO DE MOBILIDADE

*Não há dúvidas sobre isso - o mundo mudou - e ele se tornou móvel".
(Chuck Martin).*

Apesar de os dispositivos móveis digitais terem estimulado a intensificação do debate acerca da mobilidade na sociedade, não foram eles que a inventaram. Desde os primórdios da humanidade, a mobilidade é inerente ao ser humano, que através do nomadismo se deslocava de tempos em tempos para locais com melhores condições de sobrevivência. Com o surgimento da agricultura, as pessoas foram se fixando nos lugares, formando as primeiras cidades e outros tipos de mobilidade foram surgindo: não apenas referentes ao deslocamento físico de pessoas, mas também de consciências, ideias e modos de vida. O lugar da presença, antes apenas física, torna-se virtualizado.

“O termo mobilidade social refere-se ao movimento de indivíduos e grupos entre diferentes posições socioeconômicas” (GIDDENS, 2012, p.302). A mobilidade é uma palavra que deriva do latim e significa a característica daquilo que é móvel, e é parte intrínseca da vida em sociedade na contemporaneidade. Apesar de as paisagens urbanas serem permeadas de elementos estáticos, como os prédios e casas, paradoxalmente tudo se move ao redor: pessoas, carros, ônibus, motocicletas, caminhões e até aquilo que não podemos ver, como ondas eletromagnéticas e as informações circulantes por esses espaços. Discute-se sobre o paradigma da mobilidade (URRY, 2007) e a cultura da mobilidade (LEMOS, 2011) que envolve tanto os nichos do tempo, espaço e deslocamento entre eles, como também a social, urbana, geográfica, arquitetônica, automobilística e, no caso deste trabalho, a informacional, mediada pelo jornalismo. A respeito desse paradigma atrelado à prática jornalística, Silva (2013, p. 176) propõe:

O paradigma da mobilidade está presente no cotidiano. Argumentamos que esse movimento de informações e imagens por redes digitais representa uma expressão da mobilidade informacional impulsionada pela portabilidade e pelo contexto da comunicação ubíqua e, nesse sentido, é relevante discutir as dimensões que a mobilidade adquire no momento atual com seus reais impactos com a estrutura técnica desencadeada e as transformações no trabalho do campo jornalístico.

A mobilidade - ou mobilidades, conforme Urry (2007) - é dinâmica e atualmente é significativamente atravessada pela tecnologia. Desde a primeira década do século XXI, nota-se que a mobilidade informacional aliada à física (LEMOS, 2011) é a que mais se destaca em fluxo de propagação. Sobre esse conceito, Lemos (2011, p.26) afirma que a mobilidade informacional

atualmente “se dá pela interface entre o espaço eletrônico e o espaço físico – que chamei de território informacional”. A comunicação circula no tempo e no espaço não apenas oralmente, como através da fala, mas também nos ambientes virtuais, por meio de estruturas digitais e ubíquas²¹. Dessa maneira, compreender a mobilidade é fundamental para os estudos do jornalismo na atualidade. Se por um lado a Globalização reconfigurou o panorama da difusão de informações com o desenvolvimento de diversos meios de transporte, a digitalização (LEVY, 1993; SCOLARI, 2008) e mobilidade dos suportes técnicos dilata as raízes da comunicação das ambiências materiais para, além delas, as virtuais.

Tais tecnologias não têm adquirido pés humanos para a locomoção, mas estão ocupando as palmas das mãos das pessoas e espaço em seus cotidianos devido à miniaturização de suas estruturas físicas e à possibilidade de conexão em rede e sem fio. Com a ponta dos dedos é possível acessar, divulgar, produzir e reproduzir informação, pois os aparatos digitais estão ainda mais híbridos, incorporando funções e potencialidades que outrora eram encontradas apenas em ferramentas isoladas. A título de exemplo, observamos o *smartphone*, o qual quebra as barreiras da sua configuração como telefone e possibilita, além da efetuação e recebimento de chamadas, a troca de mensagens e a dinamização de atividades como fotografar, gravar áudios, vídeos, editar textos, salvar conteúdos e, principalmente, conectar-se à Internet.

O *smartphone*, assim como os *tablets* e *palmtops*, são mídias móveis e locativas (SANTAELLA, 2011) que agrupam o acesso à Internet, as funções de telefonia e a “mobilidade por territórios informacionais” (LEMOS, 2007, p.25) em um só aparelho, o qual reconfigura a relação entre os seres humanos e a tecnologia devido a sua possibilidade de conexão ubíqua, pois:

A conexão é onipresente porque, mesmo quando os usuários se distraem, descansam ou dormem, a conexão continua ativa. A mobilidade é contínua porque ela está em permanente estado de disponibilidade, mesmo quando o dispositivo está parado, além de que as nuvens invisíveis de bytes movimentam-se ininterruptamente (SANTAELLA, 2011, p.135).

Não se pode separar comunicação de mobilidade, pois em conjunto produzem um sentido e uma subjetividade (LEMOS, 2011). Assimilamos, pois, que o paradigma da mobilidade se relaciona com o jornalismo como um caminho para a inovação, mas que ao mesmo tempo causa diversos tensionamentos para o cotidiano laboral dos jornalistas. Os estudos acerca dessa área são

²¹ A ubiquidade se refere à possibilidade de acesso à informação a qualquer momento e/ou espaço físico através de aparatos digitais.

de significativa relevância e acreditamos que o aspecto analítico pode contribuir para uma melhor compreensão no fenômeno quando atrelado ao fator crítico. Conforme percebe-se:

No entanto, ao mesmo tempo, o paradigma das mobilidades, particularmente através do seu impulso imersivo e, ao mesmo tempo, analítico, permite que os pesquisadores se envolvam criticamente com as pessoas e os assuntos que estudam de maneira inovadora e altamente efetiva e orientem-se criticamente para o futuro, não apenas o passado. Muitos dos estudos que fazem o paradigma das mobilidades são etnográficos (ou são etnografias "móveis") e, portanto, intrinsecamente ligados à prática, muitos fazem parte de projetos de inovação colaborativa, intervenções de arte e design ou fazem parte de painéis, programas e literaturas de orientação política (BÜSCHER; URRY; WITCHGER, 2011, p.111, tradução nossa)²².

Todo esse contexto se desenvolve no ambiente físico, mas também tem relação com o ciberespaço. Este se trata da “interconexão digital entre computadores ligados em rede. É um espaço que existe entre os computadores, quando há uma conexão entre eles que permite aos usuários trocarem dados” (MARTINO, 2015, p.29). Apesar de dispositivos móveis digitais não serem computadores efetivamente, também estão incluídos nesse panorama do ciberespaço por permitirem conexões em rede entre as pessoas, associados ao aspecto da cultura da mobilidade, que para Lemos (2011, p.19) “faz parte da evolução da cultura humana como um tempo” e na contemporaneidade está ainda mais fortalecida com a mobilidade informacional por meio de DMDs.

As relações entre os seres humanos em suas mais diversas vertentes, quando articuladas em redes de computadores – e atualmente também em tecnologias móveis digitais – é denominada de Cibercultura (LEVY, 1999). E apesar do fortalecimento entre o desenvolvimento tecnológico e a sociedade, a Cibercultura não implica no determinismo da tecnologia sobre as ações humanas (MARTINO, 2015). Não consideramos adequado avaliar que a tecnologia é responsável por todos os tensionamentos desvendados pela interatividade (relação pessoa-máquina). Ao contrário, é o uso que os seres humanos aplicam à tecnologia que desenvolve um ecossistema de inquietações e processos passíveis de reflexão crítica. No entanto, deve-se considerar que os aparatos tecnológicos ampliam o campo de ações para além do meio físico, proporcionando a ocupação de espaços não concretos, antes inimagináveis de serem permeados da maneira que são atualmente.

²² Trecho original: However, at the same time, the mobilities paradigm, particularly through its immersive and at the same time analytical momentum, enables researchers to critically engage with the people and the matter they study in novel and highly effective ways, and to orient critically toward the future, not only the past. Many of the studies that make the mobilities paradigm are ethnographic (or are ‘mobile’ ethnographies) and thereby intrinsically connected into practice, many are part of collaborative innovation projects, art and design interventions, or form part of policy advisory panels, programmes and literatures.

A Internet pode ser entendida como uma rede digital que congrega diversas dinâmicas sociais e culturais. Essas relações podem existir também fora da rede virtual, ou serem formadas a partir dela e serem posteriormente dilatadas para os ambientes físicos. De acordo com Levy (1999), a cultura virtual é integrada por usuários da rede que experimentam as potencialidades dessa plataforma de comunicação a partir da recepção de conteúdos e da interação com eles. Surge, nessa conjuntura, o Ciberespaço.

O ciberespaço (que também chamarei de “rede”) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LEVY, 1999, p.17).

A partir dessa lógica, Levy entende a construção de uma inteligência coletiva a partir do abandono da ideia de poder. Ou seja, os indivíduos têm diante de si uma ferramenta de interação com os outros e também de construção de sua própria identidade. Nesse âmbito, surgem as manifestações de opiniões e ideologias em espaços, ao primeiro olhar, mais democráticos como os virtuais. A Internet, dessa maneira, passa a ser "uma plataforma privilegiada para a construção social da autonomia" (CASTELLS, 2013, p.170).

As formas de se produzir comunicação têm passado por significativas transformações tanto no âmbito global quanto nos contextos nacional e local. No âmbito do jornalismo, os repórteres estão indo a campo munidos de diversos aparatos tecnológicos e portando aparelhos híbridos, os quais proporcionam a realização de diversas tarefas através de uma só ferramenta. Os *smartphones* e *tablets*, por exemplo, reduzem a necessidade de o jornalista levar consigo muitos instrumentos de trabalho, como bloquinho de anotações, caneta, gravador e pilhas etc. Examinando-se por essa perspectiva, o trabalho jornalístico se torna mais prático.

O conceito de mobilidade, por conseguinte, é físico e virtual, envolve pessoas e objetos, lugares e ideologias. Envolve, assim, um meio de transporte - seja um automóvel ou as próprias formas de conexão em rede - que se move com característica do nomadismo informacional (LEMOS, 2011). Então, observar a atual presença da mobilidade no jornalismo nada mais é do que um recorte da realidade da sociedade global contemporânea, na qual é notável a presença dos dispositivos móveis em todas as áreas da vida humana.

Para Santaella (2007, p. 231), a mobilidade diminui distâncias físicas, pois “qualquer parte do mundo se tornou acessível ao toque de minúsculos dígitos de um pequeno aparelho que quase cabe na palma da mão de uma criança”. As circunstâncias de mobilidade contemporânea com esses aparelhos tornam as pessoas passivelmente conectadas o tempo todo, caracterizando uma relação ubíqua com a Internet e suas dinâmicas. O jornalismo móvel digital representa as performances da mobilidade informacional atrelada à incorporação de aparatos portáteis e digitais que propiciam ao jornalista novas formas de executar sua função de trabalho.

Na contemporaneidade, a prática do jornalismo é marcada, primordialmente, pela presença dos dispositivos móveis no fazer profissional. Os principais objetivos de seu uso pelos jornalistas, além da praticidade, são a celeridade proporcionada ao processo produtivo e a multimídia, em especial. Por conseguinte, a rotina jornalística sempre procurou meios de se desenvolver de forma mais ágil, levando a informação ao público o mais celeremente possível ao longo da história. Exemplos disso são o telégrafo sem fio, o rádio, a televisão e a Internet. A rapidez na difusão de conteúdo informativo é um ponto significativo para a apropriação de uma plataforma midiática pelo jornalismo.

Diante desse quadro visto cotidianamente no ambiente empírico, cabe aos pesquisadores da área da Comunicação, principalmente no que tange aos Estudos do Jornalismo, investigar a prática do uso de dispositivos móveis digitais pelos jornalistas em sua rotina de campo. Afinal, esse é um exercício recorrente nas redações nos últimos anos, mesmo naquelas em que o produto final é um jornal ou revista impressos.

No panorama dos estudos científicos da área, surge, então, o conceito de jornalismo móvel a partir da visualização do fenômeno da mobilidade como principal ferramenta de produção de notícias. Contudo, a mobilidade considerada nesse processo, em observação ao fenômeno deste século XXI, leva em consideração não apenas a mobilidade dos objetos físicos ou o aspecto do deslocamento, mas o conceito envolve também a penetração de tecnologias digitais no transcurso produtivo. Cria-se um novo ecossistema em que o conteúdo das empresas de comunicação é produzido e também consumido por meio dos dispositivos móveis.

Os dispositivos móveis digitais têm sido naturalmente incorporados ao cotidiano da sociedade nos últimos anos, pois são aparelhos completamente pessoais. Enquanto comumente em uma residência era encontrado um computador de mesa ou telefone fixo, os quais eram divididos entre os membros da família, os *smartphones* pertencem a apenas um usuário e são personalizados

de acordo com suas preferências e necessidades. Dessa maneira, desde ações muito particulares, como ser o despertador pela manhã, até outras mais usuais, como o acesso à Internet e comunicação interpessoal, esses aparelhos estão presentes na vida das pessoas, porquanto:

O celular é uma tecnologia entre diversas outras que nos cercam e constituem. Frequentemente consideramos que a nossa sociedade está saturada por tecnologias de vários tipos. Celulares são, muitas vezes, classificados entre tecnologias de informação e de comunicação, e aqui observamos que, enquanto a comunicação tem sido sempre materialmente incorporada e mediada, a importância de novas formas e tecnologia são bastante destacadas atualmente, como o uso da Internet, computadores e telecomunicações demonstram (GOGGIN, 2006, p.10, tradução nossa).²³

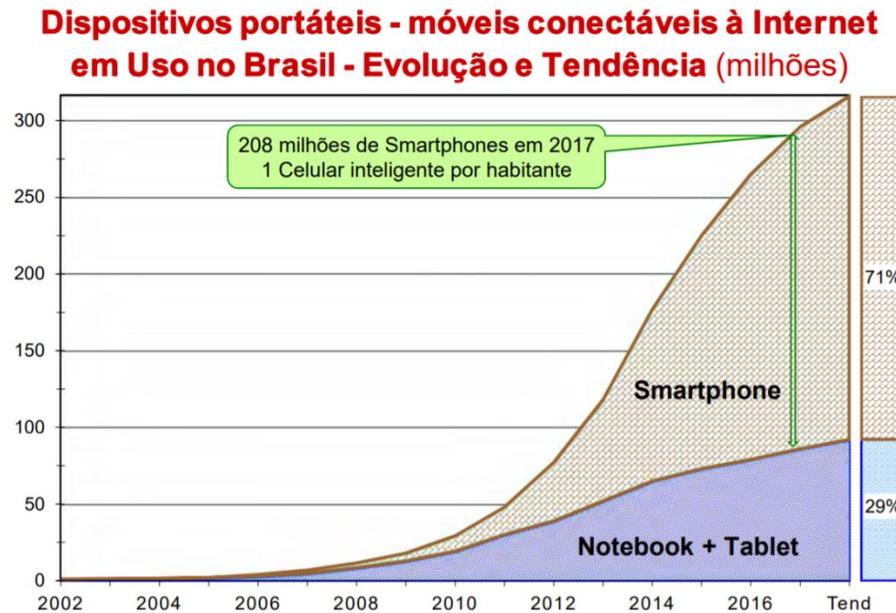
Os dispositivos móveis digitais são marcados pela miniaturização e hibridização de ferramentas. Esses aparelhos deslocaram a telefonia do espaço arquitetônico de uma casa ou local de trabalho, transportando a possibilidade de comunicação para a palma da mão das pessoas, não apenas através da telefonia, mas ainda pelo acesso à Internet. Esses elementos configuram uma série de impactos sociais causados pelos celulares, resignificando a ideia de tempo e espaço e ampliando o contato constante entre as pessoas. Na contemporaneidade, pois, vivenciamos uma atmosfera de proximidade plena com a informação.

Ter à disposição um aparelho particular que permite essa série de funcionalidades rompem a necessidade de ter um ambiente e/ou fios para a comunicação à distância. As pessoas não precisam estar presas a um local para a realização de um contato interpessoal, pois agora isso pode ser feito de todos os lugares. Logo, os dispositivos móveis representam, além da liberdade espaço-temporal, a autoridade pessoal sobre a comunicação. De acordo com uma pesquisa da Fundação Getúlio Vargas (FGV), o número de *smartphones* será igual ao de habitantes no Brasil até outubro de 2017. Hoje o país tem 208 milhões de dispositivos móveis com acesso à Internet.²⁴

²³Trecho original: The cell phone is a technology, among the many other technologies that surround and constitute us. We often consider our society to be saturated by technologies of many sorts. Cell phones are often classed among information and communication technologies, and here we observe that, while communication has always been materially embedded and mediated, the importance of new forms of technologies is quite pronounced at the present time, as the use of the Internet, computers, and telecommunications demonstrates.

²⁴ Dados disponíveis em: <<http://www.valor.com.br/empresas/4943034/brasil-tera-um-smartphone-por-habitante-ate-outubro-projeta-fgv>>. Acesso em: 23 fev. 2017.

Figura 3 – Quantitativo de dispositivos móveis no Brasil



Fonte: Fundação Getúlio Vargas²⁵

O estudo acima inclui o *notebook* como dispositivo móvel. Contudo, não o consideramos nesta dissertação porque entendemos que esses aparelhos não se enquadram na noção de mobilidade ansiada pelo jornalismo em suas rotinas laborais. Apesar de serem mais portáteis do que os computadores de mesa, compreendemos que os *notebooks* ainda precisam de um espaço físico para a sua efetiva utilização, como o apoio de uma mesa, cadeira ou banco, assemelhando-se aos computadores *desktop*²⁶. Estes estão cada vez mais preteridas em relação às ferramentas móveis e ubíquas, as quais, porém, estão sendo incorporadas às rotinas das pessoas tanto para fins de entretenimento e fonte de informação, como também utilizados por diversas áreas do mercado de trabalho para o exercício das atribuições laborais. Há uma década esse panorama já era inquietação para Castells et al. (2007, p.7), que refletia:

A telefonia móvel realmente decolou em todo o mundo na metade dos anos 1990, quando a proporção de móveis para linhas fixas de telefone passou de 1:34 (1991) para cerca de 1:8 (1995). Por volta do ano 2000, havia um telefone móvel para cada duas linhas fixas e por volta de 2003, as assinaturas de telefones móveis ultrapassavam as de telefonia fixa pela primeira vez.

²⁵ Estudo anual sobre o uso de tecnologias da informação (TI), realizada pelo pesquisador Fernando S. Meirelles (Professor titular de TI e fundador do GVCia). Disponível em: <<http://eaesp.fgvsp.br/sites/eaesp.fgvsp.br/files/pesti2017gvciaappt.pdf>>. Acesso em: 02 jul. 2017.

²⁶ Computadores de mesa.

Logo, os celulares modificam as relações sociais desde 1990, visto que expandem a comunicação entre as pessoas. A era dos “telefones inteligentes” associou à telefonia a possibilidade de conexão à Internet e acesso a redes sociais virtuais. Como consequência, o jornalismo está vivenciando um período de progressivas descobertas de novas lógicas de produção e distribuição das informações. Os modelos de negócio estão tentando encontrar uma estabilidade que busca, primordialmente, o aumento das receitas. Os profissionais precisam lidar com o aprendizado da utilização de novos modos de trabalho e com a necessidade da adoção de um novo perfil multimídia. É um fenômeno complexo o qual cientificamente precisa ser problematizado e investigado.

Neste capítulo, pretendemos discutir a apropriação de dispositivos móveis digitais pelo jornalismo em uma perspectiva reflexiva teórica. Discutiremos o jornalismo móvel digital (SILVA, 2013) como uma prática jornalística da atualidade e também como um campo de estudo o qual, apesar de ter um expressivo crescimento nos últimos anos, ainda está em ascensão e vivenciando um período de perenes inquietações. Por conseguinte, este segundo capítulo está dividido em: *Jornalismo móvel digital como área de investigação científica; Jornalismo móvel digital: conceitos e desdobramentos;*

3.1 Jornalismo móvel digital como área de investigação científica

A relação entre jornalismo e mobilidade é histórica. O que se pode considerar novidade nos estudos atuais acerca do jornalismo móvel é a introdução de tecnologias móveis digitais em todas as etapas do processo de construção jornalística. Nessa perspectiva, o que seria o “móvel” do jornalismo móvel? Uma primeira ideia poderia instintivamente nos direcionar a essa palavra como um sinônimo de portabilidade. Caso o fosse, o jornalismo é móvel desde os seus primórdios, porque o bloquinho, a caneta ou o jornal impresso em si podem ser facilmente levados de um lugar para outro devido às suas características ergonômicas e de portabilidade.

Tendo como ponto de partida o significado semântico literal, as palavras mobilidade e portabilidade apresentam significados análogos. De acordo com o Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, a mobilidade consiste em: 1) qualidade do que é móvel; 2) faculdade de mover-se. A definição de portabilidade, segundo a mesma fonte de consulta, é: 1) qualidade do que é portátil; 2) [Informática] qualidade de um componente ou de um programa informático que o torna capaz

de ser usado em diferentes sistemas e computadores; 3) [Telecomunicações] Funcionalidade que permite manter o mesmo número de telefone se o cliente decidir mudar de operador de telecomunicações.

Embora haja afinidade semântica, a delimitação do vocábulo mobilidade na perspectiva do jornalismo móvel – enquanto prática de trabalho no jornalismo e campo acadêmico dos estudos da Comunicação – não é restrito à capacidade de movimento dos objetos e suportes envolvidos nas processualidades das construções jornalísticas cotidianas. Em uniformidade com a discussão de Satuf (2015), concordamos que analisar de forma adequada o termo “mobilidade” é ponto inicial básico e importante para pesquisar esse campo, por esse motivo justificamos a presença deste tópico de discussão na dissertação. O autor (2015, p. 442) reflete que “se olharmos para o passado do jornalismo encontraremos uma série de suportes portáteis que não se enquadram no que hoje são denominados dispositivos móveis”. Logo, é equivocado delimitar a mobilidade à anatomia e portabilidade de determinados itens. Precisamos, portanto, ampliar essa para a análise de outros itens: hibridização, possibilidade de conexão sem fio à Internet, ubiquidade e capacidade multitarefa.

Por hibridização entende-se a convergência de diversas funcionalidades, antes encontradas em objetos específicos isoladamente, em um único aparelho. O *smartphone*, por exemplo, é um gravador de voz, bloco de notas, câmera fotográfica e de vídeo, editor de textos e imagens e ainda um navegador de acesso à Internet. A ubiquidade, no contexto do jornalismo, refere-se ao momento em que o conteúdo jornalístico pode ser acessado a qualquer lugar e momento. Ou seja, significa, em um contexto móvel, a “onipresença” dos conteúdos noticiosos em todo ambiente em que haja conexão à Internet. A capacidade multitarefa acontece porque esses aparelhos podem desempenhar diversas funcionalidades concomitantemente, como: enquanto o gravador de voz está ligado, pode-se fazer uma fotografia, acessar algum aplicativo e/ou efetuar uma pesquisa na Internet.

Com essa penetração das tecnologias móveis, como *smartphones*, celulares e *tablets*, as formas de se produzir comunicação têm passado por significativas transformações tanto no âmbito global quanto nos contextos nacional e local. Munidos de diversos aparatos tecnológicos, os repórteres estão indo a campo portando aparelhos híbridos, os quais proporcionam a realização de diversas tarefas através de uma só ferramenta. Os *smartphones* e *tablets*, por exemplo, reduzem a necessidade de o repórter levar consigo muitos instrumentos de trabalho. Essa realidade lembra as

questões que Travancas (1993) pondera ao retratar a rotina do jornalista na época, quando a tecnologia digital nas redações tinha papel secundário.

Antes da mobilidade das tecnologias digitais, o repórter de um jornal impresso tinha a função de ir a campo para apurar informações e redigir a notícia escrita. Suas ferramentas de trabalho, comumente, eram bloquinho, lápis e, em alguns casos, gravador de voz (TRAVANCAS, 1993). As fotografias eram de responsabilidade de outro profissional, o fotógrafo. Já o escalamento do jornalista para apurar determinado acontecimento ou fato eram funções do pauteiro. Hoje em dia, observa-se que o repórter precisa aprender a lidar com diversas mídias. Uma vez munido de um aparelho móvel multifuncional, seu trabalho não é mais limitado à apuração e escrita. É preciso fazer fotos, vídeos e até mesmo *podcasts* para a disponibilização de materiais adicionais nas plataformas midiáticas da empresa na qual trabalha.

Dessa maneira, é possível a visualização de um novo panorama de atuação jornalística. Pereira e Adghirni (2009), em suas apreciações acerca das mudanças estruturais no jornalismo, refletem sobre o surgimento de um perfil profissional pautado na multimídia e polivalência de funções. O jornalista deverá ter a capacidade de lidar com várias tecnologias digitais, as quais também exigem linguagens diferenciadas no momento da repercussão de conteúdos em suas plataformas.

Do bolso direito do colete, ele retira uma câmera e começa a filmar. Algumas vezes para e saca fotos com o mesmo aparelho. No bolso esquerdo, carrega um palmtop e uma caneta. A tiracolo, um pequeno notebook. E, no cinto, outros apetrechos, como pilha e bateria, cartão eletrônico, cartão de crédito, gravador digital, binóculo e celular (JORGE; PEREIRA; ADGHIRNI, 2009, p.85).

Diante desse panorama no mercado jornalístico, cujas modificações pelas quais está passando têm relação direta com a ascensão das tecnologias móveis digitais, as pesquisas acadêmicas ligadas à Comunicação devem se voltar para a investigação científica do jornalismo móvel e suas consequências para os profissionais e também para o próprio aspecto qualitativo das informações produzidas nesses meios.

O jornalismo móvel digital, visto nessa perspectiva, não se resume apenas à característica da mobilidade. Há vários outros apontamentos que devem ser vistos, como a mutabilidade do produto jornalístico. Um jornal impresso tem o mesmo conteúdo em todas as horas do dia após sua impressão. Sua principal particularidade é a hibridização de funções, conforme esclarece o trecho abaixo:

Os dispositivos que servem ao jornalismo móvel são muito diferentes do jornal e do rádio, pois, além da portabilidade, estão associados a capacidades telefônicas e computacionais que os integram a outras lógicas de usos e consumos. Do ponto de vista instrumental, Aguado e Martínez (2008a) atribuem às tecnologias móveis o caráter de “meta-dispositivos” que agregam e recombinaam diversas funções num único aparelho responsável por promover a hibridização de três dimensões comunicativas: as *self-media*, as mídias conversacionais e os meios de comunicação tradicionais. (SATUF, 2015, p. 443).

As *self-mídia* são as características do aparelho diretamente relacionadas com os conteúdos produzidos por seus usuários. Satuf (2015) alega que isso diz respeito tanto os *affordances*²⁷ do hardware (parte física), como uma câmera, quanto os aplicativos pós-instalados e escolhidos por quem usa o *smartphone*. As mídias conversacionais, para o autor, são aquelas que dizem respeito à comunicação objetivada pela telefonia, encontrada tanto nos aparelhos atuais quanto nos celulares antigos. Os meios tradicionais são os que estão fora dos *smartphones*, são objetos independentes, mas devido ao desenvolvimento tecnológico também são inseridos nele; por exemplo: rádio FM.

A integração de todos esses três elementos é o que dá forma aos dispositivos móveis utilizados pelo jornalismo atualmente. Satuf (2015, p. 444), sob à luz das análises de Aguado e Martínez (2008a), sugere as três características primordiais dos dispositivos móveis: ubiquidade, adaptabilidade e multifuncionalidade. Por ubiquidade entende-se a capacidade de ter contato com conteúdos jornalísticos em qualquer lugar e horário. É a onipresença da informação em ambientes com acesso à Internet. Adaptabilidade é quando as produções jornalísticas são adaptadas a um contexto hiperlocal, de acordo com o contexto no qual os leitores estão inseridos. Já a multifuncionalidade se refere ao caráter híbrido dos dispositivos móveis. Portanto, os dispositivos móveis utilizados no jornalismo são aqueles os quais apresentam tais características. Assim, para fins de estudo científico, haverá como diferenciá-los de outras plataformas de comunicação que são simplesmente portáteis.

Segundo Silva (2015), o jornalismo móvel não se trata de um conceito concreto desde a sua criação, mas evolutivo e transitório a partir do contexto tecnológico no qual foram semeadas as práticas dos profissionais. Segundo ele, o jornalismo móvel contemporâneo é dividida em cinco fases. A primeira, segunda e terceira - que tratam da fase tele-analógica, portátil analógica e mobilidade expansiva, respectivamente - são chamadas de "jornalismo móvel". Já a quarta (fase ubíqua) e a quinta (alta performance e Era Pós-PC) são denominadas jornalismo móvel digital.

²⁷ Termo criado pelo psicólogo James J. Gibson, *affordance* é o potencial de um objeto de ser usado como foi projetado para ser usado.

Portanto, o autor adota conceituação do “jornalismo móvel digital para nos referirmos mais diretamente à prática a partir da emergência das tecnologias móveis digitais, particularmente na entrada do século XXI”. (SILVA, 2015, p.16).

Nesse sentido, a empiria dos estudos do jornalismo móvel digital não deve se restringir aos dispositivos móveis como aparatos técnicos. Devem também ser considerados pontos como as rotinas de produção, disseminação e transmissão ao vivo, conforme a conceituação de Silva (2015), dentro do contexto da prática jornalística. Contudo, não se trata apenas de um viés pragmático. Como objeto teórico, o jornalismo móvel digital deve ser compreendido como uma discussão reflexiva sobre a construção do processo jornalístico, suas causas, impactos e caminhos tanto no viés dos profissionais quanto para a qualidade do produto jornalístico.

O jornalismo móvel digital se configura como uma problemática em ascensão nas pesquisas em Comunicação, pois é de significativa relevância para a produção de conhecimento científico nos estudos da área, especificamente do jornalismo, a compreensão desse contexto que não é mais uma perspectiva de futuro, e sim uma realidade presente. Diante desse cenário tão significativo, é papel da Comunicação, em especial dos estudos do Jornalismo, investigar e promover reflexões acerca dessa prática. Satuf (2015) a define como uma subárea acadêmica cuja relevância é comprovada diante da velocidade com que o jornalismo se apropria das tecnologias móveis em sua rotina de produção.

Advogamos que a investigação não deve ser limitada ao dispositivo móvel digital como ferramenta técnica. Deve-se também refletir a forma como as tecnologias móveis digitais são utilizadas pelas empresas jornalísticas em sua prática de campo e também acerca dos impactos que esses aparelhos podem causar tanto para qualidade da produção como para a rotina produtiva do próprio jornalista. Características como ubiquidade, adaptabilidade e multifuncionalidade devem ser levadas em consideração ao enquadrar um objeto como parte empírica dos estudos do jornalismo móvel, e não apenas a portabilidade.

Sabendo que ao qualificar o jornalismo como móvel poderá existir a ambiguidade com relação ao vocábulo portátil, Silva (2013, p.124-125) enfatiza que a prática “inaugura uma reconfiguração para o campo do jornalismo no século XXI permitindo unir de forma dinâmica as forças da portabilidade e da ubiquidade, criando um novo agenciamento da produção da notícia suportado por tecnologias móveis”. Por conseguinte, as práticas empíricas enquadradas na

definição de jornalismo móvel digital podem e estão sendo analisadas como objeto de estudo em Comunicação em uma subárea acadêmica (SATUF, 2015).

Estudar a mobilidade no jornalismo implica em conhecer a tendência da prática jornalística na atualidade. Esse modo de produção traz consequências favoráveis e desfavoráveis – em especial de acordo com o olhar dos profissionais – e deve ser conhecido pela ciência, de modo a contribuir para a formação dos jornalistas, a partir do momento em que se verifica até que ponto a academia prepara o profissional para o mercado de trabalho nessas novas condições.

Observar a atual presença da mobilidade no jornalismo nada mais é do que um recorte da realidade da sociedade global contemporânea, na qual é notável a presença dos dispositivos móveis em todas as áreas da vida humana. Hoje em dia, a prática do jornalismo é marcada, primordialmente, pela importância dos dispositivos móveis no fazer profissional. Os principais objetivos de seu uso pelos jornalistas, além da praticidade, são a celeridade proporcionada ao processo produtivo e a multimídia, em especial. Diante desse quadro visto no ambiente empírico, cabe aos pesquisadores da área da Comunicação, principalmente no que tange aos Estudos do Jornalismo, investigar e analisar criticamente a prática do uso de dispositivos móveis digitais pelos jornalistas em suas rotinas produtivas. Esperamos que a contribuição da presente pesquisa seja somada a essas iniciativas.

3.2 Jornalismo móvel: conceitos e desdobramentos

Quando Samuel Morse criou o telégrafo no século XVIII, transformou completamente a transmissão de informações ao redor do mundo por meio das mensagens codificadas. A posterior invenção dos telefones e depois disso do computador, Internet e celular foram aprimorando a celeridade da comunicação em longas distâncias. O jornalismo, como atividade profissional, sempre se apropriou de ferramentas as quais tornassem mais fácil e rápida a produção e distribuição de notícias. Os celulares, *smartphones* e outros dispositivos móveis digitais fazem parte desse contexto na época atual. São aparelhos utilizados com o objetivo de dar praticidade e rapidez - além da redução de custos - à prática jornalística.

Em uma perspectiva histórica, o jornalismo móvel está relacionado com o surgimento da microeletrônica e telecomunicações em 1970 e com o computador pessoal em 1990 (SILVA, 2015). Por volta de 2005, a palavra MOJO (*mobile journalism*) passou a nomear o repórter que,

em sua prática de campo, utilizava as ferramentas do telefone celular para a produção e disseminação de conteúdos jornalísticos. Em uma produção com aparatos tecnológicos móveis feita do local do acontecimento, as audiências podem apreciar a construção de uma narrativa ao vivo ou em poucos minutos após ocorrido.

No contexto do jornalismo, a palavra MoJo parece ter sido cunhada por funcionários dos jornais Gannett nos EUA em 2005. Era o nome código para um projeto do The News-Press em Fort Myers, na Flórida, em que os repórteres estavam se reunindo e distribuindo notícias de novas maneiras, embora a maioria dos repórteres use ainda laptops e câmeras portáteis (QUINN, 2014, p.84).

No entanto, na primeira década do século XXI e em mais de metade da segunda, observa-se que os estudos do jornalismo são significativamente mais direcionados para a compreensão da introdução de tecnologias digitais de *hardware* e *software* nas rotinas produtivas. A discussão sobre o distanciamento do passado, a efemeridade do presente e a celeridade com a qual o futuro está chegando mostram o que não se pode mais ignorar: a tecnologia digital está sendo cada vez mais apropriada tanto pelos jornalistas quanto por seu público.

“O jornalista móvel, ou *mojo*, anuncia outro momento decisivo para o jornalismo. Todas as tecnologias que o jornalismo adotou desde o telégrafo refletiram aquele duplo desejo de velocidade e aumento de eficiência” (QUINN, 2012, p. 13, tradução nossa²⁸). Dentro desse cenário, as tecnologias digitais móveis se estruturam como ferramenta e espaço de trabalho do jornalista concomitantemente, refletindo em novas formas de trabalho, dinâmicas, produtos, formatos e uma relação com a audiência reconfigurada, no âmbito prático; e novos estudos, trabalhos acadêmicos e pesquisas guiadas pela tentativa de compreensão de todos esses processos.

O jornalismo, nos últimos anos, é intrinsecamente ligado à mobilidade e às tecnologias digitais. A união entre a produção e o consumo dos conteúdos jornalísticos em plataformas móveis promove a configuração de um ecossistema móvel (SILVA, 2016). As empresas investem na inovação tecnológica em seus modelos de negócios para acompanhar o fluxo do público ansioso por uma informação cada vez mais ubíqua; contudo, por outro lado, visam significativamente a ampliação dos lucros e/ou redução dos custos, visto que antes de tudo estão inseridas em um processo capitalista de produção.

²⁸Trecho original: The mobile journalist, or *mojo*, heralds another watershed moment for journalism. All of the technologies that journalism has embraced since the telegraph have reflected those twin desires for speed and increased efficiencies.

O meio digital, principalmente quando associado ao aspecto da mobilidade, potencializou aquilo que o jornalismo sempre ambicionou: instantaneidade e celeridade na difusão de notícias. A expressão deveras adequada para definir esse momento é *always-on*²⁹. Cria-se um novo potencial de produção e a relação entre público-empresas de comunicação está vinculada a um canal de mão-dupla, no qual os conteúdos de caráter jornalístico não apenas são emitidos para as pessoas, mas passa a existir uma postura ativa do receptor no processo de produção. Se a mídia é parte da textura geral da experiência humana (SILVERSTONE, 2002), os dispositivos móveis digitais reforçam ainda mais essa onipresença midiática através da ubiquidade do ecossistema informacional.

A digitalização proporcionou que os elementos textuais fossem convertidos em suportes binários. No jornalismo, conseqüentemente, as formas de sistematização da produção, as lógicas de trabalho e troca de informações através dos meios digitais foram completamente reconfiguradas (SCOLARI, 2008). As ferramentas de execução laboral do jornalista, outrora limitada a poucos suportes, hoje é diversificada. Não apenas os instrumentos de produção estão mais múltiplos, mas também as plataformas para as quais o conteúdo será direcionado.

Nessa conjuntura, a produção multiplataforma tem relação com a variedade de suportes de produção e veiculação da notícia. Com a digitalização os suportes foram multiplicados, especialmente na década de 70, conforme tem-se discutido neste trabalho, devido à miniaturização, à computação pervasiva e à portabilidade dos dispositivos midiáticos. Ao invés de existirem apenas suportes tradicionais, como o jornal impresso, rádio e televisão, a multiplicação das plataformas complexifica a forma como a produção e o consumo de informação é feita. O lugar e horário para a produção ou acesso aos conteúdos com caráter informacional, na perspectiva dos dispositivos móveis digitais e ubíquos, passa a ser todos os lugares e horários. A possibilidade de conexão à Internet em dispositivos digitais em caráter de mobilidade e as redes sociais virtuais configuram diversas plataformas.

Contudo, esse contexto não elimina a função dos meios mais tradicionais. O processo de convergência jornalística coaduna várias funcionalidades e perspectivas em um mesmo produto. Todo esse panorama impacta não apenas na forma de distribuição do conteúdo, mas também na criação de novos formatos, linguagens e meios de produção. Trata-se de um intercruzamento midiático ligado diretamente com a questão da inovação.

²⁹ Em português, a expressão significa, denotativamente, “sempre ligado”. A tradução mais adequada é “sempre conectado”, referindo-se ao atual contexto de possibilidade de conexão ubíqua à Internet.

Dentro das redações, o processo de convergência tem ocasionado crises nos modelos de negócio, pois o jornalismo ainda está em busca de um modelo de produção e distribuição ideal nesse meio digital e móvel. É um processo de experimentação e descobertas que tem efeitos diretos sobre o perfil do profissional. Esse contexto híbrido de inserção de aparatos tecnológicos em todas as etapas de produção, distribuição e consumo do jornalismo é um campo líquido. A fluidez com que as mudanças ocorrem ultrapassam a compreensão do transporte da informação para um sistema binário, pois essa "*new thing*" (SCOLARI, 2008) impulsiona diversos desdobramentos da forma como o jornalismo é produzido hoje em dia. Portanto, é um desafio do mercado e da academia a investigação dos fenômenos relacionados a essa realidade.

Paradoxalmente à discussão sobre globalização e seus fluxos informacionais "mundializados" frente ao encurtamento do tempo e das distâncias, o jornalismo móvel desponta como uma prática hiperlocal, visto que a produção e distribuição dos materiais jornalísticos podem ser feitas exatamente do local geográfico onde o fato acontece. Desliga-se do processo jornalístico cíclico (apuração-produção-divulgação) a necessidade de estruturas físicas não móveis, propiciando uma reconfiguração da ideia de "lugar" ao público por meio da utilização de tecnologias móveis digitais as quais potencializam elementos de geolocalização e permitem a exploração de aspectos sensoriais como imagens em tempo real, movimento e som. A definição de mídias locativas pode ser posta como:

Tecnologias baseadas em lugares, ou seja, tecnologias sem fio, tecnologias de vigilância, de rastreamento e de posicionamento que permitem que a informação seja ligada a espaços geográficos [...] Além dos GPSs, os outros dispositivos que compõem a malha tecnológica das mídias locativas são: telefones celulares, palms e lap tops sem fio em redes WiFi, bluetooths, etiquetas de identificação por rádio frequência (RFID) etc (SANTAELLA, 2008, p.22).

Novos elementos podem ser explorados na narrativa jornalística, em especial pelos suportes oferecidos durante a conexão em rede que permite o acesso a redes sociais virtuais. Surge o conceito de jornalismo móvel a partir da visualização do fenômeno da mobilidade física e informacional como base para a produção de notícias. Cria-se um novo ecossistema em que o conteúdo das empresas de comunicação é produzido e também consumido por meio dos dispositivos móveis. Para Satuf (2015, p.444), denomina-se jornalismo móvel como:

Um conjunto de práticas de produção, edição, circulação e consumo de conteúdos jornalísticos em dispositivos portáteis digitais que agregam conexão ubíqua, conteúdos por demanda adaptados ao contexto do usuário e integração de múltiplos formatos midiáticos.

A partir disso é possível interpretar que o conceito de jornalismo móvel se liga diretamente à exploração de novos formatos adequados ao ambiente da Internet. A transposição de conteúdos jornalísticos originalmente divulgados em plataformas impressas para as digitais nem sempre é adequada às expectativas e necessidades do público. O meio digital propicia potencialidades as quais envolvem linguagens e instrumentos exclusivos, como o hipertexto³⁰. As técnicas de escrita podem ser associadas a aspectos multimidiáticos, como imagens, vídeos e infográficos. A pirâmide invertida³¹ deixa de ser regra primordial do texto informativo. Ou seja, o espaço para a criatividade do jornalista é ampliado por não estar mais limitado ao suporte do papel. “Usar a técnica da pirâmide invertida na web é cercear o webjornalismo de uma das suas potencialidades mais interessantes: a adoção de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação” (CANAVILHAS, 2006, p. 7).

No aspecto da produção prática, o acesso à Internet através de redes 3G, o desenvolvimento de aplicativos de *software* e de aparelhos com novas funcionalidades em hardware intensificaram o jornalismo móvel entre 2007 e 2010. Atualmente, as redes 4G e WiFi ampliam ainda mais as possibilidades de conexão à Internet através de dispositivos móveis. Indo ao encontro desse conceito, Silva (2015) define como jornalismo móvel, no âmbito da produção:

A utilização de tecnologias móveis digitais e de conexões de redes sem fio pelo repórter na prática jornalística contemporânea visando ao desenvolvimento das etapas de apuração, produção e distribuição de conteúdos do campo ou de transmissão ao vivo [...] jornalismo móvel digital incorpora o “móvel” de mobilidade e o “digital” da digitalização do aparato técnico utilizado para conferir um rearranjo às rotinas produtivas no jornalismo e ao consumo de notícias (SILVA, 2015, p.11).

Neste trabalho, adotamos o termo jornalismo móvel digital (SILVA, 2013) como termo predominante para a referência a esse fenômeno, por compreendermos que essa nomenclatura representa mais adequadamente a realidade encontrada em nosso campo empírico de pesquisa. Os termos jornalismo móvel e *mojo* serão encontrados ao longo do texto como forma de variação lexical.

³⁰ Escrita textual para o ambiente *web* associada a elementos audiovisuais e/ou de imagem que quebram a linearidade tradicional da leitura, podendo ser feitos por meio de links na Internet, com o objetivo de conectar em uma unidade de sentido diversos conteúdos multimídia ligados ao mesmo fluxo informacional.

³¹ Técnica de redação jornalística que visa organizar um texto com as informações mais importantes no primeiro parágrafo composto pelas perguntas do lead (o quê, quem, como, quando, onde e por quê?). Essa nomenclatura foi criada por Edwin L. Shuman no livro *Practical Journalism* (CANAVILHAS, 2006).

Quando se trata de jornalismo móvel digital como um fenômeno empírico, há uma ligação direta com a convergência das mídias, a produção para veiculação em multiplataformas e com o próprio ambiente de produção da notícia. Silva (2013, 2015, 2016), em várias de suas produções acadêmicas, denomina ambiente móvel de produção toda a estrutura dos dispositivos móveis digitais que propicia a produção jornalística à distância. Novos aparelhos significam, além de novas formas de produção, também novas consequências para o jornalista e para a qualidade do produto jornalístico produzido nesse contexto.

Logo, o dispositivo móvel digital se transforma em uma redação deslocada de seu ambiente físico por causa de seu caráter híbrido. Goggin (2006) propõe que a cultura do celular associa a portabilidade, personalização e mobilidade às novas formas de conduzir a vida das pessoas em diversos aspectos, tais como educação, negócios, serviços e nas relações pessoais. No jornalismo, a prática de campo tem se reconfigurado com o uso de tecnologias digitais em contexto de mobilidade (SILVA, 2013).

Nesse prisma de abordagem, analisamos que a prática do jornalismo móvel digital, com ênfase no trabalho empírico realizado pelos jornalistas, é desenvolvida em um **ciclo de produção móvel**, que é composto por três referenciais:

1. Apuração;
2. Produção;
3. Distribuição.

Em nossa análise, o jornalismo móvel é a execução de uma, duas ou todas essas etapas por meio de dispositivos móveis digitais conectados à Internet. A apuração consiste, em termos práticos, em atividades como a gravação de entrevistas em áudio, vídeo, notas de texto ou contato com as fontes - para marcação ou execução de entrevistas ou curadoria de informações - por meio de aplicativos de redes sociais virtuais. O referencial da produção diz respeito ao refinamento da coleta de dados feita na apuração, objetivando a elaboração de conteúdos de caráter jornalístico; por exemplo: notícia, reportagem, narrativa fotográfica ou podcast. A distribuição é a disseminação desse(s) produto(s), tendo como ponto de partida para a divulgação uma tecnologia móvel digital, em plataformas as quais podem ser tanto digitais ou impressas, como sites, jornais, programas de televisão ou rádio, redes sociais na Internet ou mesmo aplicativos voltados para a atividade jornalística.

Nos referenciais da apuração e distribuição, embora o dispositivo móvel do jornalista esteja sendo utilizado *off-line*, todas as operações podem ser realizadas sem necessariamente haver a necessidade de conexão a redes virtuais. Contudo, para a distribuição, a ausência de acesso à Internet comprometerá a repercussão do produto jornalístico final para o público. Dessa forma, a possibilidade de conexão pelo aparelho é significativa para a concretização completa do ciclo de produção móvel.

Em uma de suas discussões mais recentes, Silva (2016) reflete a respeito da existência de uma cultura do jornalismo móvel na atualidade devido ao aumento do uso de dispositivos móveis nas redações jornalísticas e do conseqüente desenvolvimento de práticas e narrativas associadas a essa reestruturação. Na última década, a relação entre jornalismo e tecnologias móveis digitais foi se estreitando. Levando em consideração apenas o aspecto da produção, isso ocasionou a diversificação dos produtos e o modo de fazer e distribuir o conteúdo, pois ao longo do tempo:

[...] o jornalismo móvel foi se consolidando como prática e hoje podemos indicar quatro dimensões delimitadas para podermos refletir: 1. Dimensão da produção jornalística; 2. Dimensão do Consumo; 3. Dimensão da convergência/ multiplataforma; 4. Dimensão da mobilidade expandida (SILVA, 2016, p. 153).

Sobre a primeira dimensão, o autor se refere ao aspecto físico da produção e distribuição jornalística em contexto de mobilidade, como *smartphones* ligados à Internet e redes sem fio com caráter híbrido e ubíquo. Na segunda, trata-se do acesso aos conteúdos informativos através de aplicativos em *software* em aparatos móveis digitais. A terceira vincula as dimensões já citadas, pois a produção e o consumo de notícias e demais produções informativas está diretamente ligado a um ecossistema convergente tanto no aspecto físico dos dispositivos quanto aos produtos jornalísticos convergentes, além da multiplicidade de suportes midiáticos envolvidos nesse processo. Já a quarta dimensão se refere à expansão da vivência do jornalismo móvel devido à nova perspectiva da relação que o jornalismo estabelece com a tecnologia, citando como exemplo a realidade virtual e as tecnologias vestíveis.

Todas essas dimensões são significativas para a compreensão do contexto no qual o jornalismo está inserido no século XXI. Por não ser um campo homogêneo, o jornalismo móvel amplia o prisma de possibilidades de apropriação dessas tecnologias ubíquas e causa desdobramentos segmentados nas dimensões citadas por Silva (2016). Entretanto, neste trabalho, propomos o acréscimo de uma quinta dimensão: **das práticas sociais**. Apesar de ser imprescindível

e desafiador, tanto para o mercado quanto para a academia, a compreensão da produção, consumo, convergência e mobilidade expandida, são preocupantes também as capilaridades das práticas sociais causadas a partir dessas práticas.

Por conseguinte, a dimensão das práticas sociais social visa problematizar os impactos e tensionamentos causados pela cultura do jornalismo móvel para o jornalista com a penetração das tecnologias digitais nas rotinas produtivas, dando margem à reflexão sobre os reordenamentos nas suas condições de trabalho a partir da produção em ecossistema móvel, bem como as consequências dessas novas práticas para a qualidade do produto jornalístico. Embora a análise dos aspectos técnicos seja indissociável em quaisquer estudos da área, é na dimensão das práticas sociais do jornalismo móvel que está o foco deste trabalho de dissertação.

Isso posto, é perceptível que o ponto central do processo de convergência e das reconfigurações no jornalismo nos últimos anos, de modo geral, é a tecnologia (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008). O jornalismo impresso, em seu âmbito, tinha uma audiência específica e seus objetivos centrais: através de texto e fotografia, informar. Com o passar do tempo, os jornais precisaram se adaptar a esse novo contexto. O ecossistema informativo, com o avanço da Internet, tem convergido diversas linguagens, formatos e plataformas de mídia, gerando novos sentidos e novas audiências.

Diante desse processo que foi iniciado há alguns anos, mas que ainda está em andamento, surgem novas possibilidades. Inovar, criar e narrar são palavras que tecem cotidianamente um novo lema para o jornalismo, o qual se apropria de diversas tecnologias, inclusive as móveis, para oferecer tudo isso ao público da maneira mais rápida possível, conforme a Internet exige. A conjuntura é complexa e desafiadora, mas dela também surgem diversos conflitos que merecem a atenção dos acadêmicos e pesquisadores da área. Como identificar e analisar esses conflitos? No capítulo seguinte, trataremos da proposta metodológica deste trabalho de pesquisa para os estudos do jornalismo móvel digital, com foco na **dimensão das práticas sociais** da cultura do jornalismo móvel (SILVA, 2016).

4 NOVOS FENÔMENOS, NOVOS MÉTODOS DE PESQUISA: A CARTOGRAFIA DA MOBILIDADE JORNALÍSTICA COMO ESTRATÉGIA METODOLÓGICA

*A incompletude estruturada dos mapas é a condição da criatividade com que movimentamos entre os seus pontos fixos. De nada valeria desenhar mapas se não houvesse viajantes para os percorrer.
(Boaventura de Sousa Santos).*

Fazer ciência é inquietar-se. Na área das Ciências Sociais Aplicadas, a compreensão das práticas sociais e seus desdobramentos são parte do combustível que move a produção inacabável de conhecimento. Esse processo de busca, pesquisa e análise, com resultados sistematizados em trabalhos como esta dissertação, é possível por intermédio de um percurso planejado de acordo com as necessidades de cada realidade de pesquisa, a metodologia. No presente texto, para atingirmos nossos objetivos, optamos por uma abordagem baseada no método monográfico, que desenha um estudo concentrado na análise de aspectos e determinado grupo social. Através dele, estuda-se:

[...] indivíduos, profissões, condições, instituições, grupos ou comunidades, com a finalidade de obter generalizações. A investigação deve examinar o tema escolhido, observando todos os fatores que o influenciaram e analisando-o em todos os seus aspectos (LAKATOS; MARCONI 2003, p.108).

A relação entre cartografia e mobilidade é acentuada. Os mapas, instrumentos históricos de localização e orientação dos seres humanos, foram - e são - responsáveis pelas diretrizes de deslocamento das pessoas pelos mais diversos lugares. São visuais e podem ser portáteis, à medida em que seja possível transportá-los junto com o viajante, e nisso se assemelham com os dispositivos móveis. Contudo, não são digitais: foram, sim, digitalizados e transformados em dispositivos de geolocalização virtuais nos *smartphones* e *tablets* das pessoas. Se são, pois, tão adjacentes os mapas (e a cartografia, enquanto sua construção) e a mobilidade, acreditamos que essa conexão no contexto da pesquisa acadêmica pode proporcionar contribuições metodológicas em novas perspectivas para o estudo do jornalismo móvel.

Por sua vez, o trabalho do cartógrafo envolve muita subjetividade: capta, ao seu redor, nuances do objeto cartografado, ao mesmo tempo em que suas vivências, incluindo as mais cotidianas, contribuem para a construção do seu mapa. Entretanto, isso não significa o desprovimento de planejamento. O processo de cartografia é sistemático, organizado e com metas

vislumbradas. Abarca, ainda, a própria mobilidade de estar imerso em seu referencial pesquisado, percorrendo caminhos diversos ao seu redor e entre ele para a sua total visualização e percepção.

Levando em consideração nossos objetivos e problemática, e a visível relação entre cartografia e mobilidade, propomos, como estratégia teórico-metodológica desta dissertação, o desenvolvimento da virtualidade da Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011), associada a outras técnicas de investigação como a pesquisa bibliográfica, entrevista e registro fotográfico e o aspecto da experimentação de tecnologias móveis digitais como instrumento de coleta de dados na pesquisa sobre jornalismo móvel. Essa proposta foi inspirada pela provocação de Santos (2011, p.222) para que a Cartografia Simbólica fosse explorada em outros contextos de pesquisa além do Direito.

A exploração dessa estratégia metodológica é relevante para a área da Comunicação Social pela promoção de um diálogo interdisciplinar com as Ciências Sociais, acrescentando aos fenômenos do Jornalismo, além de sua observação, descrição científica e apropriação prática, a possibilidade de uma reflexão analítica-crítica dos impactos da realidade vivida pelos atores envolvidos nesses processos. A partir dessa abordagem também enquadraremos este estudo na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia.

Nesta pesquisa buscamos contribuir com o desenvolvimento de novos procedimentos metodológicos de pesquisa nos estudos do jornalismo móvel digital, levando em consideração o ineditismo do desenvolvimento da Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011) em estudos acadêmicos voltados para essa temática.

É desafiador encontrar procedimentos metodológicos que abarquem a complexidade de um processo tão subjetivo quanto a prática jornalística, em especial no atual contexto de reordenamentos pelos quais o mercado e os profissionais estão passando. A pesquisa do jornalismo móvel está situada em um território híbrido que não envolve simplesmente a dedicação aos aparatos técnicos, mas também o reconhecimento (e autorreconhecimento) de sujeitos - os jornalistas, neste caso. Ambos os fatores, o técnico e o humano, são unidos intrinsecamente em uma macrosubjetivação, que é todo o universo que envolve a experiência do jornalismo com dispositivos móveis e seus tensionamentos. De acordo com Kastrup (2007), a cartografia é uma metodologia de pesquisa que não tem como objeto um item concreto, e sim um processo, algo que está em desenvolvimento. Portanto, a imersão nessa complexidade acomete o presente trabalho de

pesquisa. Escolher a Cartografia é, pois, além de um método de pesquisa acadêmica, o ato de assumir uma postura política dentro do campo científico.

Considera-se historicamente que a origem da cartografia foi ainda no período antes de Cristo, com a confecção do primeiro mapa da história³² com escrita cuneiforme pelos povos Sumérios. Utilizada, ainda, pelos egípcios e chineses como forma de orientação geográfica e bélica, a cartografia nessa época também servia para demarcar as regiões de controle de impostos. Entretanto, a obra *Geographya*, de Ptolomeu, marcou a produção de coordenadas em mapas. O termo cartografia significa a arte de produzir mapas espaciais geográficos. Como disciplina acadêmica, a cartografia surgiu por volta do século XIX, no âmbito da Geografia. A maior necessidade se estabeleceu durante o período de guerras, em que a cartografia adotou diversos métodos científicos (CRAMPTON; KRYGIER, 2005).

Para Acselrad (2008), a primeira finalidade dos mapas cartográficos é traçar rotas com pontos de referência. Uma segunda vertente cartográfica é a demarcação dos espaços do Estado, definindo a ideia de propriedade. A terceira função de um mapeamento é definir jurisdições legais sobre o território nacional. O quarto tipo define as zonas e a utilização dos territórios.

Na construção deste trabalho de dissertação, a escolha da metodologia – nos aspectos teórico e empírico - foi reflexo de uma formação acadêmica embasada na defesa de que os cientistas, em especial das áreas Humanas e Sociais Aplicadas, têm o livre-arbítrio de assumir uma postura política dentro do campo científico. Nessa perspectiva, verificamos que a Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011, p. 224), por se tratar de uma ciência complexa, pode resultar em um estudo de profundidade de determinada realidade, pois, para ele, "os mapas são um campo estruturado de intencionalidade".

Nas Ciências Sociais Aplicadas, a principal característica da cartografia é a liberdade metodológica, dando oportunidade ao pesquisador de traçar seus próprios caminhos e estratégias para segui-los. “É muito simples o que o cartógrafo leva no bolso: um critério, um princípio, uma regra e um breve roteiro de preocupações - este, cada cartógrafo vai definindo e redefinindo para si, constantemente”. (ROLNIK, 1989, p.3). Santos (2011) define essa característica como virtualidade analítica. “A incompletude estruturada dos mapas é a condição da criatividade com

³² Informação disponível em: <<http://www.infoescola.com/cartografia/historia-da-cartografia/>>. Acesso em: 20 abr. 2017.

que movimentamos entre os seus pontos fixos. De nada valeria desenhar mapas se não houvesse viajantes para os percorrer” (SANTOS, 2011, p.224).

Entretanto, vale salientar que **a virtualidade analítica não interfere no compromisso do pesquisador com o rigor científico e todas as suas normatividades e responsabilidades.** Procura-se simplesmente a valorização do diálogo entre os saberes e o desenvolvimento de um posicionamento próprio do pesquisador sobre o seu referencial de pesquisa, relacionado à pesquisa bibliográfica e à possibilidade de uma leitura subjetiva da realidade.

É importante, ainda, perceber que embora a Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011) tenha um significativo aspecto de vivência e imersão no campo de pesquisa investigado, não é configurada como um trabalho etnográfico. O etnógrafo, como pesquisador, sociabiliza-se com o ambiente e costuma focar no comportamento humano em determinado contexto. Assim, a Etnografia está voltada para o campo da descrição detalhada, geralmente com o objetivo do estudo de determinada cultura (SPRADLEY, 1979) com o objetivo de compreender as experiências através das pessoas. Já a Cartografia Simbólica, diferentemente da Etnografia, busca a descrição não como um fim, e sim como um meio. Sua principal peculiaridade é o aspecto analítico-crítico, baseado na leitura perceptiva do cartógrafo sobre realidade investigada. Pode-se afirmar, portanto, que um trabalho cartográfico pode apresentar uma característica etnográfica no meio do processo, mas a sua finalidade não é a mesma da Etnografia.

Apesar de considerarmos ambos os procedimentos metodológicos válidos e importantes para as pesquisas em jornalismo, acreditamos que a Cartografia Simbólica atende mais adequadamente aos objetivos desta pesquisa e, ademais, nos propicia a possibilidade de desenvolver uma proposta metodológica ainda não utilizada academicamente nos estudos do jornalismo móvel. Portanto, sob a ótica da sociologia crítica de Boaventura de Sousa Santos, através dessa abordagem da construção do conhecimento científico, buscamos contribuir com um viés crítico acerca do jornalismo móvel digital. O autor português assume, em suas produções, uma postura contra-hegemônica tanto em seus procedimentos metodológicos como também em reflexões sistematizadas nos seus textos e discursos.

Nosso campo empírico de investigação é localizado em um ambiente hegemônico: as redações de jornais impressos e digitais consolidados à Cidade do Natal (Rio Grande do Norte). Por essa razão, optamos por não delimitar nossas análises a um viés unicamente pragmático e determinista tecnológico, sem ressaltar apenas os possíveis benefícios causados pela penetração

dos aparatos móveis digitais nas rotinas produtivas dos jornalistas. Estes existem, inegavelmente. Contudo, abordamos a Cartografia Simbólica, em especial, pela possibilidade de uma construção metodológica pautada no posicionamento crítico e analítico, além do descritivo.

A partir dessas observações, no universo da construção do conhecimento, os mapas são importantes ferramentas de percepção da realidade. Obviamente que, por limitações físicas, não é possível abrigar em um mapeamento todos os elementos presentes em determinado espaço; alguns são destacados, outros são omitidos. A Cartografia Simbólica é baseada nas escolhas do cartógrafo, o qual define o seu recorte através de três elementos: escala, projeção e simbolização. Boaventura de Sousa Santos desenha a sua Cartografia com base na Sociologia do Direito e a descreve como uma totalidade de sentido pautada nessas divisões.

O autor ressalta que quaisquer representações distorcem a realidade que devem ser levadas em consideração no momento da interpretação dos dados. Trata-se da correspondência entre a distância concreta da realidade e a representação no mapa. Em síntese, o conceito de escala está ligado ao grau de detalhamento. A escala, projeção e a simbolização estão completamente interligadas. Apesar da virtualidade analítica, que permite ao pesquisador a adaptação da Cartografia Simbólica às especificidades do contexto da pesquisa, o seguimento dessas divisões durante o processo de construção metodológica faz com que seja possível o alcance da objetividade científica.

Como resultado desse processo inspirado metodologicamente em Boaventura de Sousa Santos, apresentaremos uma cartografia cujo título interpretativo é: *Cartografia da mobilidade jornalística*. Sistemáticamente, para o processo de tessitura da dissertação, dividimos a nossa pesquisa em cinco etapas, as quais serão explicadas no próximo subtópico.

4.1 Virtualidades analíticas da Cartografia da Mobilidade Jornalística

Ao demarcar seus objetos teórico e empírico de investigação, o passo seguinte para o pesquisador é a organização das estratégias de execução da pesquisa, as quais se tratam da metodologia e métodos. Em nossa apreciação pessoal, a metodologia aplicada é significativa para a delimitação dos caminhos a serem seguidos a partir do momento em que o investigador se compromete com a coleta de dados e sua posterior análise. Quanto maior a sistematização, maiores as possibilidades de serem atingidos os objetivos propostos. Por essa razão, a nossa

experimentaçãoda Cartografia Simbólica foi construída com base em cinco etapas – as quais denominamos **fluxos de pesquisa**³³ – que serão explicadas a seguir.

O **primeiro fluxo**, essencial para todos os trabalhos de cunho acadêmico, foi a pesquisa bibliográfica através da realização de leituras, cujo objetivo foi mapear o conhecimento científico já produzido acerca do jornalismo móvel. A análise da bibliografia é baseada em uma seleção da literatura sobre as temáticas envolvidas na temática da pesquisa e a sua sistematização através de fichamentos, resumos, resenhas e produção de artigos científicos para publicação. Trata-se, amplamente, do primeiro passo de todo trabalho de pesquisa (STUMPF, 2006, p.51). Iniciamos as leituras em março de 2016, no primeiro semestre do mestrado, divididas entre conceitos macro e micro. Estes são: Convergência, Cibercultura, jornalismo digital, as telas audiovisuais e sociologia crítica. Já aqueles se referem às seguintes áreas: Sociologia da Comunicação, Jornalismo, Metodologia de pesquisa e Jornalismo Móvel. Ao longo do percurso de leitura, novas bibliografias foram acrescentadas à nossa rede teórica, então essa etapa de pesquisa ainda está sendo realizada.

Nossa pesquisa bibliográfica foi, ao longo dos meses, realizada de forma sistemática. Além da leitura e grifos dos materiais, também produzimos resumos, fichamentos e produção de artigos científicos ligados à temática geral. O objetivo dos fichamentos e resumos foi identificar as obras, saber mais sobre o conteúdo, selecionar citações principais, analisar e fazer críticas (LAKATOS; MARCONI, 2003). Já a produção dos artigos foi importante para ampliar nosso senso de problematização no jornalismo móvel e suas aplicações locais, bem como a explanação de temáticas relacionadas.

A pesquisa bibliográfica foi a etapa que permeou todo o trabalho de dissertação, sendo estendida durante todo o nosso período abarcado no cronograma de investigação, visto que novos trabalhos são constantemente publicados em periódicos, livros e anais de congressos. Acreditamos que a leitura foi imprescindível para ampliar os conhecimentos acerca dos assuntos envolvidos na pesquisa, envolvendo desde conceitos básicos até outros mais complexos (LAKATOS; MARCONI, 2003), intensificando nossa capacidade de interpretação e análise do contexto que envolve nosso objeto empírico de pesquisa. Consideramos, ainda, que essa etapa durou todo o processo de pesquisa, pois continuamos, durante os dois anos do curso de mestrado, dilatando as

³³Optamos por essa denominação pois considerarmos que a Cartografia Simbólica, e conseqüentemente a Cartografia da mobilidade jornalística, é um processo metodológico fluido e não-determinista que respeita os contextos de cada pesquisa através da virtualidade analítica.

raízes do nosso conhecimento sobre o jornalismo móvel sob um solo infindável de conteúdo produzido pelos pesquisadores da área.

Segundo fluxo - consumo dos produtos jornalísticos: o objetivo desse pilar da investigação foi verificarmos a frequência da utilização dos dispositivos móveis digitais nas produções cotidianas. Apesar de já fazermos isso corriqueiramente em nossa rotina, imergimos mais intensamente nas produções através da catalogação e leitura antes da pesquisa de campo. Essa etapa foi nosso subsídio majoritário para a delimitação do campo de pesquisa final a ser estudado na dissertação.

Dessa forma, lemos a Tribuna do Norte e Novo nas plataformas impressa e digital; acompanhamos as produções virtuais do G1RN; assistimos aos telejornais da InterTV Cabugi e TV Ponta Negra, bem como acompanhamos suas redes sociais na Internet; e ouviremos os programas jornalísticos da 96FM. Contudo, essa atividade não está sendo realizada aleatoriamente. Registramos os pontos mais relevantes para a investigação – ressaltando quando foi possível identificar a produção com dispositivos móveis - e iniciamos a organização logística da etapa posterior. Esta parte foi primordial para a elaboração do roteiro de entrevistas os quais foram aplicados nas fases seguintes.

Terceiro fluxo - observação direta intensiva: Baseada na conceituação de Lakatos e Marconi (2003) através da observação não-participante no próprio campo empírico. Neste ponto, visitamos as redações estudadas para acompanhar o processo produtivo dos jornalistas, desde o recebimento das pautas até a elaboração do produto final. Nosso objetivo foi a identificação de fatores que não constaram nas entrevistas e, primordialmente, a observação comportamental dos agentes envolvidos em nossa pesquisa. Acompanhamos, presencialmente, cada empresa durante uma semana.

Para Lakatos e Marconi (2003), a observação pode ser assistemática ou sistemática; participante ou não participante; individual ou em equipe; na vida real ou em laboratório. Enquadramos nossa observação como estruturada por responder propósitos pré-estabelecidos, podendo também ser classificada como sistemática. Nesta etapa não nos integramos completamente ao grupo, pois optamos pela permanência no local de espectadores da produção jornalística, classificando a observação também como não-participante. Fizemos, ainda, a pesquisa de campo deste trabalho de dissertação com apenas uma pesquisadora – a autora - a qual foi responsável pelo registro e interpretação de todas as informações. Dessa maneira, consideramos

adequada a classificação da observação como individual. Por fim, a observação foi realizada na vida real, porque estivemos no local em que o evento ocorre. Conceitualmente, por conseguinte, a classificação geral da observação é promovida neste texto é: sistemática, não-participante, individual e na vida real.

A primeira empresa visitada foi o Novo, entre os dias 13 e 17 de março de 2017. Essa escolha foi tomada a partir da avaliação possibilitada pela execução da Etapa III, na qual verificamos uma produção mais constante com dispositivos móveis digitais nessa companhia jornalística. Decidimos, nesse momento, observar a rotina produtiva de todos os jornalistas, independentemente de atuarem ou não na reportagem de campo, pois verificamos um intenso uso do *smartphone* em especial por todas as pessoas ligadas ao jornalismo. Portanto, acompanhamos a produção jornalística de dois repórteres.

A observação não-participante foi realizada no jornal Tribuna do Norte nos dias 03-07 e 10-12 de abril de 2017. Acompanhamos a produção de dois repórteres distintos em seus respectivos turnos de trabalho e em dias diferentes. Assim como no Novo, observamos sistematicamente e conversamos com todos os jornalistas para acompanhar a utilização das tecnologias digitais móveis dentro e fora do ambiente da redação e, posteriormente, analisar.

Apesar dessa postura adotada por nossa pesquisa em ambos os campos empíricos, optamos por delimitar, durante a produção deste trabalho, o foco no trabalho dos repórteres. Tal escolha se justifica por serem eles os utilizadores mais corriqueiros dessa tecnologia. Enquanto os profissionais os quais não precisam sair da redação limitam a utilização dos dispositivos móveis ao gerenciamento de redes sociais na Internet e comunicação interna com os repórteres, estes exploram mais as potencialidades híbridas de produção nesse tipo de plataforma.

Quarto fluxo - coleta de dados por documentação direta: através da realização de entrevistas. “A documentação direta constitui-se, em geral, no levantamento de dados no próprio local onde os fenômenos ocorrem. Esses dados podem ser obtidos de duas maneiras: através da pesquisa de campo ou da pesquisa de laboratório” (LAKATOS; MARCONI, 2003, p. 186).

A entrevista nos serviu como instrumento de investigação social e será uma das principais ferramentas de coleta de dados desta pesquisa. Realizamos a entrevista semiaberta (DUARTE, 2006), a qual consiste em projetar um roteiro de perguntas, porém dar abertura a novas indagações conforme elas forem surgindo durante o processo.

Quinto fluxo – fundamentação do mapeamento: essa parte consiste na análise, interpretação e descrição dos dados, fundamentados pelas teorias do jornalismo móvel digital e das práticas de produção jornalísticas. Nesta dissertação, a fundamentação está presente em diferentes escalas em todos os capítulos, porém concentra-se majoritariamente no segundo tópico do sumário. Esta etapa também consiste na análise crítica abordada no último capítulo, verificando o que foi modificado com a incorporação das mídias móveis tanto nas redações quanto nas condições de vida e trabalho dos profissionais.

Destacamos que os seis fluxos explicados acima não têm o objetivo de empregar linearidade e causalidade à nossa pesquisa, pois isso iria contra os princípios do processo cartográfico. Não objetivamos traçar protocolos, e sim estratégias as quais são mais adequadas à sistematização científica da nossa pesquisa.

Dessa maneira, a Cartografia é apreendida neste trabalho como um método de pesquisa de processualidades, subjetividades e formações. Optamos por essa metodologia por entendermos que mesmo que determinadas práticas se repliquem em diferentes lugares, o jornalismo móvel digital não é um universo de generalizações. É, ao invés disso, atravessado por subjetividades configuradas por ações coletivas.

4.2 Escala, projeção e simbolização

Boaventura de Sousa Santos, em suas obras, construiu ao longo do tempo uma rede de pensamentos comprometidos com a pluralidade de saberes, igualdade social e visibilidade às regiões do planeta e grupos historicamente marginalizados. Sua visão pós-moderna sobre o Direito contribuiu não apenas para a compreensão de concepções conceituais na Sociologia do Direito, mas também para a criação de um procedimento metodológico com base na arte de criação dos mapas, denominado por ele de Cartografia Simbólica. Esta, por sua vez, é estruturada a partir de instrumentos de distorção da realidade: escala, projeção e simbolização.

De acordo com Santos (2011, p. 224), “as virtualidades de uma abordagem centrada em escalas, projecções e simbolizações, residem na combinação entre a análise estrutural e a análise fenomenológica”. Na *Cartografia da mobilidade jornalística*, desenharemos nosso mapa também com base nesses mecanismos de distorção. Contudo, eles não foram delimitados arbitrariamente. Baseamos nossa escolha em compromisso nos aspectos que apresentassem melhor representação

do fenômeno em um recorte local, com base em pesquisa exploratória realizada durante o processo de construção da dissertação.

Para que a escala, projeção e simbolização sejam levadas em consideração para a interpretação final do trabalho, explanaremos sobre esses pontos a seguir.

4.2.1 Escala (a delimitação do campo de pesquisa)

Santos (2011) delimitou níveis de escala na sua construção cartográfica: grande, média e pequena escalas, denominações que também são utilizadas na geografia. Nesta *Cartografia da mobilidade jornalística*, adaptamos tais divisões feitas pelo autor à nossa realidade e optamos por trabalhar com uma escala local³⁴. A escolha da escala implica diretamente na intensidade de pormenorização da representação no mapa. Quanto menor a escala, menores são os detalhes que poderão ser percebidos na investigação. Se a escala for maior, mais especificidades serão analisadas.

Jorge Luís Borges conta-nos a história do imperador que encomendou um mapa exacto do seu império. Insistiu que o mapa devia ser fiel até ao mínimo detalhe. Os melhores cartógrafos da época empenharam-se a fundo neste importante projecto. Ao fim de muitos trabalhos, conseguiram terminá-lo. Produziram um mapa de exactidão insuperável, pois que coincidia ponto por ponto com o império. Contudo, verificaram com grande frustração, que o mapa não era muito prático, pois que era do tamanho do império. (SANTOS, 2011, p.200).

Portanto, para a praticidade do mapa, ele não pode ser completamente fiel à realidade. Caso o fosse, seria inviável. Contudo, Santos (2011) salienta que a distorção do real em um mapa não significa arbitrariedade, desde que "os mecanismos de distorção da realidade sejam conhecidos e possam ser controlados". Por essa razão, a escala da nossa Cartografia não foi delimitada aleatoriamente. Partimos de um panorama macro e criteriosamente fizemos um afunilamento para que nosso campo de pesquisa estivesse delimitado a ponto de tornar a investigação viável.

Advogamos a escolha de uma grande escala para este trabalho, delimitada em um contexto local, para que possamos apresentar uma pesquisa mais detalhada e com possibilidade de observação analítica sobre todos os pontos investigados. A grande escala apresenta um menor nível de território representado, porém, por esse motivo, propicia um maior nível de análise.

³⁴ A escala deste trabalho é local porque trata de um fenômeno ocorrido em nosso contexto pessoal de vivência e integração social na perspectiva física, a cidade do Natal (RN).

A escala do mapa indica quantas vezes o espaço real foi reduzido. Por conseguinte, é considerada pequena quando há muita redução; e é grande quando o espaço é pouco reduzido. A escala 1:100.000 significa, por exemplo, que 1cm do espaço no mapa representa 10000cm no plano real.

Quadro 2 – Escalas cartográficas geográficas

Dimensões de escala	Principais indicações de uso
Pequena	Representações do globo terrestre, mapa de países e atlas
Média	Topografia
Grande	Plantas de residências e ruas

Fonte: Elaboração nossa.

A pequena escala deste trabalho foi definida no primeiro semestre do mestrado (2016.1), quando o projeto de pesquisa envolvia 10 empresas jornalísticas como campo de investigação. Apesar de sabermos que, devido ao curto tempo para a realização da pesquisa, não seria possível uma análise desse quantitativo, optamos por não delimitar nosso corpus empírico aleatoriamente. Ao invés disso, desenhamos a grande escala com o objetivo de, criteriosamente, encontrarmos os pontos de apreciação que possibilitariam uma análise mais adequada da prática do jornalismo móvel digital em Natal (RN).

Na escala inicial (pequena escala), nosso campo empírico envolvia as seguintes áreas de atuação do jornalista: jornal impresso, portal online, assessoria de comunicação, televisão e rádio. Nossa amostragem tinha recorte em duas empresas de cada campo. Como forma de facilitarmos a compreensão da nossa construção cartográfica, detalhamos esse panorama no quadro a seguir:

Quadro 3 – Pequena escala da Cartografia da mobilidade jornalística

Área de atuação	Nome da empresa
Jornais impressos	Tribuna do Norte e Novo
Portais online	G1RN e AgoraRN
Assessorias de comunicação	L4 Comunicação e Assessoria do Ministério Público do Rio Grande do Norte (MPRN)
Emissoras de televisão	InterTV Cabugi e TV Ponta Negra
Emissoras de rádio	96FM e 98FM

Fonte: elaboração nossa.

Os jornais impressos foram inicialmente selecionados por serem os únicos em circulação diária na Cidade do Natal (RN). Ambos possuem sítios eletrônicos e identificamos, em suas redes sociais na Internet, a produção de conteúdo com dispositivos móveis digitais.

Quanto aos portais, escolhemos o G1RN por sua abrangência local. Além de disponibilizar vídeos em abas da programação local, o site é marcado pela produção diária de notícias próprias sobre o estado do Rio Grande do Norte. O portal segue os princípios editoriais da empresa Globo e foi selecionado na primeira etapa da pesquisa, em especial, porque tem espaço para a colaboração do público através do canal VC no G1, no qual é possível que os internautas enviem notícias da sua localidade para serem divulgadas no site após apuração. Já o AgoraRN esteve sob nossa análise inicial por sua produção com dispositivos móveis digitais nas redes sociais na Internet e por oferecer um serviço de boletim de notícias através do WhatsApp³⁵ que conta com cerca de 3.800 assinantes.

Na parte das assessorias de comunicação, escolhemos a Diretoria de Comunicação do Ministério Público do Rio Grande do Norte (Dcom/MPRN), a qual funciona desde 2002 e é dividida em três setores: Imprensa, Relações Públicas e Produção e Arte. Ao todo, a assessoria é composta por 9 funcionários, entre efetivos e comissionados, e 5 estagiários. A sede da assessoria é localizada no bairro Candelária, em Natal (RN) e é vinculada à administração da Procuradoria-Geral de Justiça (PGJ). Desde 2014, a Dcom está trabalhando em um projeto de aplicativo para dispositivos móveis, o SAÊ, para a divulgação de notícias internas para os membros da PGJ. A L4

³⁵ Para se inscrever, é preciso enviar nome e bairro para o número (84) 988117-5384.

Comunicação é uma empresa privada de assessoria de comunicação que trabalha, majoritariamente, com a assessoria sindical política de esquerda. Apesar de não ter site próprio, a L4 atua na rede social Facebook. Atualmente a agência conta com 13 clientes.

Nas emissoras de televisão e rádio, ao contrário das demais áreas de atuação citadas, não observamos a princípio a prática do jornalismo móvel digital em suas rotinas produtivas. Contudo, optamos por envolver essas áreas na grande escala para apurarmos, por meio de pesquisa exploratória, se esses aparelhos já despontavam como instrumento de trabalho em seus cotidianos laborais.

O segundo recorte da escala (média escala) aconteceu entre os meses de janeiro e março de 2017. Adotando as sugestões das docentes avaliadoras do Seminário de Orientação à Dissertação I (SOD1), removemos completamente a área da assessoria de comunicação, visto que há diversos impasses acerca da configuração dessa prática como exercício do jornalismo, já que serve a clientes específicos, e não à sociedade.

Logo, optamos por permanecer com oito empresas jornalísticas: Novo Jornal, Tribuna do Norte, 96FM, 98FM, Portal G1RN, Portal AgoraRN, Inter TV Cabugi e TV Ponta Negra. A partir daí, iniciamos a observação empírica sistematizada das redes sociais na Internet dessas corporações, identificando as produções feitas com os dispositivos móveis digitais.

Nessa etapa, observando as publicações e, algumas vezes, consultando os profissionais envolvidos no gerenciamento dessas redes virtuais, chegamos à conclusão de que a produção com dispositivos móveis não é prática corriqueira em algumas empresas, as quais foram, por essa razão, eliminadas de nosso campo empírico: 98FM e Portal Agora RN. Neste, o qual era um dos maiores produtores de conteúdo com *smartphones* e *tablets* identificados por nós na coleta de dados para a produção do projeto inicial, o profissional responsável pela produção de fotografias e vídeos nesses aparelhos pediu demissão da empresa para trabalhar em projetos pessoais, diminuindo consideravelmente a prática no portal.

Quanto à rádio 98FM, além das redes sociais na Internet, ouvimos a programação da rádio por duas semanas: na primeira (12 a 16/09/2016), em turno matutino; na segunda (19 a 23/09/2016), no horário noturno. Durante esse período, não ouvimos menção à utilização de dispositivos móveis na rotina de produção e transmissão de conteúdos. Nas redes sociais virtuais, a maioria das publicações é de peças de arte produzidas ou fotografias de estúdio. Seguindo um caminho contrário, além do maior número de publicações produzidas com dispositivos móveis digitais em

suas redes sociais na Internet, os apresentadores de programas jornalísticos na rádio 96FM constantemente se referem a reportagens ao vivo através do *smartphone* e incentivam a participação do público por intermédio de aplicativos como o WhatsApp.

O Novo e a Tribuna do Norte, além das publicações produzidas em suas redes sociais virtuais com *smartphones* e *tablets*, intensificaram a produção de conteúdo no segmento das transmissões ao vivo e na interação com o público, abordando cada vez mais pautas que valorizam o aspecto local.

Quadro 4 – Média escala da Cartografia da mobilidade jornalística

Área de atuação	Nome da empresa
Jornais impressos	Tribuna do Norte e Novo
Portais online	G1RN
Emissoras de televisão	InterTV Cabugi e TV Ponta Negra
Emissoras de rádio	96FM

Fonte: elaboração nossa.

Na terceira etapa do recorte da escala (grande escala), percebemos que as emissoras de televisão selecionadas para esta pesquisa não têm em sua produção cotidiana o uso desses aparelhos, pois primam pela qualidade técnica dos equipamentos profissionais. Durante as semanas de observação³⁶, não foram identificadas produções jornalísticas por meio de *smartphones* e *tablets*. Por esse motivo eliminamos essa área de atuação profissional da nossa escala. O período de observação da programação da rádio 96FM delimitou em duas referências à utilização de dispositivos móveis digitais no período de duas semanas, referindo-se a *links* ao vivo por meio de celular nos programas Jornal 96 e Jornal das Seis.

Diante dessa sistematização, nosso campo de investigação foi delimitado nas seguintes empresas: Tribuna do Norte, Novo e G1RN. Após consultas a profissionais do G1, vimos que o conteúdo produzido para veiculação no portal era majoritariamente feito da própria redação por meio de aparelhos *desktop*, como computadores de mesa. As imagens dos textos são cedidas por instituições, órgãos ou pelo público, pois a equipe não conta com fotógrafos. Quando tais fotografias são provenientes de dispositivos móveis digitais, não costumam ser de autoria dos

³⁶ Entre os dias 12 a 16/09/2016 e 19 a 23/09/2016.

repórteres. As entrevistas são realizadas por meio de telefone. Levando esses apontamentos em consideração e buscando a padronização da área de atuação jornalística do nosso campo de pesquisa, além de procurarmos delimitar a escala mais detalhada possível, demarcamos nossa escala final nas empresas **Tribuna do Norte** e **Novo**.

Santos (2011, p.202) reitera que "os mapas são sempre uma 'versão miniaturizada' da realidade e, por isso, envolvem sempre uma decisão sobre os detalhes mais significativos e suas características mais relevantes". Dessa maneira, a delimitação da escala deve levar em consideração a finalidade do mapa. Como buscamos investigar os impactos do uso de dispositivos móveis digitais no jornalismo em Natal (RN) sob um viés analítico, estabelecemos critérios de utilização contínua dessas tecnologias para que nossa investigação tivesse como campo de análise as empresas que mais se adequassem à prática do jornalismo móvel digital.

A partir desse ponto, destacamos que o principal critério para o detalhamento da escala foi a constância da utilização de dispositivos móveis digitais para a produção de conteúdo. Esse dado foi obtido a partir do consumo dos conteúdos jornalísticos - uma das etapas desta Cartografia detalhada acima - durante o primeiro e segundo semestre da pós-graduação (abr-dez/2016). Não buscamos as empresas com maior produção quantitativa com *smartphones* e *tablets*, e sim as que faziam isso de maneira mais constante e corriqueira, mesmo que em maiores intervalos temporais. Algumas delas intensificavam o uso durante períodos de conflitos de rua, como protestos e manifestações, mas reduziam significativamente após esses episódios. Outras - como é o caso do campo empírico final escolhido para esta dissertação - mesmo que em algumas semanas não apresentassem a maior quantidade de produção, mantinham-na durante as semanas seguintes. Como exemplo de publicação identificada como proveniente de dispositivos móveis digitais, temos:

Figura 4 – Transmissão ao vivo através de dispositivo móvel



Fonte: Captura de tela da página do Novo Jornal no Facebook (04 ago 2016).

Na figura acima apresentamos uma captura de tela da *fanpage* Novo de uma transmissão ao vivo. Para classificá-la como produzida com dispositivos móveis, identificamos a qualidade da fotografia ou vídeo, inicialmente. No caso de serem feitas através de DMDs, a qualidade técnica geralmente é limitada. No caso de dúvidas, consultávamos algum funcionário da empresa para apurar qual era o dispositivo de origem da publicação. Publicações identificadas pela própria página como “transmissões ao vivo” ou na pasta “arquivos de dispositivos móveis” também eram catalogadas.

O desenvolvimento da *Cartografia da mobilidade jornalística* por meio dos fluxos propostos visa a exploração da virtualidade analítica advogada por Santos (2011). Conforme discutido até aqui, adequamos o procedimento metodológico da Cartografia Simbólica às necessidades da investigação em desenvolvimento. Devido ao tempo para a realização da pesquisa, a realidade total do mercado natalense não foi abordada dentro de nossa metodologia cartográfica,

ainda considerando que a análise absoluta de determinada transformação fenomenológica não é possível de ser realizada (JENKINS, 2009). Por essa razão, estudaremos a realidade das duas empresas as quais, após um longo período de observação e estudos, melhor representam a prática do jornalismo móvel digital – nas vertentes da apuração, produção e distribuição com dispositivos móveis digitais (SILVA, 2015) – em Natal (RN). A partir dessa grande escala foi possível observar de maneira mais detalhada os impactos desse fenômeno.

4.2.2 Projeção

Na cartografia, a projeção é o mecanismo que permite a representação de determinado referencial real em um mapa. Para melhor compreensão, pode-se visualizar, no âmbito geográfico, o globo terrestre. Originalmente ele é redondo e de grandes proporções. Seria inviável, portanto, sua sistematização nas linhas de um mapa de medidas limitadas. Para representar as partes curvas do globo em um mapa plano, paralelos e meridianos são traçados pelos cartógrafos com base nas medidas de redução da escala. Projetar é, inevitavelmente, distorcer, e as projeções cartográficas foram criadas exatamente para minimizá-las. Existem vários tipos de projeções e os cartógrafos escolhem o mais adequado de acordo com os seus objetivos.

Figura 5 – Ilustração alusiva sobre a projeção cartográfica



Fonte: Quino³⁷

De forma lúdica, a tirinha acima demonstra que a representação do planeta em um globo terrestre não é uma representação literal. Durante o processo de projeção em uma superfície

³⁷Disponível em: <<http://www.universodosleitores.com/2016/04/mafalda-em-10-tirinhas-realistas-e.html>>. Acesso em: 27 mai. 2017.

existem deformações. Segundo Boaventura de Sousa Santos (2011), assim como na geografia, na Cartografia Simbólica as distorções dos mapas não são aleatórias. Cada grau de modificação envolve fatores técnicos, a ideologia do cartógrafo e também o objetivo do mapa.

Nestes termos, cada tipo de projecção representa sempre um compromisso. A decisão sobre o tipo e o grau de distorção a privilegiar é condicionada por factores técnicos, mas não deixa de ser baseada na ideologia do cartógrafo e no uso específico a que o mapa se destina (SANTOS, 2011, p.203).

Nesta Cartografia, a projecção está voltada para a representação da realidade da prática do jornalismo móvel nas empresas investigadas, com foco nos impactos causados por esse fenômeno aos jornalistas. Embora busquemos desenvolver uma pesquisa detalhada dentro do campo empírico escolhido, não é possível que a escala abarque fielmente a totalidade. Consideramos que a nossa projecção envolve uma conjuntura líquida (BAUMAN, 2001), pois as reconfigurações causadas pela integração dos dispositivos móveis digitais nas rotinas de produção jornalísticas são fluidas e se modificam a todo o tempo.

Por conseguinte, neste trabalho, a projecção é a realidade da utilização dos dispositivos móveis no jornalismo em Natal (RN), com recorte em nossa grande escala (Tribuna do Norte e Novo). A projecção está, pois, no aspecto descritivo, na representação redigida da forma como os jornalistas se apropriam dessas tecnologias, na transcrição da observação de campo neste trabalho de dissertação.

No início da pesquisa, a realidade que começamos a projetar é completamente diferente da que encontramos atualmente, e ainda avaliamos que nos próximos meses (ou até dias) novos reordenamentos acontecerão, pois a prática do jornalismo em um ecossistema de mobilidade e flui tão rapidamente quanto a informação em um contexto ubíquo.

4.2.3 Simbolização

A simbolização na cartografia se refere ao aspecto da representação gráfica, no qual símbolos icônicos são utilizados para referenciar pontos da realidade físico-espacial. Dessa forma, por exemplo, uma cruz representa uma igreja em um mapa; trilhos representam uma estação de trem; árvores, uma floresta; ondas, o local onde está o mar. Em outras palavras, os símbolos cartográficos são convenções icônicas. Ou seja, são representações gráficas que simbolizam, no

plano do mapa, algum referencial presente na realidade. Para melhor visualização, apresentamos o quadro abaixo:

Quadro 5 – Exemplos de simbolização cartográfica geográfica

Símbolo	Legenda
	Rio
	Rio sazonal
	Aeroporto
	Montanha

Fonte: Elaboração nossa.

Os símbolos têm relação com a realidade espacial representada. Contudo, quando essa relação não é clara, a convencionalização estabelece o uso de determinado símbolo para conceber a ideia desejada. O primeiro símbolo do quadro acima, de uma linha para caracterizar o rio, é uma convenção. A estrutura física de um rio não é, necessariamente, um traço reto. Porém, tornou-se convencional essa aplicação e esse símbolo já é reconhecido como representativo.

Sob o ângulo da Cartografia Simbólica, a compreensão da simbolização também abarca símbolos para representar no mapa elementos reais. Santos (2011, p. 217) reflete que “a simbolização é a face visível da representação da realidade. É o procedimento técnico mais complexo, pois que a sua execução é condicionada, tanto pelo tipo de escala, como pelo tipo de projecção adotados”. Logo, na Cartografia Simbólica a simbolização pode ser tanto gráfica quanto conceitual.

Destarte, a construção do nosso mapa não intenciona a representação gráfica em ícones do jornalismo móvel digital em Natal (RN). A simbolização da *Cartografia da mobilidade jornalística* é conceitual, configurada por práticas e comportamentos identificados na pesquisa que se convencionalizaram – ou seja, tornaram-se simbólicos – a partir do exercício do jornalismo móvel digital. É sobre essa etapa que deve ser empenhada a análise crítica, pois afinal, “os mapas podem ser feitos para serem vistos ou serem lidos” (SANTOS, 2011, p.205).

Isso posto, elucidamos que explanação feita até o presente momento torna possível a exploração da Cartografia Simbólica como procedimento metodológico para o estudo do jornalismo móvel digital, a partir deste trabalho de dissertação. Acreditamos que esse exercício

poderá contribuir para os estudos na área, visto que essa estratégia metodológica pode ser utilizada por outros pesquisadores. Acentuamos que, com a grande escala escolhida para esta pesquisa, foi possível observar mais detalhes da realidade representada em nosso mapeamento.

Além da Cartografia Simbólica, com o Direito representado simbolicamente em mapas sociais (SANTOS, 2011), foram inspirações metodológicas a representação dos modos de vida e cultura em mapas visuais (NOBRE, 2011); a leitura das imagens em redes de significados sociais cartografados (SILVA, 2017); e a cartografia das mudanças e permanências no jornalismo (GUILHERME, 2016). Esemelhantes aos mapas cartográficos, a incorporação de dispositivos móveis digitais nas rotinas produtivas dos jornalistas em Natal (RN) pode ser representada em um **mapa analítico-descritivo** por meio dessa metodologia, possibilitando não apenas a observação desse fenômeno, mas também o tensionamento acerca dos seus impactos sociais, compondo esta *Cartografia da mobilidade jornalística* com simbolização conceitual.

Após as discussões iniciais apresentadas acima, abordaremos em seguida o percurso metodológico da investigação, evidenciando os passos trilhados na pesquisa de campo e coleta de dados do mapeamento. Com isso, visamos mais resplandescência na compreensão da realidade cartografada e sua respectiva análise posterior.

4.3 O delineamento do percurso metodológico e o *smartphone* no processo de coleta de dados

A pesquisa de campo durou duas semanas, uma em cada redação, período no qual pudemos fazer a observação das rotinas produtivas dos jornalistas - repórteres, editores e chefes de reportagem - e fotojornalistas, identificando a utilização de dispositivos móveis digitais durante as coberturas externas e também dentro das empresas. Em cada corporação jornalística, selecionamos dois dias para acompanhar o turno de trabalho de dois repórteres (um em cada dia) em pautas de rua para entender como acontece a apropriação desses aparelhos em todas as etapas de produção jornalísticas. Podemos afirmar que a Cartografia Simbólica foi atrelada a outros métodos de pesquisa e coleta de dados, como:

- a) Pesquisa bibliográfica;
- b) Acompanhamento do trabalho realizado pelas empresas no site, jornal impresso e redes sociais na Internet;
- c) Observação não-participante;

d) Entrevistas semiestruturadas.

A observação foi realizada de maneira sistemática, com registros em diário de campo e produção de conteúdo em fotografia. Visando enriquecer a coleta de dados, também foram realizadas entrevistas semiestruturadas com os profissionais envolvidos nas referidas processualidades. De acordo com Lakatos e Marconi (2003), a observação e a entrevista fazem parte da abordagem de observação direta intensiva na pesquisa científica. Nesta pesquisa, a coleta de dados foi realizada através dessas duas maneiras, pois:

A observação é uma técnica de coleta de dados para conseguir informações e utiliza os sentidos na obtenção de determinados aspectos da realidade. Não consiste apenas em ver e ouvir, mas também em examinar fatos ou fenômenos que se desejam estudar [...] A observação ajuda o pesquisador a identificar e a obter provas a respeito de objetivos sobre os quais os indivíduos não têm consciência, mas que orientam seu comportamento. Desempenha papel importante nos processos observacionais, no contexto da descoberta, e obriga o investigador a um contato mais direto com a realidade. É o ponto de partida da investigação social." (LAKATOS; MARCONI, 2003, p.190).

Seguindo essa direção, nossa observação foi estruturada e não-participante, pois estivemos em contato com o grupo de jornalistas, mas sem haver uma integração com a equipe. Foi um "olhar de fora". Todos os fatos foram presenciados, registrados e organizados, porém não houve envolvimento direto da pesquisadora com os acontecimentos do ambiente. Buscamos acompanhar a rotina profissional dos repórteres dentro da redação e em algumas coberturas externas para compreender suas relações com os dispositivos móveis digitais e também com seus editores e demais colegas de trabalho.

No Novo, a pesquisa de campo foi realizada entre os dias 13-17 de março de 2017 (segunda a sexta-feira), com uma permanência diária de 12h (7h30 às 19h30) para o acompanhamento das atividades. Na Tribuna do Norte acompanhamos as produções entre os dias 03-07 e 10-12 de abril de 2017. Nessas empresas, o turno laboral do jornalista é de 5h, horário excedido por todos os profissionais nos dias em que estivemos realizando a observação. Devido a questões logísticas dos jornais, não pudemos seguir todos os repórteres nas apurações das pautas, então acompanhamos dois deles em cada jornal durante o trabalho de campo.

Ao todo, realizamos 54 entrevistas com os jornalistas – entre repórteres, editores e estagiários – e fotógrafos dos periódicos. Foram 23 entrevistas presenciais no Novo e 27 na Tribuna antes do período da qualificação do mestrado. Após essa etapa, fizemos outras quatro entrevistas com alguns jornalistas através do WhatsApp, em especial após o fechamento do Novo para compreendermos a atual conjuntura.

Nessa concepção, os pesquisadores do campo da Comunicação estão imersos em contínuos desafios para a compreender e refletir cientificamente acerca de questões complexas, dinâmicas e constantemente mutáveis. A emergência de tecnologias digitais reconfigura os modos de interação e apropriação de experiências na contemporaneidade, implicando, ainda, na noção de espacialidade; as distâncias são minimizadas a partir da facilitação da comunicação através da Internet. A mobilidade não é apenas física, mas também informacional (LEMOS, 2011).

Para a construção da *Cartografia da mobilidade jornalística*, procuramos desenvolver uma abordagem metalinguística nesse contexto de mobilidade. Em conformidade com o nosso objeto de pesquisa - os dispositivos móveis digitais - priorizamos, como principal instrumento de coleta de dados, o *smartphone*. Foi a utilização da mobilidade digital para compreender a ela mesma. Essa experiência colaborou para a percepção de aspectos ligados à apropriação das tecnologias móveis digitais nas rotinas produtivas, sejam pontos de dificuldade ou de melhoria no processo de coleta de informações.

De acordo com Büscher, Urry (2011), essa estratégia metodológica é denominada métodos móveis. Os autores afirmam que muitas vezes as Ciências Sociais baseiam suas reflexões em uma "metafísica da presença", como se fosse algo intrínseco à existência humana. No entanto, os autores (2011, p. 101) defendem que existe um tipo de presença imaginada que circunscreve pessoas e informações, mesmo quando há ausência física. No nosso caso, a prática nos estudos acadêmicos proporcionou a vivência necessária para a observação desse uso no campo do jornalismo. Os métodos móveis são uma forma de fazer pesquisa que se movimenta tanto quanto o objeto de pesquisa. A vantagem, além de o pesquisador poder movimentar-se para acompanhar de diversas formas o movimento do seu referencial de pesquisa, é que o investigador também pode se permitir mover juntamente com o sujeito ou objeto pesquisado, em sintonia, compreendendo melhor a organização do movimento. Ou seja, através do uso de dispositivos móveis digitais na pesquisa de campo, nós, enquanto pesquisadores, podemos perceber melhor suas idiosincrasias na prática jornalística. Sobre esse olhar, Büscher, Urry e Witchger (2011, p.104) afirmam:

Ao mergulhar-se nos movimentos passageiros, multi-sensoriais, distribuídos, móveis e múltiplas, mas locais, práticas e ordenadas de realidades sociais e materiais, os pesquisadores obtêm uma compreensão do movimento não como regidos por regras, mas como metodicamente generativos. Isso torna menos interessante encontrar e definir gramáticas, ordens, regras ou estruturas "subjacentes", mas recompensadoras e desafiadoras para descrever os métodos que as pessoas (mas também as agências materiais, por exemplo, através do *design*) usam para alcançar e coordenar as orientações gramaticais e a criação de ordens (veja também Law and Mol, 2002). No processo, os pesquisadores estão desenvolvendo um novo e poderoso tipo de ciência social (tradução nossa).³⁸

A partir dessa proposta, buscamos, com base em nossa experiência, estimular outros pesquisadores os quais eventualmente possam utilizar os dispositivos móveis digitais durante o processo de construção da pesquisa no jornalismo. O *smartphone* usado para a coleta de dados foi do modelo Motorola MOTO G3 Plus, com tela *touchscreen* de 5 polegadas, câmera principal de 13 megapixels e no sistema operacional Android. As atividades produzidas com a tecnologia digital foram: gravação de áudios, registros fotográficos, anotações em texto e armazenamento dos dados coletados.

O diário de campo esteve presente para anotações de apoio. Porém, em algumas ocasiões foi perceptível o desconforto dos jornalistas diante do registro escrito, quando pareceram inibidos e receosos em dar determinadas informações. Notamos, então, que com o *smartphone* sendo o único instrumento em mãos da pesquisadora-cartógrafa, a conversa fluía mais naturalmente, pois esse aparelho está, geralmente, acompanhando a maioria das pessoas ao longo do dia. Fazer anotações no *smartphone* durante uma conversa pode ser, inclusive, considerada uma atividade comum. Por essa razão, embora houvesse o diário de campo manuscrito, a maioria das anotações foi feita digitalmente.

O aplicativo Google Keep funcionou como diário de campo através do registro textual, organizando as notas por dia de observação e horários de turno de trabalho. Criamos listas com os nomes dos entrevistados para maior organização logística do controle da coleta de dados por meio dessa técnica.

Os áudios das conversas foram gravados no aplicativo Audio Recorder. A entrevista emerge no contexto da presente investigação como uma técnica complementar, porém significativa, de

³⁸ Trecho original: Byimmersingthemselves in thefleeting, multi-sensory, distributed, mobile andmultiple, yet local, practicalandorderedmakingof social and material realities, researchersgainanunderstandingofmovementnot as governedbyrules, but as methodicallygenerative. Thismakes it lessinterestingtofindand define underlying' grammars, orders, rulesorstructuresbutrewardingandchallengingtodescribethe methodsthatpeople (butalso material agencies, e.g. through design) use toachieveandcoordinategrammaticalorientationsandthemakingoforders (seealso Law and Mol, 2002). In theprocess, researchers are developing a powerful new kindof social science.

coleta de dados em campo. Centramos nossas problematizações na prática do jornalismo móvel digital nas vertentes da apuração, produção e distribuição. Neste trabalho, executamos a entrevista estruturada (LAKATOS; MARCONI, 2003), na qual a entrevistadora procurou seguir um modelo elaborado com antecedência, com a intenção de obter respostas às mesmas perguntas de todos os entrevistados para assegurar a seriedade na interpretação dos dados.

Após as gravações das entrevistas e registros fotográficos, salvamos todo o material em nuvem, com o aplicativo One Drive, para não haver o risco de perda, exclusão acidental ou preenchimento completo de memória do aparelho. Os áudios foram transcritos manualmente. Previamente às visitas, a marcação das entrevistas foi materializada com o intermédio dos aplicativos WhatsApp, para mensagens instantâneas à diretoria da redação; e o *software* Outlook para a troca de e-mails.

Como ferramenta híbrida, os *smartphones* podem contribuir significativamente para a coleta de dados de campo, pois possibilitam ao pesquisador não apenas a obtenção de informações, mas também o seu registro, armazenamento e organização. O trabalho de pesquisa é uma atividade nômade. O pesquisador está em mobilidade física, quando sua pesquisa exige o deslocamento para a inserção no contexto de investigação e o acompanhamento das configurações das processualidades pesquisadas; em mobilidade digital, uma vez que está inserido em ciberespaços (LEVY, 1999) os quais possibilitam a obtenção de dados e arcabouços teóricos-conceituais-metodológicos para o desenvolvimento das atividades cunhadas; mas, acima de tudo, quem pesquisa está em permanente mobilidade das ideias, buscando respostas às constantes inquietações que guiam a problematização científica.

Os pensamentos são redes de ideias conexas e desterritorializadas. Fazer pesquisa, ainda, também é fazer jornalismo em essência. O compromisso com a veracidade, a apuração e a clareza é intrínseca ao ofício do pesquisador. A narrativa científica tem primor pela sistematização e pensamento reflexivo diante dos acontecimentos, oferecendo à sociedade respostas construídas sobre pilares concretos ou preliminares.

5 ASPECTOS ANALÍTICO-REFLEXIVOS SOBRE O USO DE DISPOSITIVOS MÓVEIS DIGITAIS NA PRÁTICA JORNALÍSTICA

Do bolso direito do colete, ele retira uma câmera e começa a filmar. Algumas vezes para e saca fotos com o mesmo aparelho. No bolso esquerdo, carrega um palmtop e uma caneta. A tiracolo, um pequeno notebook. E, no cinto, outros apetrechos, como pilha e bateria, cartão eletrônico, cartão de crédito, gravador digital, binóculo e celular. Quem é esse ser? Se portasse um short azul com estrelas brancas e um rádio, bem poderia ser a Mulher Maravilha. Será então o Super-Homem? Será o Batman da pós-modernidade? Como o herdeiro de Clark Kent, ele traz a identidade do jornalista, habita uma metrópole e desenvolveu alguns superpoderes. Do Homem Morcego e da Princesa de Themiscyra, esse estranho e híbrido animal racional absorveu a resistência e o intelecto, com um férreo ideal de ética e justiça. É a imagem idealizada do jornalista multimídia, assim como o conformam os donos das empresas jornalísticas, de um lado, e os novos repórteres, de outro.

(JORGE; PEREIRA; ADGHIRNI, 2009, p.84).

No trecho acima, os autores retratam um novo padrão de conduta profissional do jornalismo nos tempos atuais, que teve início com o crescimento das plataformas online e foi ainda mais potencializado pela utilização cotidiana de dispositivos móveis digitais. O parágrafo, que concomitantemente pode ser assustador e cômico, espelha a realidade vivenciada diariamente pelos jornalistas das empresas de comunicação ligadas aos meios impresso e digital: o profissional não deve mais ser especializado em apenas uma área específica da produção jornalística, e sim dominar o máximo de linguagens e formatos possíveis, sob o argumento do “jornalista multimídia” enquanto tendência de mercado.

Com base nessa ótica, neste capítulo - marcado principalmente pela análise qualitativa do campo de pesquisa investigado - analisamos como os dispositivos móveis digitais são utilizados pelos jornalistas da Tribuna do Norte e Novo. Embora algumas vezes haja hibridizações na realização das funções, em um contexto mais amplo os jornalistas estão divididos em ambos os jornais nas seguintes funções gerais:

a) Repórteres;

b) Editores;

Os repórteres têm a atribuição de produzir conteúdos jornalísticos para as multiplataformas das empresas nos meios impresso e digital. Os editores, além da produção jornalística, são responsáveis pela edição, organização e publicação dos materiais elaborados pelos repórteres. Já os estagiários exercem funções análogas aos repórteres, sendo direcionados à produção de conteúdos jornalísticos para o portal online e jornal impresso. Identificamos que os demais profissionais que compõe a redação dos jornais são *designers*, fotógrafos, diagramadores, gestores em tecnologia da informação (TI) e administradores. O cargo de pauteiro não existe em nenhuma das empresas desde 2015 e o chefe de reportagem está presente apenas na Tribuna do Norte, exercendo atribuições diárias semelhantes às dos editores.

A observação e entrevistas na pesquisa de campo foi realizada com todos os profissionais das redações, até mesmo os que não são jornalistas, de modo que fosse possível compreender o funcionamento logístico dos jornais como um todo. Porém, optamos por direcionar esta abordagem aos jornalistas e suas rotinas produtivas, de acordo com o objetivo geral do trabalho, e analisamos a prática do jornalismo móvel dos repórteres e editores. Em seguida, promovemos considerações analíticas fundamentadas nas entrevistas realizadas em campo, em diálogos informais com os profissionais e na observação não-participante para verificar os desdobramentos causados pelo exercício do jornalismo com tecnologias móveis digitais como ferramenta de trabalho.

De um modo abrangente, nas corporações midiáticas presentes nesta pesquisa os repórteres trabalham em perspectiva multiplataforma e diante de um cenário que se reconfigura rapidamente. Assim, é preciso que haja adaptações diárias para trabalhar em um cotidiano laboral inconstante e desafiador. O ciclo de produção deixa de ser móvel no fechamento dos materiais. Ou seja, pode-se dizer que a apuração – entrevistas, pesquisas, ligações telefônicas e checagem dos dados – e a escrita são feitas em contexto de mobilidade, mas a publicação dos textos no site e no jornal impresso são feitas unicamente em computadores de mesa. A exceção é para as redes sociais na Internet, gerenciadas muitas vezes por meio dos *smartphones*.

As entrevistas apresentam dados, falas afirmações e questionamentos os quais podem comprometer a imagem dos profissionais nas empresas. Por essa razão, não identificaremos nominalmente os entrevistados, mas sim a partir das siglas abaixo, acrescidas dos cargos funcionais em cada redação:

Quadro 6 – Siglas de identificação dos jornalistas entrevistados

SIGLA	SIGNIFICADO
JNV	Jornalista do Novo
JTN	Jornalista da Tribuna do Norte

Elaboração própria

O pensamento crítico acerca do uso de tecnologias móveis digitais pode contribuir para a compreensão do cenário jornalístico na contemporaneidade e suas práticas sociais. Contudo, conforme Giacomini Filho e Santos (2008, p.31), uma análise crítica não significa a condenação à tecnologia, e sim “um posicionamento teórico que fuja à idolatria alienada, à pretensa modernidade da Cibercultura e ao culto da tecnologia como força redentora da sociedade”.

5.1 A utilização de dispositivos móveis no Novo

Novo é uma empresa de produção de conteúdo multimídia localizada na Cidade do Natal (estado do Rio Grande do Norte, região Nordeste do Brasil) fundada em 17 de novembro de 2009 pelo jornalista Cassiano Arruda Câmara. Após ser demitido do jornal Diário de Natal, do grupo Diários Associados, ele planejou com outros dois jornalistas, Carlos Magno Araújo e Adriano Sousa, o lançamento de um novo jornal impresso em Natal que tinha como público-alvo principalmente os leitores das classes A e B³⁹. Na época da fundação, foi chamado de Novo Jornal e o foco das publicações eram grandes reportagens baseadas em apuração aprofundada e com produções fotográficas esteticamente planejadas. Os títulos das capas, em especial as chamadas da matéria principal, apresentavam caráter humorístico e alusivo.

Inicialmente, o objetivo da empresa era trabalhar no ramo do jornalismo impresso de circulação diária, no formato *standard*⁴⁰, com as editorias: Cotidiano, Opinião, Política, Economia, Cultura, Esportes, Segurança e Social. A primeira sede do Novo estava localizada na rua Frei Miguelinho, 33, no bairro da Ribeira. Em outubro de 2015, foi transferido para a avenida Hermes da Fonseca, bairro Petrópolis, em um prédio cuja estrutura intencionava a união de todas as equipes componentes do jornal, pois passaram a ficar em um mesmo espaço físico sem divisões de salas.

Na época do lançamento para o público, a equipe do jornal optou por não estar presente ativamente na Internet, mantendo apenas um *blog*. Posteriormente, esse espaço virtual foi

³⁹ Famílias que ganham de 05 a 15 ou mais salários mínimos mensalmente.

⁴⁰ Formato de jornal impresso cuja mancha gráfica mede, em média, 52x29cm.

transformado no site do Novo Jornal (www.novojornal.jor.br), cuja manutenção era feita com os materiais produzidos para o jornal impresso em sua totalidade. A presença digital do Novo foi intensificada em 2012, quando os leitores estavam mais significativamente atuando nas redes sociais na Internet, e os assinantes começaram a questionar o porquê de todo o conteúdo jornalístico pago por eles na assinatura da plataforma impressa também estar disponível gratuitamente na *web*.

Ao final de 2014, a direção do Novo alegou estar passando por uma crise financeira, justificada pela equipe do setor Financeiro pelo panorama econômico mundial, e a empresa esteve prestes a encerrar as atividades. Todavia, foi vendida para empresários membros do grupo imobiliário Ritz-G5⁴¹, os quais modificaram o *modus operandi* da redação, exigiram uma mudança no projeto gráfico-editorial e focaram os investimentos no âmbito digital.

A edição impressa assumiu uma estética mais tradicional, semelhante à de jornais concorrentes, com mudanças no posicionamento de fotografias, tamanho das chamadas de capa, linguagem dos textos e tipografia. Apesar das expressivas alterações nas configurações da edição impressa, a principal mudança foi na organização logística do jornal, iniciada pelo nome: de Novo Jornal, passou a ser Novo, sendo a partir daí denominada como empresa de tecnologia e produção de conteúdo multimídia.

A partir disso, a edição impressa começou a ser chamada de "produto *premium*", abordando conteúdos menos factuais, enquanto que o endereço e *layout*⁴² portal foram modificados (www.novonoticias.com.br), bem como a preocupação com o conteúdo disseminado nas redes sociais na Internet passou a ser dedicado. Ou seja, ao invés de apenas replicar os textos e imagens da plataforma impressa, iniciou-se também a produção de formatos e linguagens específicas para cada plataforma.

⁴¹ Descrição na empresa em seu site: "A Ritz Property é uma marca mundial, na área de investimentos imobiliários representada em Singapura e Brasil. Realiza a aquisição de áreas e construção de produtos de primeira linha tanto na capital quanto no interior do Rio Grande do Norte". Disponível em: <<https://www.ritzproperty.com.br/empresa/>>. Acesso em: 2 nov. 2017.

⁴² Trata-se do aspecto gráfico da estrutura física de um site, jornal ou revista, envolvendo elementos como imagens, texto, tipografias, colunas de textos, margens em branco e a maneira como todo o conteúdo é distribuído no espaço disponível.

Figura 6 – Capas antiga e atual do Novo (antes do fechamento), respectivamente



Fonte: Google Imagens⁴³

Em vez de editorias, a redação passou a ser dividida em *desks*⁴⁴: esportes, comunidade (engajamento social), cidades, economia, política e cultura. A nomenclatura das funções também foi alterada sob o argumento de modernização e horizontalização da redação, de acordo com os membros da própria equipe e diretoria do jornal. Em trabalhos anteriores (ANDRADE, 2015), percebeu-se também que essas reconfigurações foram motivadas, ainda, pela intensificação do uso de dispositivos móveis digitais pelos jornalistas e seus públicos, visto que a utilização desses instrumentos nas rotinas produtivas possibilitava o desenvolvimento de mais atividades durante a rotina de produção em relação a outrora. Para melhor visualização das mudanças de nomenclatura, trazemos o quadro a seguir:

⁴³ Disponível em: <<https://2.bp.blogspot.com/-PmNKL5iRfzY/V0dfZ7U3pNI/AAAAAAAAAFzs/oOXbXkStZNYsqbqRjtXZki3uQqsm7atACLcB/s1600/Novo%2B%2BJornal%2BCapa.jpg>>; <<http://www.robsonpiresxerife.com/wp-content/uploads/2010/11/capa-novo-jornal-nova.jpg>>. Acesso em: 1 dez 2017.

⁴⁴ O termo em inglês significa mesa de trabalho ou escrivaninha. No Novo, os *desks* são espaços de trabalho temáticos nos quais os produtores e conselheiros de conteúdo multimídia trabalham diariamente.

Quadro 7 – Nomenclatura de funções do Novo

Nomenclatura anterior (até maio/2015)	Nomenclatura atual (desde maio/2015)
Repórter	Produtor de conteúdo multimídia
Fotógrafo	Produtor de imagem e vídeo
Editor	Conselheiro de conteúdo
Diretor de redação	Conselheiro de relacionamento com a comunidade e marcas
Chefe de redação	Executivo de conteúdo e engajamento com a audiência
Gerenciador de mídias sociais	Analista de engajamento social
Diagramador	Executivo de inovação digital e experiência do usuário
Estagiário	Assistente de conteúdo e arquivo
Arquivista	Analista de imagem e áudio

Fonte: Andrade (2015).

Em janeiro de 2017, os motoristas do Novo foram demitidos e a locomoção dos repórteres passou a ser feita por parcerias com cooperativas de táxi ou pelo aplicativo Uber. No mês de agosto, dois profissionais do Novo foram demitidos e outros dois pediram demissão da empresa para trabalhar em um portal concorrente. No mesmo período, tais vagas foram preenchidas por alunos do curso de Jornalismo em regime de estágio. Esse ponto é preocupante, pois são sinais que apontam para a precarização profissional no mercado jornalístico local.

Os estagiários trabalham a mesma quantidade de horas dos produtores de conteúdo multimídia, exercem mais atividades durante a sua carga-horária sob a justificativa do aprendizado e recebem a metade do salário. Uma situação favorável para as empresas, para os alunos de Jornalismo – no ponto de vista da experimentação – todavia inquietante para os jornalistas recém-formados que não encontram vagas de trabalho suficientes devido à crescente ocupação das redações pelos estagiários.

Além desse aspecto, outra modificação foi a redução de cargos. Desde 2015, a função de pauteiro foi eliminada do Novo e essa função ficou sob responsabilidade de todos os demais profissionais da redação, além das já exercidas por ele diariamente. O número de fotojornalistas, de 2014 para 2017, foi reduzido de cinco para um. A diminuição intensa desse profissional acarretou em outro acúmulo funcional para os repórteres, que passaram a cobrir as pautas sozinhos e produzindo as fotografias dos seus próprios textos através dos *smartphones*. De acordo com Fígaro (2013, p.07), “as mudanças tecnológicas apropriadas no fazer jornalístico redesenharam as maneiras de se trabalhar. As redações ganharam outro formato, outro ritmo, muitas profissões desapareceram”.

Devido ao panorama financeiro vivenciado pelas empresas de comunicação locais, em especial do Novo, que nos últimos 2 anos passou por diversas instabilidades econômicas, no dia 28 de outubro de 2017 o jornal anunciou o encerramento da sua publicação impressa. A capa de dessa edição reuniu diversas outras capas importantes na história do jornal desde a sua fundação. Em sua última edição, foi alegado que a empresa centraria esforços na produção do conteúdo digital. Contudo, nas duas semanas seguintes, todos os profissionais da redação foram demitidos. Devido aos contratos publicitários ainda vigentes, o sítio eletrônico do Novo continua, até o momento de encerramento deste trabalho (janeiro/2018) sendo gerenciado por uma empresa privada de assessoria de comunicação, A Carta Comunicação, localizada também na Cidade do Natal (Rio Grande do Norte).

É complexa a reflexão acerca do fechamento do Novo neste trabalho, pois nossos objetivos são voltados para outra perspectiva. No entanto, ao longo da pesquisa e da análise, foi perceptível o aumento da sobrecarga de trabalho dos profissionais devido ao uso das tecnologias móveis digitais e a ânsia pelos números de acesso e “cliques” por parte dos conselheiros de conteúdo e da direção de uma forma geral. Para que isso fosse possível, era estimulada a produção de materiais jornalísticos em larga escala e o foco nas notícias do site era voltado para o colunismo social, humor, curiosidades e fofocas sobre celebridades. Abaixo a última capa do Novo que marcou o encerramento dos trabalhos na edição impressa:

Figura 7 – Capa da última edição impressa do Novo



Fonte: Novo Notícias⁴⁵

O acompanhamento das rotinas produtivas do Novo mostrou que os *smartphones* fazem parte do cotidiano de trabalho de todos os profissionais que fazem parte da redação, independentemente da função. Embora tenhamos cartografado a prática do jornalismo móvel digital no Novo por todas as equipes citadas no quadro 6, optamos por, neste trabalho de dissertação, focar na análise de duas equipes: repórteres (produtores de conteúdo multimídia) e editores (conselheiros de conteúdo). Os estagiários (assistentes de conteúdo e arquivo) foram incluídos na análise dos produtores de conteúdo, pois exercem as mesmas atribuições diárias.

⁴⁵ Disponível em: <<https://www.novonoticias.com/novopremium>>. Acesso em: 10 nov. 2017.

Justificamos a escolha por avaliarmos que são os principais grupos envolvidos na produção de conteúdo jornalístico para o site e jornal impresso. De acordo com a nossa observação não-participante sistemática, essas equipes são as que passaram por transformações mais significativas a partir do uso de dispositivos móveis digitais no cotidiano laboral.

5.1.1 Repórteres (produtores de conteúdo multimídia)

Ao longo do tempo, não somente as obrigações laborais do jornalista foram sendo modificadas, mas também os instrumentos de trabalho com o qual realizam suas atividades cotidianas. De acordo com Travancas (1993, p. 47-49), entre os anos de 1989 e 1990:

Os principais instrumentos de trabalho de um repórter de jornal são papel e caneta ou lápis [...] o repórter de jornal tem mais agilidade para correr atrás de um depoimento, mas deve estar acompanhado do fotógrafo, que registrará a cena [...] em geral, o repórter de jornal apura tudo que puder em tempo hábil e segue rápido para a redação, a fim de escrever a matéria.

Se na época da pesquisa citada acima eram essas as principais ferramentas de trabalho do jornalista, atualmente, com a incorporação dos dispositivos móveis digitais massivamente pela sociedade, os repórteres encontram na hibridização dos *smartphones*, por exemplo, uma forma de unir as diversas funcionalidades que precisam para executar os processos de apuração, escrita e publicação do conteúdo jornalístico.

Levando esse aspecto em consideração, neste subitem explanaremos os resultados da *Cartografia da Mobilidade Jornalística* referentes a como os produtores de conteúdo multimídia da empresa Novo, outrora repórteres, utilizam os dispositivos móveis digitais em suas rotinas de produção. Apesar de não haver repasses salariais com a modificação das nomenclaturas funcionais do Novo, essa transformação também impactou diretamente no desenvolvimento dos trabalhos realizados para a empresa. Se enquanto repórter o(a)jornalista tinha como função a escrita de textos jornalísticos para o jornal impresso e o site, ser transformado em produtor de conteúdo multimídia ocasionou a agregação de outras atividades à rotina produtiva desses profissionais.

Na época da realização desta pesquisa de campo, em março de 2017, entrevistamos os sete produtores de conteúdo multimídia empregados pelo Novo para cartografar a prática do jornalismo móvel durante seu cotidiano profissional. Sinteticamente, mapeamos as seguintes práticas com os DMDs na prática profissional dos produtores de conteúdo multimídia: troca de arquivos com os

conselheiros de conteúdo, gravação de entrevistas em áudio, produção fotográfica, produção de vídeo, marcação e realização de entrevistas, acesso às redes sociais na Internet para a publicação de conteúdo, acesso a sites de busca (como o Google, por exemplo), pesquisa de pauta, escrita de texto, apuração de dados e comunicação interna.

Por comunicação interna entende-se a troca de mensagens a partir de aplicativos de mensagens instantâneas, como o Messenger do Facebook e o WhatsApp. Neste, por sua vez, existe um grupo do qual participam todos os integrantes da redação, em que era realizada a primeira reunião de pauta não-presencial do jornal, às 9h, diariamente. Participam dessa conversa tanto os profissionais que já estão na redação quanto que trabalham a partir de um horário mais tarde. Ou seja, os dispositivos móveis digitais, especificamente os *smartphones*, modificaram a rotina dos repórteres mesmo antes de iniciarem seu turno de trabalho regular.

A gente mantém o jornal impresso, nosso produto *premium*, e paralelo a isso produzimos conteúdo tanto para o site quanto para as mídias digitais da empresa. Os dispositivos móveis provocaram mudanças no modo de trabalho da gente, até mesmo pelo fechamento do impresso... já no digital o horário de fechamento não existe. Está sempre “aberto”. Antes mesmo de chegar na (sic) redação eu já recebo as primeiras informações da pauta que vou cobrir pelo grupo do WhatsApp. As vezes nem mesmo passo na redação antes, vou ao local direto (JNV, produtor de conteúdo multimídia, informação verbal).

Em 2015, os profissionais do Novo utilizavam os seus dispositivos móveis digitais pessoais para trabalhar. Já em 2017, a empresa adquiriu três *smartphones* funcionais, da marca iPhone, e um celular para a efetuação de chamadas de voz. Os aparelhos eram divididos entre os *desks*, portanto, em algumas ocasiões, era preciso que os repórteres fizessem uso de seus aparelhos particulares.

A partir deste ponto, abriremos um espaço de narração acerca do cotidiano de um jornalista, na função de produtor de conteúdo multimídia, no Novo. Escolhemos a narrativa por entendermos que é a forma mais adequada de expressar as observações diretas feitas pelos pesquisadores deste trabalho. O tempo verbal utilizado foi a primeira pessoa do singular, pois trata-se de um olhar subjetivo.

A ROTINA DO PRODUTOR DE CONTEÚDO MULTIMÍDIA

O expediente na redação tem início às 7h. Chego meia hora depois, quando apenas dois produtores de conteúdo multimídia estavam presentes, mas todos os editores já se encontravam no

local. A primeira tarefa destes é ler informações e notícias em diversos portais jornalísticos, e mesmo em jornais impressos concorrentes, de modo que possam saber quais assuntos estão em destaque nas conjunturas local, regional, nacional e internacional. Pouco tempo depois, os editores fizeram sua discussão inicial sobre o jornal impresso.

Após essa reunião, inicia-se a discussão no grupo da redação no WhatsApp, com o compartilhamento de informações sobre as pautas que estão sendo apuradas e orientações acerca daquelas que começam a ser repassadas aos jornalistas responsáveis. O local, uma mesa alta sem cadeiras, foi pensado arquitetonicamente para a realização de reuniões rápidas e cujo espaço físico auxiliasse na aproximação dos participantes da reunião, pois ficam no mesmo nível espacial.

A primeira discussão do dia é pautada, comumente, no fechamento do jornal impresso, com a distribuição das retrancas⁴⁶ das matérias jornalísticas previstas para o dia em um espelho⁴⁷ impresso. Cerca de 15 minutos depois, os repórteres se aproximam do local e começam a se integrar à reunião com sugestões de pautas. Desde 2015, visando o corte de gastos, o Novo aboliu o cargo de pauteiro da redação. O profissional responsável por essa função foi demitido e, por essa razão, a responsabilidade foi distribuída entre todos os jornalistas da empresa. Ou seja, os repórteres, editores e estagiários têm abertura para sugerir as temáticas que serão abordadas tanto na edição impressa quanto no sítio eletrônico do Novo.

Nos dias de observação, no início da manhã os repórteres passam a apurar suas respectivas pautas. No dia 13 de março de 2017, nesse horário, um deles, munido de um telefone celular⁴⁸ da empresa, liga para a principal fonte de sua matéria jornalística cujo tema era o nível hídrico de uma lagoa de captação de água das chuvas para o abastecimento da zona norte de Natal (RN). Todo o processo de apuração através de entrevista foi realizado por intermédio dessa ligação. A fotografia para ilustrar o texto veio de um banco virtual de imagens. Em 1h, o texto é digitado no computador de mesa e publicado no site sem que fosse necessário sair da redação.

No dia seguinte (14/03/2017), acompanhamos o trabalho de um produtor de conteúdo multimídia em uma cobertura de campo. A pauta era o trabalho de uma ONG da cidade com

⁴⁶ Nesse caso, a palavra retranca se refere a palavras-chave ou expressões que caracterizem o tema abordado em cada espaço das páginas do jornal impresso. Por exemplo: “Buraco na avenida Hermes da Fonseca” para representar a matéria que tratará desse assunto, sem a necessidade de ter o texto escrito completo para a organização da edição do jornal.

⁴⁷ Organização prévia do que será publicado em cada página do jornal, incluindo os anúncios publicitários.

⁴⁸ Aparelho sem conexão à Internet, com funções restritas ao recebimento e efetuação de chamadas e envio de mensagens de texto em SMS.

crianças de uma comunidade periférica. Por se tratar de uma reportagem especial, planejada com três dias de antecedência e solicitada pela diretoria do jornal, foram, além do repórter, o conselheiro de relacionamento e um produtor de imagens. Fomos levados ao local da apuração pelo fundador da ONG em seu veículo particular. Quando chegamos ao destino, o produtor de conteúdo iniciou suas entrevistas registrando-as apenas com caneta e caderno. As fotografias foram produzidas com a câmera profissional de modelo Canon 6D. Seguiu-se dessa maneira até o fim da cobertura, sem que o *smartphone* ou outro dispositivo móvel digital fosse utilizado uma vez sequer.

Figura 8 – Instrumentos de trabalho utilizados pelo repórter do Novo na rotina de campo



Fonte: Foto de Alice Andrade.

Retornamos à redação após quase duas horas de apuração e coleta de dados. Já era o horário no qual os profissionais da redação saem para almoçar. O almoço, tido em um restaurante na rua ao lado da empresa, torna mais rápido o retorno ao jornal para a escrita do texto. À mesa, o assunto entre os produtores de conteúdo eram as pautas apuradas pela manhã ou as condições de trabalho no jornalismo, de modo geral, entre risadas e olhares preocupados.

Após o horário do almoço, os repórteres continuam na redação escrevendo suas matérias em computadores. Os profissionais do turno vespertino começam a chegar para receber suas pautas verbalmente, pois o Novo não trabalha mais com pautas impressas. Entretanto, a maioria deles já tinha recebido orientações iniciais acerca do trabalho da tarde através do aplicativo WhatsApp.

Um dos produtores de conteúdo multimídia, ocupante do cargo de estagiário – assistente de conteúdo e arquivo - chegou à redação às 12h30 com o objetivo de sair 30min mais cedo para participar de uma atividade na universidade, pois ainda é estudante de Jornalismo. Ele recebeu duas pautas para aquela tarde. A primeira, sobre uma cervejaria artesanal recém-inaugurada na cidade, tinha a localização próxima ao jornal, por isso fomos a pé. De lá seguiríamos de táxi para a segunda pauta.

No Novo, os repórteres utilizam os dispositivos móveis digitais para a solicitação de transporte, visto que não há mais motoristas na empresa desde dezembro de 2016 para a redução dos gastos. Os jornalistas apuram suas pautas a pé, quando o local é próximo da redação; ou de táxi ou Uber, caso o local seja mais longe.

Assim, o repórter saiu munido de bloquinho de papel, caneta, *smartphone* funcional e um *ticket* do convênio com uma empresa de táxi. Quando chegamos no primeiro lugar de apuração, a entrevista foi completamente gravada com o dispositivo móvel digital. Contudo, o jornalista também fez breves anotações manuscritas para orientá-lo na produção posterior do texto. Como foi sozinho, as fotografias foram feitas com o *smartphone* pelo próprio assistente de conteúdo e arquivo.

A pauta seguinte era a cobertura de uma manifestação em defesa da educação pelos servidores municipais, realizada no bairro do Alecrim, em Natal. Durante o trajeto, o futuro jornalista tentou, sem sucesso, marcar uma entrevista com uma representante da Secretaria Municipal de Educação através do *smartphone*. Para esse assunto, a orientação do editor foi uma produção multiplataforma: texto para o site e jornal impresso, fotografias da multidão para as redes sociais, imagens dos entrevistados para ilustrar a matéria escrita e uma transmissão ao vivo para o Facebook.

Embora houvesse dificuldades como a localização das fontes entre tantas pessoas, conexão à Internet, captura nítida do áudio e boa iluminação para os registros fotográficos, com o *smartphone*, foi possível a realização de todas as atividades. Apressado, o repórter precisou se dedicar para executá-las, algumas vezes, concomitantemente.

A publicação das fotografias nas redes sociais na Internet e a transmissão ao vivo foram feitas diretamente do local. Retornamos à redação e a produção do texto foi feita em um computador de mesa. O editor repreendeu o repórter pela curta duração da *live*⁴⁹, recebendo a justificativa de que, caso não encerrasse naquele momento, perderia a oportunidade de entrevistar uma fonte e produzir uma fotografia ainda com boa iluminação no ambiente. A finalização e publicação do texto aconteceu no final da tarde. O repórter saiu da redação às 18h48, 18min após do que pretendia, mesmo tendo chegado mais cedo.

Diante dessa observação subjetiva, analisamos que a utilização dos dispositivos móveis digitais amplia significativamente a carga de trabalho dos jornalistas, em relação à carga-horária e também ao número de tarefas a serem executadas. As tecnologias digitais estão impactando no desempenho profissional dos jornalistas. Embora isso aconteça, e seja uma exigência da empresa, através dos editores, a intensificação da presença no digital a partir da atuação em diversas plataformas, o profissional não se enquadra em uma situação de obrigação, e sim de comprometimento com a qualidade das notícias as quais são veiculadas aos seus públicos.

Os *smartphones* são essenciais na nossa rotina. Isso é inegável. Mas a parte ruim, e bem ruim, é que nossa carga de trabalho aumenta muito. Eu tenho que ficar aqui 5h diárias, mas isso nunca aconteceu. Sempre fico mais. Não é que o jornal me obrigue. Fico porque eu quero mesmo. Mas isso acontece porque eu tenho um celular que pode filmar, gravar, nele posso escrever, fazer live... se dá pra (sic) fazer tudo isso, eu tenho que fazer, pois eu quero levar a melhor informação pro (sic) meu leitor. Tem um lado positivo e um lado negativo nisso. Acho que é algo que tá (sic) muito ligado à profissão. É muito inerente à profissão. Eu não me sentiria confortável se estivesse diante de um fato noticioso e não produzisse um conteúdo sobre aquilo, mesmo sem estar no meu horário de trabalho (JNV, assistente de conteúdo e arquivo, informação verbal).

Na apuração das pautas, os produtores de conteúdo multimídia, geralmente, são solicitados a produzir um conteúdo multiplataforma. Não apenas texto para o site e jornal impresso, como também fotografias para suas próprias matérias e redes sociais na Internet, vídeos curtos e transmissões ao vivo pelo Facebook e Instagram. Todas essas tarefas são executadas com o auxílio de um ou mais *smartphones*, pois há casos em que, como exemplificação, o jornalista deixa seu aparelho pessoal gravando uma entrevista enquanto que com o da empresa produz as imagens para a sua matéria. Esse panorama acarreta consequências para o jornalista e “para a prática jornalística em geral, permitindo discutir como todo profissional de jornalismo desempenhará também, e não exclusivamente, a função de jornalista on-line” (RODRIGUES, 2009, p.20).

⁴⁹ Transmissão ao vivo.

Eu acho que as vezes a qualidade do material secundário, como as *lives*, cai um pouco. Talvez com a experiência isso melhore, pois hoje precisamos nos preocupar com aspectos técnicos que antes não existiam. Era a entrevista, o áudio pro(sic) texto e pronto. Hoje em dia temos que ter noção até de produção de vídeo, fotografia, iluminação e composição (JNV, assistente de conteúdo e arquivo, informação verbal).

A questão dos fotógrafos... eu sinto muita falta. A gente sai pra (sic) algumas pautas as vezes sem fotógrafo e fica muito limitado. Quando você faz uma *live*, é semelhante a uma gravação de áudio. Depois posso usar aquilo pra (sic) fazer meu texto. Mas a fotografia tem uma linguagem bem específica e depende de outro tipo de concentração. Já tive situação que saí sem fotógrafo e as fotos ficaram ruins. Isso compromete porque é uma função de trabalho a mais, uma nova preocupação. Há uma perda no produto final. Uma coisa é fazer uma foto de boneco⁵⁰. Outra é ter que pensar em uma foto marcante (JNV, assistente de conteúdo e arquivo, informação verbal).

A execução concomitante de diversas atividades compromete a qualidade do produto final, pois a concentração é dividida entre tarefas sobre as quais nem sempre há um domínio significativo, em especial a fotografia e produção de materiais em vídeo. Apesar da agilidade que proporcionam ao processo de apuração e produção jornalísticos, os dispositivos móveis digitais podem ocasionar uma baixa na execução de determinadas tarefas, em especial devido ao acúmulo de funções na rotina de trabalho dos profissionais (RODRIGUES, 2009). A característica multitarefa desses aparelhos torna o ecossistema móvel não mais um acessório da prática jornalística, e sim uma realidade desafiadora e ocasionadora de transmutações (SILVA, 2016) no processo de produção e circulação de informações no contexto convergente e de mobilidade do jornalismo.

5.1.2 Editores (conselheiros de conteúdo)

Os conselheiros de conteúdo têm, além da atribuição da revisão e edição do conteúdo jornalístico em texto, a tarefa de orientar os produtores de conteúdo multimídia na pré-produção das pautas. Embora a função do pauteiro tenha sido redistribuída entre todos os profissionais, é deles a maior responsabilidade sobre esse ponto. Portanto, utilizam os dispositivos móveis digitais para: comunicação com os produtores de conteúdo (informações sobre pautas, saneamento de dúvidas e explicações), contato com as fontes, pesquisa de pauta e troca de arquivos. Em outras palavras, não foram apenas os produtores de conteúdo que tiveram suas atribuições ampliadas com

⁵⁰ Fotografia jornalística de pessoa em plano médio, geralmente da cabeça até a cintura.

a crescente penetração da mobilidade digital na redação, como é possível ratificar no depoimento a seguir:

Na prática ampliou o número de funções que exercemos. Antes editávamos somente a página do impresso. Hoje em dia, além do impresso, publicamos matérias no portal, escrevemos os textos, verificamos as redes sociais... a estrutura do jornal está precária, porque falta pessoal e temos que cobrir essa lacuna. Mas aumentar o salário, não aumentou (JNV, conselheiro de conteúdo, informação verbal).

A visão dos conselheiros de conteúdo a respeito dos dispositivos móveis digitais é paradoxal. Enquanto alguns defendem massivamente que a tecnologia é uma importante trilha no progresso da profissão, uma caminhada sem perspectiva de retorno; outros criticam de maneira enfática os impactos que o contexto digital ocasiona ao profissional do jornalismo.

O *smartphone* facilita muito, pois o contato com os repórteres aumentou, conseqüentemente a produtividade. Antes eles apuravam e tinham que esperar chegar na (sic) redação pra (sic) gente orientar, agora não. É tudo ali, em tempo real. É bom pro (sic) repórter, é bom pro (sic) editor e também pro público que recebe a informação mais rapidamente (JNV, conselheiro de conteúdo, informação verbal).

Com o WhatsApp do celular, a gente nunca sai do jornal. Sempre estão chegando informações. A pauta formal foi substituída pela falada. Agora é pela digitada. Eu acho que é até uma coisa meio esquizofrênica do jornalismo. A gente tem que estar ligado sempre no WhatsApp do jornal. Sempre mesmo, 24h por dia, senão é bronca. Então a principal ferramenta do jornalismo hoje não é nem a informação, é o *smartphone*, porque sem ele a informação não chega mais em canto nenhum... e se chegar, chega tarde demais (JNV, conselheiro de conteúdo, informação verbal).

A ubiquidade dos DMDs faz com que a rotina produtiva dos jornalistas não seja mais apenas dentro da redação, mas também em seus horários livres, de folga, e até mesmo em casa. O recebimento de pautas e demandas mesmo antes de se chegar ao local de trabalho promove a sensação de que é preciso ser jornalista potencialmente a todo o tempo, pois não há justificativas de não produzir onde quer que esteja se há em mãos um aparelho que proporciona as condições de produção.

Os efeitos da precarização da profissão de jornalista não são prejudiciais apenas para os jornalistas, mas também para os públicos de leitores e seguidores. O impacto se estende também à qualidade do produto jornalístico (JORGE; PEREIRA; ADGHIRNI, 2009). Uma apuração, escrita ou revisão de texto apressadas podem ocasionar falhas que comprometem até mesmo o emprego dos profissionais. “Um erro em tempo real pode significar uma demissão em tempo real” (JORGE; PEREIRA; ADGHIRNI, 2009, p.82). Sobre esse prisma de abordagem, é uma das funções principais dos editores, ou conselheiros de conteúdo, ter cautela com a informação que é publicada

por eles e pelos repórteres, diretamente do local da apuração. Por isso, os conselheiros fazem parte diretamente do processo de contratação de novos repórteres e estagiários para a redação do Novo e esperam habilidades múltiplas de um jornalista que está ingressando no mercado. Defende-se:

Um repórter nesse contexto atual tem que saber um pouco de tudo. O ideal é que saiba de escrita, que tenha um bom português pra (sic) revisar seu texto, seja comunicativo, seja familiarizado com vídeo também, domine as novas tecnologias, gerenciamento de redes sociais e produção fotográfica. É a tendência, não é nem de futuro, e sim de presente (JNV, conselheiro de conteúdo, informação verbal).

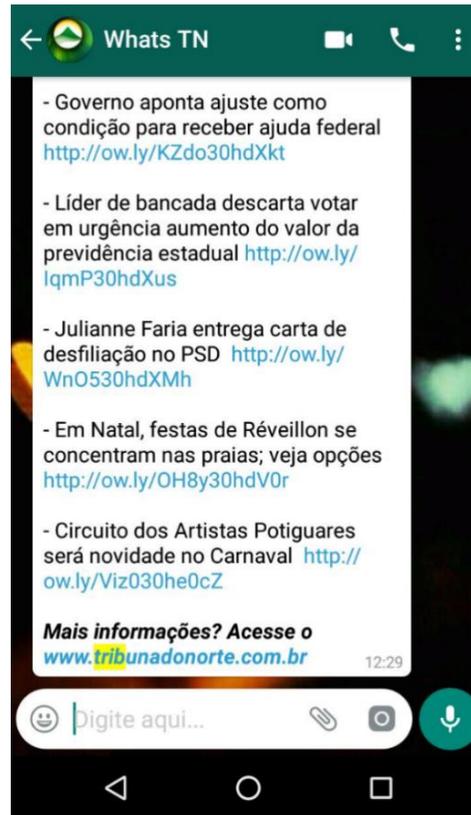
Segundo Fidalgo e Palácios (2009), os *smartphones* deixaram de ser artigos de luxo para se tornarem cotidianos e essenciais na vida das pessoas. Para os conselheiros de conteúdo, essa reflexão se aplica. Esses dispositivos móveis são utilizados por eles como instrumento básico na rotina laboral, em especial por facilitarem a troca de arquivos e informações a respeito das pautas. São utilizados, além do WhatsApp, o aplicativo Trello, que cria, em meios *desktop* e *mobile*, quadros de trabalho que facilitam a designação de tarefas.

5.2 A utilização de dispositivos móveis na Tribuna do Norte

A Tribuna do Norte é uma empresa jornalística localizada em Natal (Rio Grande do Norte), criada em 1950 pelo então político e jornalista Aluizio Alves em um contexto político no qual a família Alves sentiu a necessidade de ter um espaço na imprensa potiguar. Na época da fundação, era atuante apenas no ramo do jornalismo impresso, mas desde 1999 foi criado um site para demarcar sua presença digital. Nessa época, os conteúdos publicados no site eram em regime de *crossmídia* - transposição do material veiculado no jornal impresso na íntegra para a Internet - porém, em 2005, a diretoria de redação optou pela criação de uma equipe exclusiva para o trabalho em plataformas online.

Cinco anos depois, em 2010, os jornalistas da Tribuna do Norte perceberam que seus leitores e internautas que acompanhavam frequentemente o portal estavam repercutindo notícias através do Twitter. A partir daí, iniciou-se a criação de contas e perfis nas redes sociais na Internet, como Facebook, Instagram e Periscope. Desde 2015, a Tribuna do Norte criou um boletim de notícias no WhatsApp, no qual destacam-se as principais notícias publicadas no portal online para envio através de listas de transmissão.

Figura 9 – Boletim de notícias no WhatsApp da Tribuna do Norte



Fonte: captura de tela

A presença da Tribuna no contexto online é importante porque percebemos que o nosso público está lá, tem interesse no nosso conteúdo e cobra a nossa presença. No início as inovações eram feitas de modo experimental, mas sempre com muito diálogo entre todos para decidirmos as melhores formas de oferecer "o melhor jornal para o melhor leitor", que é o slogan do jornal, também no ambiente online. Em 2009, modificamos nosso modo de produção para incluir o online na rotina de todas as equipes. Acho que foi a partir daí que os profissionais começaram a se tornar multimídia (JTN, editora, informação verbal).

Quando os primeiros jornais do Brasil iniciaram o processo de digitalização e intensificação da presença em plataformas digitais, por volta de 1990 (RENAULT, 2013), o processo produtivo passou a ser mais múltiplo, pois o ritmo de trabalho exige a produção de materiais jornalísticos diferenciados e preocupados em atender diversos públicos em diferentes plataformas, cada uma com suas especificidades de formatos e linguagens.

Nesse contexto, na Tribuna do Norte, os jornalistas de todas as equipes passaram a ter atribuições de produção voltadas para o desenvolvimento de texto, vídeos, fotografias, redes sociais e, desde 2016, as transmissões ao vivo. Em vez de repórteres para o jornal impresso, tornaram-se

repórteres multimídia e os *smartphones* são fundamentais para que todas essas atividades sejam realizadas diariamente.

Na rotina produtiva dos jornalistas do periódico, são realizadas duas reuniões de pauta por dia: a primeira, às 12h, para discutir o andamento do trabalho durante o dia; e a segunda, no final da tarde, entre às 16h-17h, para tomar as decisões acerca do fechamento do jornal impresso. Em 2017, a reunião que era realizada pela manhã foi eliminada e os primeiros assuntos do dia são discutidos online, através do grupo do WhatsApp da redação.

5.2.1 Repórteres

No período de realização desta pesquisa, a Tribuna do Norte contava com o trabalho de sete repórteres, todos à disposição das diversas editorias do jornal, podendo produzir para qualquer uma delas dependendo da demanda diária. Assim como no Novo, os dispositivos móveis digitais fazem parte do cotidiano produtivo de todas as equipes da Tribuna do Norte, incluindo os repórteres, para a comunicação interna, através de aplicativos de mensagens instantâneas; e na própria prática jornalística, pois são necessários para a gravação de entrevistas, captura de fotografias, produção de vídeos, gerenciamento de redes sociais na Internet, acesso à Internet, contato com as fontes e realização de entrevistas.

Em seu cotidiano produtivo, os repórteres da Tribuna do Norte cumprem uma jornada de 5h de trabalho e escrevem, em média, dois textos por dia. No entanto, nos dias em que acompanhamos o trabalho na redação, todos os jornalistas tiveram uma maior carga-horária de trabalho, sendo a menor, na prática de 6h diárias e a maior de 12h. Os repórteres utilizam os *smartphones* para o processo de apuração (gravar entrevistas, fazer anotações e pesquisas na Internet), produção (marcação de entrevistas, escrita de textos em blocos de nota ou produção de conteúdo para redes sociais), distribuição (publicação nas redes sociais e transmissão ao vivo) e comunicação interna (troca de arquivos e informações com os editores através do WhatsApp).

Para demonstrar mais adequadamente a prática do jornalismo móvel pelos repórteres do jornal, a seguir apresenta-se uma narração subjetiva que sintetiza a rotina de produção dos repórteres na Tribuna do Norte, cuja coleta de dados foi promovida por intermédio da observação não-participante durante uma semana de trabalho e de entrevistas semiestruturadas.

A ROTINA DO REPÓRTER

No jornal Tribuna do Norte, empreendemos a observação não-participante entre os dias 03-07 e 10-12 de abril de 2017. Precisamos de um tempo maior em relação à observação no Novo devido a quantidade mais numerosa de entrevistas a serem realizadas. Cheguei à redação às 7h30. O expediente matutino inicia às 8h. Na redação, estava presente apenas a estagiária do portal, cujo expediente começa e termina 1h mais cedo que os demais. Sua primeira tarefa diária é ligar o computador e olhar os principais sites de notícias para se atualizar e poder sugerir pautas ao editor do online. Sua atribuição também é publicar os textos no site da Tribuna e produzir notícias para as plataformas digital e impressa.

A primeira repórter chegou 15 minutos depois e rapidamente se direcionou ao computador de mesa para procurar informações iniciais sobre a pauta que recebera mais cedo, pelo WhatsApp, acerca da segurança pública municipal. Ainda no início da manhã, o chefe de reportagem a orienta verbalmente e ela faz as primeiras entrevistas através do seu *smartphone* pessoal.

Após um curto período, ela precisa sair para coletar dados em entrevista presencial para uma reportagem especial. A Tribuna do Norte ainda conta com dois motoristas em seu quadro funcional, então a repórter saiu no carro da redação. Embora haja três fotógrafos na empresa, um deles é lotado no turno matutino e dois no vespertino. No momento no qual ela precisou sair a campo, o fotógrafo da manhã estava em outro procedimento de apuração e não pôde acompanhá-la. Por essa razão, ela saiu apenas com o motorista, levando o *smartphone* do jornal, um caderno e uma caneta.

No caminho até o local da entrevista, realizou, no WhatsApp, outra entrevista com o então secretário de segurança de Natal para o mesmo texto. O destino era uma empresa de segurança privada cujo proprietário é ex-delegado da cidade. Ele seria entrevistado sobre as condições de segurança pública do município e possíveis soluções.

Ao chegarmos, a repórter coloca sobre a mesa o seu principal instrumento de trabalho: o *smartphone*. Por meio dele, ela gravou a entrevista em áudio, fez anotações em aplicativo de bloco de notas e produziu fotografias do entrevistado para ilustrar a matéria, processo que durou, ao todo, 47 minutos. O caderno e a caneta foram utilizados para marcar apenas o ponto do áudio no qual o

entrevistado respondia a cada pergunta. De acordo com ela, essa estratégia acelera o processo de transcrição do áudio para a escrita do texto, que seria em formato de entrevista pingue-pongue⁵¹.

Durante o caminho de volta para a sede da Tribuna do Norte, a repórter, em seu *smartphone* pessoal, escolhia as fotografias a serem utilizadas no texto para enviar ao editor. Em seguida, começou a produzir em um aplicativo do dispositivo móvel digital, tópicos do texto que escreveria ao chegar à redação. Por se tratar de uma reportagem especial, teria ainda três dias de prazo para a finalização do texto. Conforme acompanhamos ao longo da semana, a etapa final foi toda produzida em um computador de mesa, tendo acréscimos de entrevistas executadas à distância através do *smartphone*.

Em outro dia de acompanhamento das rotinas produtivas na Tribuna, fomos juntamente com outro repórter apurar uma pauta mais factual para as edições online e impressa do jornal. O texto deveria ser produzido e finalizado ainda no mesmo dia, pois se tratava da inauguração de um viaduto na cidade de Parnamirim⁵², com a presença de diversos políticos potiguares e do ministro dos transportes do Governo Federal. Consigo ele levou um *smartphone* da empresa, caneta e bloquinho de papel. A orientação da chefia de reportagem foi de uma produção para o site, o jornal impresso e uma transmissão ao vivo. No carro, além do repórter, estavam também o fotógrafo e o motorista.

Após a chegada, foi necessário o desenvolvimento de diversas entrevistas, levando em consideração a significância nos critérios de noticiabilidade das personalidades presentes na ocasião. Das quatro entrevistas efetuadas, apenas uma foi gravada com o *smartphone*, enquanto as demais foram manuscritas, sob a justificativa de que a transcrição dos áudios demoraria mais do que escrever os pontos mais importantes no papel.

Contudo, a utilização mais enfática do dispositivo móvel digital na rotina de campo da Tribuna é, certamente, para a produção de *flashes*. Esse é o nome dado pela redação da Tribuna à prática que os repórteres exercem de enviar pelo WhatsApp, para os editores do portal, as primeiras informações sobre o que está acontecendo na ocasião coberta, na medida em que estão acontecendo. O repórter, pois, permanece o tempo inteiro com o *smartphone* em mãos, enviando através da Internet inclusive trechos de entrevistas, enquanto o editor publica diretamente no site

⁵¹ Texto jornalístico organizado na estrutura de perguntas-respostas diretas, com a transcrição literal do que foi perguntado pelo(a) repórter e respondido pelo(a) entrevistado.

⁵² O município de Parnamirim está localizado na região metropolitana de Natal (RN), a aproximadamente 30 minutos do centro da cidade.

através do seu computador. Essa atividade é concretizada na Tribuna e desempenhada por todos os repórteres que estão em campo para a produção de matérias factuais. Não foi necessário o registro fotográfico pelo repórter, porque estava acompanhado do fotógrafo do jornal. O trabalho durou, ao todo, 2h e o jornalista optou por não realizar uma transmissão ao vivo por não considerar a situação extraordinária.

Para aquela manhã, estava prevista apenas essa pauta. No entanto, no trajeto de retorno ao jornal, o chefe de reportagem informa, através do WhatsApp, que estava acontecendo um protesto dos motoristas da Uber pelo aumento da segurança aos condutores do aplicativo, uma vez que naquela mesma semana um dos motoristas foi assassinado em um assalto enquanto trabalhava.

Assim que chegamos na avenida onde estava acontecendo o protesto, o repórter realizou entrevistas com motoristas com o *smartphone* da empresa. Porém, não foi por meio de gravações de áudio, e sim digitando parágrafos no WhatsApp para os *flashes* a serem publicados no portal. Conforme novos acontecimentos se desenrolavam, ele enviava as informações para a redação e o texto no portal era atualizado.

Figura 10 – Envio de *flashes* pelo repórter diretamente do local da cobertura



Fonte: Foto de Alice Andrade.

A produção das imagens para as redes sociais na Internet foi feita pelo próprio fotógrafo. Visando a disseminação das fotografias da forma mais instantânea possível e ainda assim manter a qualidade das imagens de um equipamento profissional, ele estabeleceu a seguinte estratégia: as

fotografias, feitas em uma câmera digital, eram armazenadas em um cartão de memória do *smartphone* com adaptador para a câmera. Em seguida, esse cartão era removido e colocado no “telefone inteligente”, de modo que foi possível enviar as imagens para os editores do portal online no WhatsApp. Isso modifica significativamente o modo de operação da rotina laboral, pois é necessário que o fotógrafo esteja constantemente conectado em rede para o envio de arquivos e posterior divulgação das imagens para o público da forma mais rápida possível. Como consequência, esse profissional ganha uma atribuição a mais de trabalho, tendo que dividir sua atenção entre o acontecimento, o planejamento da composição da fotografia e o descarregamento das imagens para o seu *smartphone* pessoal.

Acompanhamos o protesto por algumas ruas de Natal. Além dos registros de texto, o jornalista também utilizou o *smartphone* para a gravação de um vídeo direcionado ao Facebook e Instagram. A transmissão ao vivo foi impedida porque a bateria do aparelho acabou e não havia a possibilidade de carregamento na rua. Essa é uma das mais perceptíveis limitações desses aparelhos, pois a empresa não disponibiliza bateria reserva aos repórteres. Quando isso acontece, a apuração deve seguir com os itens bloco de anotações e caneta. Após 4h de apuração de campo, repórter e fotógrafo retornam à redação para a finalização do material que seria direcionado ao jornal impresso, permanecendo no local por, ainda, mais 3h30min.

5.2.2 Editores

A rotina produtiva dos editores tem início antes mesmo do turno de trabalho na redação. Independentemente da editoria na qual atuam, é necessário informar-se previamente sobre os assuntos afins noticiados por veículos de comunicação internacionais, nacionais e concorrentes locais, para assim sugerir pautas e dar as primeiras orientações por meio do WhatsApp aos repórteres. A Tribuna do Norte concentra as atribuições do pauteiro no chefe de reportagem, porém a orientação é que os editores também participem ativamente desse processo. Os editores também realizam o trabalho de revisão e correção dos textos jornalísticos de suas respectivas editorias, tanto os direcionados ao site quanto ao jornal impresso.

Com a prática dos *flashes*, a edição deixou de ser completamente feita em computadores *desktop* e passou a ser realizada também através dos *smartphones* particulares dos editores. Os repórteres enviam as primeiras informações ainda no local da apuração, que são revisadas e

imediatamente enviadas a algum jornalista responsável pela publicação no sítio eletrônico. Pudemos observar nas entrevistas e em alguns diálogos informais ao longo da pesquisa que o papel dos editores, assim como dos repórteres, foi significativamente reconfigurado com o crescimento do jornal em plataformas online. Isso teve impacto não apenas na carga-horária de trabalho, a qual está maior, como também no tempo da apuração, que está mais reduzido. Exemplificamos a preocupação dos editores com essa questão por intermédio do seguinte depoimento:

Com os *smartphones*, o trabalho da gente começa bem antes de chegarmos aqui no jornal. No domingo já fazemos um esquema no WhatsApp sobre aquilo que vamos repercutir na semana, os temas, repórteres, equipamentos que precisam ser levados etc. Eu sempre tive uma preocupação muito grande com isso. Antigamente o jornal era feito por datilografia, hoje é tudo mais rápido. A principal mudança foi a questão do online. Hoje em dia a gente não se preocupa só com o site, mas também com as redes sociais. Parece a mesma coisa, mas são coisas diferentes. Antigamente havia todo um planejamento pro (sic) noticiário do dia seguinte. Hoje em dia tem que trabalhar pra (sic) agora e pro dia seguinte. Tem menos tempo pra (sic) apuração dessas plataformas online e nós redobramos a atenção pra (sic) que a qualidade não seja comprometida (JTN, editor, informação verbal).

Os editores da Tribuna do Norte praticam o jornalismo móvel digital majoritariamente para a apuração dos dados iniciais das pautas e recebimento de informações das fontes. Em segundo lugar, o uso mais frequente está na comunicação interna, pois os materiais coletados são encaminhados aos repórteres pelo WhatsApp. Dessa maneira, esses profissionais estão conectados à Internet na redação ou em suas residências particulares, enquanto estão acordados, pois é sua responsabilidade fazer uma pré-apuração e organizar o direcionamento das pautas. Assim, são extremamente sobrecarregados, atentos e sofrem pressão direta da diretoria do jornal para que a produção siga eficientemente.

Os jornalistas ocupantes desses cargos, após chegarem à redação, ligam o computador e verificam os e-mails. Sincronicamente, utilizam o *smartphone* para as atividades citadas e o celular para realizar algumas ligações. As operações logísticas de trabalho são as mesmas para o impresso e para o online, pois os mesmos profissionais trabalham em ambas as vertentes. Ou seja, os editores editam e os repórteres produzem para as duas ambiências.

A reflexão sobre essa questão, no ponto de vista dos editores, segue a lógica mercadológica que utiliza como justificativa desse fluxo de produção a tendência nacional e internacional à inovação e criatividade. Não apenas os formatos do produto devem ser diferentes, como também a forma de realização deles precisa demonstrar ao público que o jornalismo está sendo reconfigurado nas plataformas digitais. Essa perspectiva é exemplificada abaixo:

O jornalismo móvel é uma tendência nacional, internacional até, não podemos ficar pra (sic) trás. A história do jornalismo mostra isso o tempo todo: quem não se adapta às mudanças, está fora. O mercado exige que a gente inove e o público precisa disso pra (sic) ser atraído, pois a instantaneidade das redes sociais faz com que a atenção das pessoas seja focada apenas no diferente, no inusitado, naquilo que chama. Isso implica, sim, em mais trabalho, em menos tempo, mas é uma consequência natural (JTN, editor, informação verbal).

Os discursos da maioria dos editores se assimilam ao observado acima, em especial porque é esse modo de perceber o trabalho dos jornalistas que eles tentam repassar aos repórteres para manter a motivação no exercício laboral. Esse pensamento estimula a competitividade entre os repórteres e estagiários que, na busca de uma permanência e uma contratação, respectivamente, rendem-se de maneira conformista à inovação e suas consequências, mesmo que a profissão esteja apresentando sinais de precarização. É pregada diariamente uma ideia de competência profissional multifacetada, pois o jornalista deve saber atuar tecnicamente em diversas áreas profissionais. Essa compreensão é normativa e foi internalizada por grande parte do corpo funcional da Tribuna do Norte. No entanto, discordâncias, apesar de serem minoria, ainda são perceptíveis no que tange à incorporação das tecnologias móveis digitais na rotina produtiva e seus desdobramentos, como é possível perceber:

O jornalismo online, ainda bem mais com os dispositivos móveis, gera uma carga de trabalho a mais para o repórter sem haver um repasse salarial. É um trabalho a mais sem receber por isso. E evidentemente, se não for um repórter mais desenrolado, ele vai se perder em uma coisa ou outra. Então é uma coisa que realmente hoje precisa ser melhor trabalhada e refletida. Se exige que o repórter vá pra (sic) rua, faça a matéria do impresso, do online, faça foto, live, vídeo... e na maioria das vezes ele não é contratado pra (sic) fazer tudo isso. A gente tem que pensar sobre qual tipo de jornalismo estamos fazendo hoje. Será que trabalhar mais, ganhar menos, produzir mais e em menos tempo é o ideal? Tentamos fazer milagre todos os dias pra (sic) nos adaptar na medida do possível. Hoje a gente trabalha no impresso, mas com essa visão de multiplataforma. O portal da Tribuna é um dos mais acessados e o que a gente coloca lá tem uma repercussão muito grande. Temos aqui muito cuidado pra (sic) oferecer o melhor jornal ao melhor leitor (JTN, editora, informação verbal).

Analisamos, ainda, que os editores da Tribuna do Norte apresentam um caráter polivalente à medida que além de participar da produção das pautas, orientar os repórteres e revisar as produções, também produzem diretamente conteúdos para o online e impresso. Nessas tarefas, consideram os dispositivos móveis digitais fundamentais ao funcionamento cíclico de suas atribuições. Todavia, reconhecem a sobrecarga de trabalho que isso ocasiona:

O editor hoje ele tem a função não só de editar as páginas dele do impresso, mas também de acompanhar a produção para o online. Já é regra, temos que seguir esse compartilhamento. Quais matérias merecem ser em vídeo? Quais são apenas texto? Qual merece um podcast? Nós decidimos junto com o chefe de reportagem. Quando entrei no jornal, em 1990, como estagiária, eram 10 repórteres para a editoria de Cidades. Hoje em dia são 5. Então, inevitavelmente, vez ou outra, temos que fazer entrevistas e escrever matérias também (JTN, editora, informação verbal).

Sinteticamente, podemos inferir que o trabalho dos editores segue a lógica dos repórteres em relação ao uso constante de *smartphones* nas rotinas de produção, tendo como consequência a sobrecarga de trabalho sem um repasse salarial equivalente. Entretanto, o maior desdobramento observado foi a possibilidade de expansão produtiva com a utilização de tecnologias em campo capazes de serem conectadas à Internet. O envio e recebimento de arquivos, de orientações sobre as pautas e de informações iniciais para a publicação imediata marcam um reposicionamento da postura dos profissionais de jornalismo da empresa.

5.3 Os impactos do jornalismo móvel no cotidiano laboral dos jornalistas

A escolha da Cartografia Simbólica como metodologia implica, além do mapeamento em vertente descritiva, na dimensão analítica e crítica do cenário jornalístico encontrado. Embora aspectos analíticos estejam presentes ao longo do texto, neste tópico nos debruçamos mais diretamente à interpretação e análise dos resultados. Além das reflexões que buscamos promover anteriormente, acreditamos que esta será a contribuição mais concreta da dissertação aos estudos do jornalismo móvel digital e das práticas sociais que o envolvem.

Com a apropriação dos dispositivos móveis digitais pelas empresas jornalísticas, diversas reconfigurações aconteceram nas rotinas produtivas dos profissionais (SILVA, 2013), causando, consequentemente, impactos não apenas nas condições de trabalho do profissional, mas também na qualidade e formato dos produtos jornalísticos disseminados atualmente. Essa realidade já foi observada em trabalhos anteriores (ANDRADE, 2015; ANDRADE; NOBRE, 2017), com parceria do mesmo orientador desta dissertação, e nos dados que coletamos durante a realização da pesquisa. Por essa razão, buscaremos, neste ponto do capítulo, um posicionamento crítico sobre esse quadro, pois constatamos que, com a intensificação do uso dos dispositivos móveis digitais na rotina de produção, alguns comportamentos estão se tornando simbólicos.

Afinal, a quem servem as tecnologias móveis? Esse é um questionamento que nos guiou ao longo de toda a pesquisa, pois as observações empíricas mostraram sinais, características e

apontamentos das modificações pelas quais o jornalismo está passando a partir da intensificação do uso desses aparelhos e as suas consequências tanto para a produção jornalística em si quanto para o profissional e o público. O jornalismo e os dispositivos móveis digitais já se relacionam metabolicamente, uma vez que atualmente, em uma sociedade imersa no âmbito digital e suas processualidades, são quase indissociáveis. Como resposta a tal inquietação, após a trajetória teórico-prática desta pesquisa, aponta-se a possibilidade de haver uma serventia na tríade **JORNALISTA-EMPRESA-PÚBLICO**, embora isso não signifique igualdade entre elas, pois as consequências podem ser consideradas favoráveis ou desfavoráveis de acordo com as conveniências de cada uma: ao jornalista, enquanto ferramenta de trabalho; à empresa, como possível prática de contenção das despesas; e ao público, pois através dos DMDs as informações e produtos jornalísticos estão presentes em suas vidas de maneira cada vez mais ubíqua, personalizável e instantânea.

Essa tripla serventia reflete na reorganização do processo produtivo jornalístico e na identidade profissional dos jornalistas imersos nessa paisagem. Isso porque a busca pela inovação, celeridade e produtividade requerem dos profissionais individualmente novos requisitos que outrora pertenciam a uma equipe completa no mercado de trabalho jornalístico ainda mais competitivo. É preciso não apenas dominar uma área específica no jornalismo, mas abranger cognitivamente aspectos de muitas vivências práticas da profissão. Por exemplo: um jornalista de jornal impresso, cuja principal função em meados de 1990 era escrever textos, em 2017 não pode apenas dominar a linguagem escrita da Língua Portuguesa, como também fotografar para a sua matéria, gravar vídeos, gerenciar redes sociais na Internet e lidar diretamente com as demandas do público.

Durante a pesquisa, não identificamos modificações no modo de prestação de serviço do trabalho dos jornalistas. Os que trabalham para os jornais Novo e Tribuna do Norte não são *freelancers*, e sim contratados com carteira de trabalho (CLT). O empreendedorismo não é semeado nas empresas, mas a cultura da inovação, cujo aspecto principal contorna o uso de tecnologias de comunicação e informação para a construção de um produto jornalístico criativo e diferente em relação aos concorrentes, é significativamente estimulada nas empresas.

Por essa razão, identificamos as seguintes causas para a apropriação de dispositivos móveis digitais, como os *smartphones*, na prática jornalística no campo de pesquisa investigado neste trabalho: no ponto de vista administrativo das empresas, a principal motivação é a redução dos

gastos, visto que com um aparelho móvel, muitas vezes de propriedade particular do profissional, há a possibilidade de realização de diversas tarefas concomitantemente. O jornalista torna-se também fotógrafo e *social media*, sendo três profissionais substituídos por um. No Novo, entre 2014 e 2017, o número de fotógrafos caiu de cinco para um. Na Tribuna do Norte, passaram de seis para três no mesmo período. A função foi repassada aos jornalistas, porém sem um acréscimo salarial equivalente.

Na perspectiva dos profissionais das redações, as principais causas são a praticidade, a característica híbrida das ferramentas móveis e a possibilidade de conexão à Internet. Quando estão em campo, de acordo com eles, essas características facilitam a realização do trabalho e oferecem diferentes possibilidades de oferecer o produto jornalístico aos públicos do jornal. Quanto aos efeitos, verificamos impactos que abarcam diversas áreas do ciclo de produção móvel (apuração, produção e distribuição) discutidos por nós no segundo capítulo.

A partir das observações sistemáticas realizadas durante a pesquisa de campo, identificamos que a *Cartografia da mobilidade jornalística* não é simbolizada em ícones, imagens ou símbolos visuais. Em um contexto de reconfigurações do modo de produção, intensificação do uso de dispositivos móveis digitais e descobertas de novos formatos a partir dessas ferramentas, a prática do jornalismo móvel no contexto investigado é simbolizada com práticas, comportamentos e atitudes que se repetem, tornando-se rotineiras e literalmente simbólicas quando se trata de rotinas de produção com essas tecnologias. A simbolização desta Cartografia, portanto, é conceitual, e estamos analisando os seguintes comportamentos simbólicos:

- a) O jornalista polivalente-indolente;
- b) Os níveis de conteúdo;
- c) A prática do selfiejornalismo;
- d) O repórter de imagem;
- e) A abertura dos canais informacionais;
- f) O jornalismo de redação.

Baseados nisso, deste ponto em diante serão realizadas considerações analíticas fundamentadas na observação não-participante e entrevistas realizadas no Novo e na Tribuna do Norte. Contudo, salientamos que nossas análises não apresentam caráter conclusivo, uma vez que a complexidade dos pontos abordados é reconfigurada tão celeremente quanto as próprias tecnologias digitais que as alicerçam.

5.3.1 O jornalista polivalente-indolente

Manhã de trabalho, duas pautas para cumprir. Nos bolsos da calça, apenas três instrumentos de trabalho: o bloquinho, a caneta e o *smartphone*, adquirido pela empresa jornalística em 2017. O jornalista parece mais leve, se comparado ao seu perfil de trabalho da década passada, quando às vezes, além do tradicional bloco de papel e lápis, precisava da câmera fotográfica, mapa, agenda telefônica, gravador de áudio e cartão de memória. Apesar disso, a sutileza dos equipamentos no bolso reflete a mesma leveza do contracheque ao final do mês: o jornalista polivalente trabalha mais, mas seu salário não aumentou.

Ao mesmo tempo em que possibilitam a agilidade do trabalho jornalístico, devido à característica multitarefa e à possibilidade de conexão em rede, os dispositivos móveis digitais são um desafio cotidiano para o jornalista e uma modificação no perfil profissional procurado pelo mercado. A distribuição multiplataforma do conteúdo está sendo buscada como uma estratégia de negócios das empresas jornalísticas e tem causado consequências diretas para as rotinas de produção e organização das redações de veículos de comunicação. Os jornalistas, enquanto trabalhadores inseridos nesse contexto de constante convergência e busca pela implementação de novidades, são incentivados a dominar diversas linguagens e formas de produção e divulgação.

De certa forma precarizou o trabalho do jornalista. A gente se submete a isso porque há uma quebra de valores. Se eu me rebelar contra esse sistema, vem outro "colega" e pega minha vaga, com o salário baixo mesmo, e o empresário não pensa duas vezes em demitir. A mobilidade é uma tendência no jornalismo, claro. Muita gente fala como se fossem só maravilhas. Mas por causa disso a gente é obrigado a se atolar em uma carga-horária enorme de trabalho (JNV, conselheiro de conteúdo, informação verbal).

A competitividade do mercado de trabalho é um dos fatores que possivelmente estimula os profissionais a não demonstrarem, diante dos seus patrões, o descontentamento com as condições de trabalho no atual cenário. As vagas nas redações, em especial as que trabalham com jornalismo impresso e online, são escassas e o receio de uma demissão fazem com que os jornalistas aceitem uma mesma remuneração para a execução de mais demandas. Nenhum deles é direcionado à produção do impresso ou do digital, pois todos atuam em ambas as plataformas. Por isso, o estresse, desgaste emocional e insatisfação financeira são parte da opinião de todos os profissionais entrevistados, diretamente – através das entrevistas – ou indiretamente, em suas expressões, atitudes e posturas.

O jornalista polivalente cumpre as suas pautas na rapidez exigida pelas plataformas de veiculação digitais. Não passa a maior parte do tempo sentado diante do computador de mesa, mas tem seu instrumento principal de trabalho na palma da mão. Com o *smartphone*, grava a entrevista, filma, faz anotações, fotografa e gerencia as redes sociais na Internet. Além disso, ainda o utiliza para chamar o seu próprio transporte, uma vez que o jornal não tem mais motoristas em seu quadro funcional. No caminho entre a apuração de uma pauta e outra, aproveita para marcar uma entrevista para o dia seguinte através do WhatsApp. Sob o manto da multimídia, da inovação e da criatividade, chega a dobrar a sua carga-horária de trabalho e também a quantidade de funções que desempenha para agradar aos barões da grande mídia e garantir o seu pequeno lote nos concorridos latifúndios do mercado de trabalho. Surge, então, um novo perfil profissional do jornalista, que embora não seja exigido pelas corporações midiáticas na totalidade, é cada vez mais valorizado, conforme refletem:

O profissional do jornalismo que as empresas estão buscando é mesmo o superjornalista, o hiperjornalista. Em entrevistas com profissionais das redações, as características apontadas para o jornalista dos dias atuais envolvem desde “dar conta de várias tarefas a um só tempo” até ter domínio de pelo menos uma língua estrangeira, demonstrar sólida bagagem cultural, gostar de tecnologia e, naturalmente, “saber onde está a notícia; ter domínio do idioma português e trabalhar com rapidez” [JORGE, 2007] (JORGE; PEREIRA; ADGHIRNI, 2009, p.15).

A polivalência funcional faz parte de um macrocontexto de convergência jornalística denominada por Salaverría e Negrodo (2008) como a terceira esfera, a dimensão profissional. De acordo com os autores, os jornalistas da era digital assumem tarefas simultâneas as quais antes eram realizadas por mais de um profissional. O jornalista, por sua vez, deve se adaptar a essa realidade, mesmo que não haja uma compensação salarial para essas atividades. Consideramos que a polivalência é estimulada pelos DMDs porque os profissionais que têm à disposição ferramentas híbridas de trabalho como *smartphones* e *tablets*. Por exemplo, um jornalista contratado para ser repórter de texto também está produzindo conteúdo em fotografia, vídeo e publicações em redes sociais na Internet por meio do seu dispositivo móvel pessoal ou o da empresa.

Ocorre, por exemplo, quando um jornalista que inicialmente se limitava a produzir crônicas textuais é incentivado por sua empresa a produzir materiais gráficos e mesmo audiovisuais; isto é, a polivalência funcional ocorre quando o redator simples do passado

passa a assumir tarefas instrumentais diferentes das da sua especialidade (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.48-49, tradução nossa)⁵³

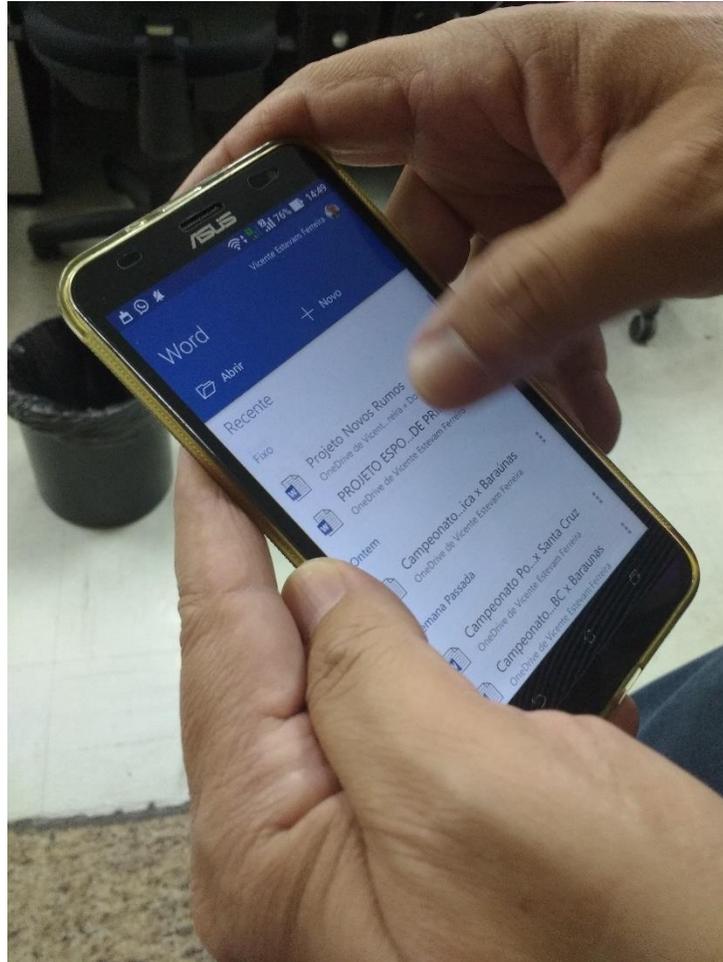
Em nossa análise, a polivalência funcional é configurada em torno do processo que chamamos de **desespecialização do jornalista**, pois as empresas não estimulam a expertise em uma área específica, e sim a noção prática, mesmo que superficial, de múltiplas habilidades jornalísticas simultaneamente. A formação técnica é superestimada, tanto que em ambas as empresas pesquisadas há jornalistas contratados os quais ainda não finalizaram a graduação em Comunicação Social ou em Jornalismo. Tal contexto ocorre, de acordo com uma das entrevistas, conforme o seguinte raciocínio:

Contratamos estagiários porque jornalismo se faz fazendo. Eles podem até ter aulas de como produzir uma notícia, mas os corredores da universidade nunca vão oferecer a esses meninos (sic) uma prática igual à da redação. Tem estagiário que fotografa, escreve, filma e publica melhor do que um jornalista já formado que nunca passou por aqui. Então não existe necessidade de esperar o curso terminar pra (sic) contratar se o cara (sic) já é bom e domina o que precisa ser dominado. É bom pra (sic) todos os lados, porque ao terminarem o curso já têm um emprego garantido (JNV, conselheiro de conteúdo, informação verbal).

Todo esse panorama leva a uma precarização do trabalho do jornalista, pois a sobrecarga de trabalho pode causar, além de problemas de tensões e estresse para o profissional, um comprometimento da qualidade do produto jornalístico final que chega ao público. Entretanto, essa equipe-de-uma-pessoa-só no trabalho jornalístico nem sempre reflete criticamente acerca de suas próprias práticas.

⁵³ Trecho original: Se produce, por ejemplo, cuando un periodista que inicialmente se limitaba a producir crónicas textuales es urgido por su empresa a producir además materiales gráficos e, incluso, audiovisuales; es decir, la polivalencia funcional se produce cuando el simple redactor de antaño pasa a asumir labores instrumentales distintas de las de su especialidad (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.48-49).

Figura 11 – Jornalista inicia a escrita de textos jornalísticos em aplicativo no seu *smartphone*



Fonte: Foto de Alice Andrade

Santos (2007) problematiza a existência de uma racionalidade subjacente à sociedade a qual é diretamente influenciada pelas epistemologias hegemônicas e colonizadoras. Elas direcionam, na maioria das vezes, a maneira como as pessoas enxergam e interpretam o mundo. Essa racionalidade é chamada por ele de indolente e essa ideia está relacionada à falta de pensamento crítico e de exercício reflexivo. Nos apropriamos, portanto, desse conceito para adaptá-lo ao contexto de trabalho no jornalismo com o uso das tecnologias digitais e móveis, por essa razão nomeamos este comportamento simbólico detectado nesta *Cartografia da mobilidade jornalística* de **jornalista polivalente-indolente**. Para Santos (2007, p. 25), a razão indolente é “preguiçosa, que se considera única, exclusiva, e que não se exercita o suficiente para ver a riqueza inesgotável do mundo”.

Apesar de identificarmos indicadores de sobrecarga, precarização do trabalho e multifuncionalidade profissional, a maioria dos jornalistas das empresas investigadas não costumam refletir espontaneamente a respeito dessas condições. Quando estimulados por nossos questionamentos, alguns pareceram expressar alguns tensionamentos vividos em seu cotidiano laboral. Contudo, grande parte dos profissionais observados e entrevistados acredita que a polivalência é uma tendência natural do jornalismo, um caminho sem volta, uma idiosincrasia intrínseca da profissão de jornalista, como é possível perceber nos depoimentos abaixo:

É difícil pra (sic) mim, como jornalista, ver um fato noticioso acontecendo, estar com o meu celular e não registrar pro (sic) jornal. Isso seria uma espécie de traição ao meu juramento da formatura. Essa questão de sobrecarga de trabalho é chata, mas é natural da profissão. O jornalista faz o que ama, senão não faria. E outra, se eu não faço tudo isso como o jornal exige, vem alguém que faz e toma o meu lugar (JTN, repórter, informação verbal).

Acho que estou trabalhando mais sim, mas é da profissão... o jornalismo vai mudando e nós, enquanto profissionais, temos que nos adaptar. É uma consequência normal do desenvolvimento da tecnologia na sociedade e acima de tudo do desenvolvimento do próprio jornalismo, que não é mais o mesmo, obviamente, desde que foi inventado (JNV, produtor de conteúdo multimídia, informação verbal).

Todo esse contexto está inserido, em uma ampla vertente, na questão da economia do mercado jornalístico. Apesar de ter um forte cunho social, o jornalismo praticado em empresas de comunicação está inserido em um sistema capitalista de produção. Dessa maneira, os conteúdos produzidos são monetizados e visam, prioritariamente, o lucro econômico. Por essa razão, a análise do jornalista polivalente-indolente deve levar em consideração esse aspecto.

Nesse sentido, Sodré (2014) afirma que na atualidade a economia não gira em torno apenas da questão financeira, mas também da comunicacional. Ou seja, a comunicação, no âmbito dos processos práticos das corporações de mídia, é instrumento de perpetuação do capitalismo. Nas últimas décadas, as estratégias de produção capitalistas passaram por reconfigurações que impactaram diretamente na sociedade (BOTELHO, 2001). A forma de reprodução do capital passou do Fordismo - caracterizado pelo trabalho fragmentado, produção em série, fabricação em grande escala e funções repetitivas – para o Toyotismo, cujas principais características são obsolescência dos produtos e serviços, produção sob demanda (Just-in-time), mão-de-obra multifuncional e automatização da produção (HARVEY, 1992).

O Toyotismo, ou acumulação flexível, é o modo produtivo adotado pela maioria das empresas ao redor do mundo hoje. Recortando-se os impactos desse tipo de acumulação no mundo

do trabalho, são destacados o esfacelamento das classes e a polivalência dos funcionários. Isso ocasiona, além da redução de custos com os salários, o aumento das margens de lucro e a diminuição da resistência do proletariado diante dessas condições, em um panorama de concorrência e instabilidade (ALVES, 2011).

Segundo Harvey (1992), esse modo de produção é estratégico para o enfrentamento das crises financeiras estruturais do competitivo mercado, transformando não apenas a economia, mas a cultura e a política ao redor do mundo desde a década de 70. As condições de trabalho são flexibilizadas em relação ao Fordismo, pois se neste cada trabalhador ficava responsável por apenas uma etapa do processo produtivo, repetitivamente, no Toyotismo instaura a mobilidade do trabalhador no âmbito da produção, pois deve haver um domínio de todos os estágios do ciclo.

A convergência jornalística causada, entre outros fatores, pelo uso de DMDs na rotina produtiva, faz com que o jornal funcione como uma fábrica à luz da acumulação flexível: o jornalista polivalente-indolente (operário), encontra-se imerso em uma classe trabalhista fragmentada, visto que não há reflexão crítica – e, quando existe, não há mobilização para a tentativa de reversão das condições.

O cérebro dos operários e dos empregados não está mais livre, como no taylorismo-fordismo. Deve-se combater nos locais de trabalho e nas instâncias da reprodução social o pensamento crítico ou aquilo que Gramsci tratou como 'um curso de pensamentos pouco conformistas' (ALVES, 2011, p.65).

O produto jornalístico digital, por sua vez, tem significativa obsolescência, a produção é sob demanda do público e a mão-de-obra é estimulada a dominar todos os processos produtivos (formatos e linguagens, por exemplo, de diversas áreas do jornalismo). Apesar da quebra com a rigidez do Fordismo e da eliminação da repetitividade na execução laboral, a desespecialização não sinaliza, em sua totalidade, um aspecto positivo. A multifuncionalidade ocasiona, além da sobrecarga de trabalho de um único profissional, a diminuição de custos da empresa a partir da redução dos postos de trabalho. Sobre esse ponto, reflete-se:

É claro que existe uma ampliação do ciclo do trabalho em virtude da desespecialização. Só que ampliar o ciclo do trabalho não significa desenvolver o processo de 'requalificação' do trabalho. A desespecialização (ou polivalência do trabalho) não quer dizer que eles tenham se convertido em trabalhadores qualificados, mas representam, como salientou Aglietta (1979), 'o extremo da desqualificação, ou seja, seus trabalhos foram despojados de qualquer conteúdo concreto'. (ALVES, 2011, p.64).

Esses indicadores estão ocasionando um processo de **toyotização do jornalismo**. Isto é, enquanto corporações privadas inseridas na era capitalista, as empresas jornalísticas estão seguindo o modelo de produção majoritário no mundo para alcançar o objetivo do lucro financeiro e, no caso do jornalismo, da perpetuação ideológica. Sintetiza-se essa relação no quadro abaixo:

Quadro 8 –Toyotização do jornalismo

Principais características do Toyotismo	Toyotização do jornalismo
Produção sob demanda (<i>just-in-time</i>)	A produção sob demanda acontece a partir da maior gama de interação entre os jornalistas/o jornal e o público, que tem preferências por conteúdos de caráter local e sugere as pautas.
Automação da produção sob comando dos operários	Pode-se relacionar esse ponto à incorporação das tecnologias digitais, inclusive as móveis, operadas pelos jornalistas em suas rotinas produtivas.
Desespecialização	Jornalista polivalente-indolente.
Obsolescência dos produtos e serviços	O conteúdo produzido para o meio digital fica obsoleto rapidamente, sendo passível de atualização.
Intensificação da inovação tecnológica	A tendência internacional à inovação é a principal justificativa das empresas para o uso de dispositivos móveis digitais no cotidiano laboral.
Quebra da rigidez dos processos de trabalho	Propõe-se, nos jornais, a “horizontalização” da redação, de modo a quebrar a rigidez burocrática do ciclo de trabalho e permitir que os jornalistas participem de todos os processos produtivos.

Fonte: Elaboração própria com base em Alves (2011) e Harvey (1992).

O jornalista polivalente-indolente - trabalhador em um contexto de regime toyotista - devido à sobrecarga de trabalho pode causar o comprometimento da qualidade da apuração. Sua atenção divide-se entre realizar uma entrevista completa, produzir uma boa fotografia, planejar conteúdos para as redes sociais na Internet e distribuí-los e fazer transmissões ao vivo (preocupando-se, ainda, com iluminação, enquadramento e qualidade da conexão à *web*).

Acho que a gente ganhou uma obrigação a mais e sem nenhum acréscimo financeiro, sem nenhuma especialização, porque a gente não passa por nenhum curso e eu acho que a empresa deveria dar essa especialização. Se você vai produzir imagem em vídeo, eu não sou especializado nisso, então é complicado. É um acúmulo de trabalho mesmo. Sua apuração fica defasada, sua escrita fica defasada, porque além de ir fazer uma matéria,

entrevistar todo mundo, apurar, escrever, o cara (sic) ainda tem que se preocupar em tirar foto, fazer vídeo, postagem pro (sic) Facebook etc (JNV, produtor de conteúdo multimídia, informação verbal).

Atrapalha tanto na produção de conteúdo em si quanto se perde financeiramente. O jornal poderia estar pagando um fotógrafo, mas ele economiza, coloca a gente pra (sic) fazer e ganha em cima. É uma tendência de mercado que o jornalista faça mais coisas, mas não é uma tendência de mercado que se pague o mesmo salário de antes por isso (JTN, produtor de conteúdo multimídia, informação verbal).

A celeridade proporcionada por *smartphones* permitem ao jornalista inovar e criar novas possibilidades durante o ciclo móvel de produção. Todavia, isso não se limita ao aspecto técnico, mas também abarcam a vertente sociocultural. O jornalista funcionário de uma empresa de comunicação não está jornalista enquanto trabalha, porém é jornalista a todo o tempo, visto que seu *smartphone* está conectado constantemente à Internet. E mesmo quando não está, as mensagens estão armazenadas em nuvem, aguardando o momento da conexão. A ubiquidade faz com que o profissional ultrapasse os limites da redação e seja uma figura constante, mesmo em momentos de folga ou particulares da vida pessoal.

É possível que o jornalista polivalente-indolente esteja imerso em um cenário de tensões. A multitarefa pode ter uma ótica positiva, pois proporciona ao profissional a exploração de diversas possibilidades e o domínio completo do seu próprio ciclo de produção. Ou seja, por um lado, os aparatos digitais e móveis potencializam o processo produtivo. Por outro, a polivalência traz prejuízos ao jornalista, pois a rotina produtiva está mais densa, sobrecarregada até mesmo, precária. A estima pela profissão e a necessidade remuneratória os fazem ceder à racionalidade instrumental do capitalismo. A apropriação das tecnologias digitais, como os dispositivos móveis, acarreta no desenvolvimento de um cenário hegemônico neoliberal (ALVES, 2011) que gera a flexibilização das condições de trabalho do jornalista.

Ante a face da conveniência capitalista, a estrutura logística e o organograma das redações é alterado, como possível forma de encobrir o real motivo de tais reconfigurações. É de interesse das empresas oferecer um produto jornalístico inovador e interessante para o público, no entanto, acima disso, os gastos mínimos para que esses objetivos sejam alcançados é prioridade. Jornalista multimídia ou produtor de conteúdo multimídia são vocábulos os quais servem de artifício para ocultar a polivalência prática. O capitalismo artista (LIPOVETSKY; SERROY, 2015) atua não apenas no âmbito das imagens ou do *design* visual, mas também, no caso do jornalismo das empresas de comunicação, no campo dos conceitos e das subjetividades da estilização das nomenclaturas profissionais.

5.3.2 Os níveis de conteúdo

O jornalismo móvel digital possibilita o desenvolvimento de diversas estratégias de trabalho para o jornalista devido, principalmente, à característica híbrida dos *smartphones*. Consideramos que algumas delas são potencializações, como a exploração da interatividade sensorial e a hipertextualidade. Já outras são significativas rupturas em relação ao modelo tradicional de jornalismo produzido em meios impressos, como a quebra das limitações espaciais. Em outras palavras, o repórter não está mais limitado a produzir para 16 páginas de jornal, por exemplo. As multiplataformas digitais viabilizam um espaço bem mais amplo que pode ser preenchido não apenas por texto, mas também por vídeos, áudios, infográficos, imagens, entre outros elementos. Portanto, esse ponto está relacionado tanto ao uso de dispositivos móveis digitais quanto a quaisquer outras atividades jornalísticas desenvolvidas no ciberespaço.

Levando esses apontamentos iniciais em consideração, durante esta pesquisa cartográfica, o segundo comportamento simbólico identificado foram os **níveis de conteúdo**. Esse ponto se refere à possibilidade de atualização continuada dos conteúdos publicados em plataformas digitais. Nas empresas cartografadas, percebeu-se que a busca pela instantaneidade estimula os jornalistas a publicarem as notícias por partes, sofrendo alterações sempre que novas informações são obtidas.

Na Tribuna do Norte, é padrão a prática dos *flashes*. O repórter, durante a apuração externa, envia para o grupo da redação no WhatsApp as informações iniciais coletadas no momento no qual chega ao local do acontecimento. Dessa forma, a notícia é criada no site com aquilo que foi enviado, mesmo que não sejam informações aprofundadas. Por essa razão, os textos dos *flashes* costumam começar com dois parágrafos e, após o retorno do jornalista à redação, podem chegar a seis ou mais, dependendo do assunto e se irá para a publicação impressa. De acordo com os editores, os *flashes* não comprometem a qualidade da informação, mas sim auxiliam o público a obtê-las da maneira mais célere possível, como é possível perceber no depoimento de um dos editores:

O repórter, quando chega no local, não faz a apuração de qualquer jeito. Tem que falar com fontes oficiais. Obviamente que informação inicial, não é que seja errada, mas é um pouco superficial. Nós temos todo o cuidado e checamos a informação para que ela não saia errada. O jornalismo é feito de checagem. Se a gente não checa a informação, vamos deixar de ser jornalistas e vamos virar fofoqueiros (JTN, editor, informação verbal).

A construção social dos fatos enquadrada em um contexto noticioso deve ser tratada com cautela pelos jornalistas, visto que as informações diariamente publicadas em nome de veículos de

comunicação tradicionais e conceituados impactam diretamente no modo de vida das pessoas. Apesar dessa colocação do editor da Tribuna do Norte, os repórteres acreditam que os equívocos podem acontecer devido à divisão da atenção entre várias tarefas.

Já no Novo, embora não haja a prática dos *flashes* com essa denominação, os produtores de conteúdo multimídia tinham de atualizar as redes sociais na Internet com as primeiras informações apuradas no contexto da cobertura. Segundo as entrevistas, as principais atualizações eram publicadas no Facebook e Instagram. Caso fosse possível, em especial com a permissão dos entrevistados, era realizada uma transmissão ao vivo na primeira rede social citada para exibir ao público em tempo real o desenvolvimento dos fatos.

Confesso que às vezes as lives aqui no jornal são desnecessárias. Pedem pra (sic) gente fazer live de tudo, até quando não está acontecendo muita coisa, porque nossa audiência nesse formato é muito boa. Então às vezes temos que enrolar, literalmente... às vezes falar antes tem mais prioridade do que falar com mais qualidade. E o público percebe isso porque aos poucos vai deixando de visualizar. Talvez seja o mal desses dispositivos móveis (JNV, produtor de conteúdo multimídia, informação verbal).

O depoimento acima demonstra a falta de planejamento em relação às transmissões ao vivo, percebida, principalmente, no Novo. Devido ao interesse dos gerenciadores da empresa pelo aumento dos números, em acesso e em lucros, os jornalistas são impelidos a produzir em larga escala para as plataformas que mais demonstram retorno do público no momento. Quando a audiência das transmissões ao vivo era considerada satisfatória, o jornalista era ordenado a continuar transmitindo e improvisando conteúdos, mesmo que não houvesse mais assuntos a serem discutidos.

A Tribuna do Norte procura transmitir em *live* as ocasiões que, de acordo com os repórteres, se encaixam mais adequadamente aos vídeos – como entrevistas coletivas ou anúncios oficiais do governo, por exemplo - ou sob a justificativa da inovação para pautas mais factuais. No entanto, segundo os repórteres e editores do jornal, existe uma conversa entre eles para determinar se a transmissão ao vivo é apropriada.

Nós não costumamos banalizar as lives. Eu, enquanto repórter, posso em uma cobertura ter a liberdade de escolher se cabe ou não transmitir. Mas na maioria das vezes isso é conversado com o editor antes de sair da redação, porque acreditamos que cada plataforma exige um trabalho específico e nem sempre temos tempo de fazer isso. Claro que vez ou outra é algo que vem de cima, "tem que transmitir" e a gente faz mesmo que seja complicado. Mas na maioria das vezes, não posso negar, é planejado. Fazemos em situações que realmente merecem ser mostradas ao vivo (JTN, repórter, informação verbal).

No Novo, a prática cotidiana é que todas as matérias de texto deveriam ser acompanhadas de fotografia ilustrativa, publicações nas redes sociais na Internet e transmissão ao vivo. No caso de o repórter avaliar que não seria pertinente uma *live*, a orientação é que fosse gravado um vídeo na câmera do *smartphone* o qual poderia, ou não, de acordo com os critérios dos conselheiros de conteúdo, ser repercutido no Facebook ou Instagram posteriormente. Caso não fosse, os materiais eram mantidos em arquivo. Como consequência, o jornalista tem sua atenção dividida entre tantas atividades que nem sempre é possível a dedicação mais aprofundada à sua atribuição principal, que seria a escrita do texto jornalístico. Ao preocupar-se em fazer um bom enquadramento para uma transmissão ao vivo, pode-se perder a atenção ao acontecimento, ou vice-versa.

Nesse enquadramento, no site – no caso da Tribuna do Norte - ou nas redes sociais na Internet – no caso do Novo – as notícias mais factuais rotineiramente são divulgadas em níveis de conteúdo preenchidos gradualmente. Enquanto no sítio eletrônico tais níveis são ocupados em caráter de complementação, em que novas informações são inseridas conforme a apuração evolui, nas redes sociais na Internet são identificados por meio das narrativas, quando o perfil do jornal faz novas publicações complementando as anteriores e garantindo que outras informações serão divulgadas ao longo do dia – em texto, imagem legendada ou selfiejornalismo (ponto o qual será desenvolvido no tópico seguinte).

5.3.3 A prática do Selfiejornalismo (selfienotícia e selfierreportagem)

Novas formas de produzir conteúdo proporcionam o desenvolvimento de novos formatos e gêneros no jornalismo. A hibridização entre eles pode gerar, inclusive, o surgimento de novos produtos com características que convergem diversos meios de disseminação midiática. A prática do jornalismo móvel digital instaurou uma sistematização integrada do processo de produção que gira em torno do mesmo alicerce, que são as tecnologias móveis e digitais com acesso à Internet.

Essa possibilidade de conexão em tempo real através de aparelhos como o *smartphone* permitem que o jornalista de uma empresa de jornal impresso, por exemplo, se aproprie de linguagens as quais naturalmente não fazem parte da sua rotina profissional ou especialização. O meio digital, então, oferece diversas perspectivas para a produção e distribuição de conteúdos jornalísticos. Com a facilitação do acesso à Internet por meio de tecnologias móveis digitais, as narrativas no jornalismo são reconfiguradas e os modos mais tradicionais de produzir uma

notícia, como a pirâmide invertida, estão sendo preteridos pelos profissionais na tentativa da inovação nesse contexto de hipertextualidade e convergência. Uma das principais características das produções nesse contexto de inovações é a hibridização dos gêneros e formatos, pois o jornalista une linguagens de diversas plataformas midiáticas existentes isoladamente.

Durante a realização da pesquisa, identificamos que da prática do jornalismo móvel surge um novo formato de transmissão de notícias realizado pelos jornalistas das duas empresas pesquisadas, e também por companhias jornalísticas em âmbito nacional e internacional, o qual hibridiza características de imagem, som e reportagem. Conceituamos neste trabalho tal prática de **Selfiejornalismo**, configurada pelo ato do jornalista produzir, sozinho, por meio da câmera frontal do seu dispositivo móvel digital, conteúdo audiovisual para veiculação em meio digital, podendo ser ou não por meio de transmissões ao vivo. Acontece quando o jornalista é agente participativo da notícia, inserindo-se no ambiente noticiado no ponto de vista estético, mas não necessariamente no interpretativo, assimilando-se ao formato de uma passagem na plataforma televisiva. Trata-se, de selfienotícia, quando o conteúdo do vídeo for factual e noticioso, e de selfierreportagem quando o objetivo é aprofundar uma temática já noticiada anteriormente ou de uma temática não-factual.

A entrevista também é um elemento que pode estar presente nessa modalidade. Pode, ainda, ser feito no formato de **notícia panorâmica** móvel, quando o jornalista registra a imagem sob uma ótica subjetiva, simulando o "olhar do público internauta", agregando em sua composição visual apenas o ambiente, plano externo ou acontecimento, seja um lugar ou pessoas envolvidas nele.

Figura 12 – Exemplo da prática do Selfiejornalismo



Fonte: Foto de Alice Andrade.

Em 2013, "selfie" foi eleita a palavra do ano⁵⁴ pelo Dicionário Oxford devido ao aumento de 17.000% do seu uso em 2012. Na ocasião, o vocábulo referia-se não apenas à figura de si mesmo (tradução do inglês), porém primordialmente à fotografia de pessoas feita pela câmera frontal de um dispositivo móvel digital. “Uma selfie pode ser um simples ato de vaidade, mas pode também, pela sua força comunicacional, transmitir emoções e ideias, posicionando o elemento que se auto fotografa em um determinado contexto” (FERNANDES, 2015, p.07).

A palavra selfie surge como um sinônimo de autorretrato, porém é utilizado quando o objetivo da fotografia é a publicação em redes sociais na Internet. De acordo com Soares (2014), a selfie surgiu em 1939, quando Robert Cornelius capturou uma fotografia de si mesmo. A fotografia de si mesmo ou de si juntamente com um determinado grupo tornou-se popular com a intensificação do uso de dispositivos móveis digitais na sociedade. Associada à captura da imagem, a possibilidade de publicação instantânea possivelmente contribuiu para a sua popularização.

⁵⁴ Disponível em: <<http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/11/selfie-e-eleita-palavra-do-ano-pelo-dicionario-oxford.html>>. Acesso em: 1 jan. 2018.

Figura 13 - Selfie de Robert Cornelius

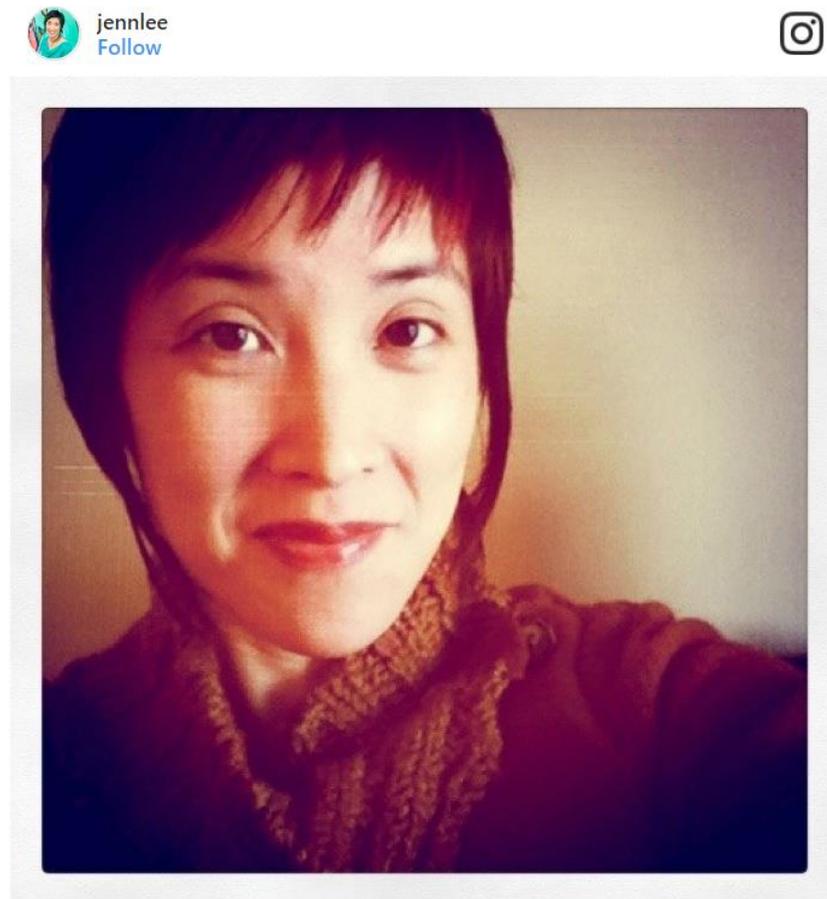


Fonte: Quora⁵⁵

Pesquisas sobre a primeira selfie publicada na história apontam para resultados diversificados. Contudo, a primeira imagem dessa modalidade divulgada no Instagram foi em 2011, pela usuária @jennlee. A hashtag #selfie foi utilizada 329.349.490 vezes publicamente nessa rede social na Internet até dezembro de 2017. O primeiro aparelho celular com câmera surgiu em 2003, o Sony Ericsson Z1010.

⁵⁵ Disponível em: <<https://www.quora.com/How-and-when-did-the-selfie-trend-start>>. Acesso em: 1 jan. 2018.

Figura 14 – Primeira selfie com a #selfie no Instagram



Fonte: Mashable⁵⁶

A popularização do Selfiejornalismo nas empresas investigadas e em outras empresas de comunicação reflete a convergência de formatos utilizados pelo jornalista para proporcionar ao público diferentes formas de narrativa. Ao inserir-se na notícia, o repórter de jornal impresso deixa de ter apenas seu nome como assinatura e passa a se tornar uma figura pública, semelhante aos repórteres de televisão, em especial quando essa prática é constante. Contudo, diante de um contexto no qual o jornalista tem outras atribuições a serem feitas simultaneamente, o Selfiejornalismo pode ser analisado por alguns deles como uma sobrecarga de trabalho.

⁵⁶ Disponível em: <http://mashable.com/2013/11/19/first-selfie-hashtag-instagram/#_3tVk1wMIOq9>. Acesso em: 1 jan. 2018.

A questão dos vídeos é bem complicada... porque ao mesmo tempo em que são uma estratégia bem bacana de levar a informação ao público de uma forma mais descontraída, são uma preocupação extra pra (sic) gente que não tínhamos antes. Fazer uma entrevista, prestar atenção no que o entrevistado diz, já é complicado... mas agora temos que fazer foto também. E publicar nas redes sociais. Com os vídeos, é uma coisa a mais. E não é só apontar o celular. Tem que ver se o ângulo está bom, se o som está prestando, tem que ter cuidado pra (sic) conexão não cair etc. (JNV, produtor de conteúdo multimídia, informação verbal).

Segundo Fidalgo e Canavilhas (2009), os telefones móveis são meios privilegiados de comunicação e ao mesmo tempo impõe desafios ao jornalismo, pois com esses aparelhos as informações estão disponíveis a qualquer horário e local. “O celular, ao tornar-se uma extensão corporal, liberta a pessoa dos constrangimentos espaciais e temporais na recepção de informação” (FIDALGO; CANAVILHAS, 2009, p.112). A ergonomia dos *smartphones* permite tanto aos jornalistas quanto aos públicos dos jornais uma forma mais íntima de lidar com as notícias, uma vez que a característica portátil permite que sejam levados para diversos espaços físicos, mantendo, ainda, a possibilidade de conexão à Internet.

Dessa forma, em 2016 o *smartphone* superou o computador pessoal e *desktop* no acesso à Internet no Brasil. De acordo com pesquisa divulgada pelo Instituto Brasileira de Geografia e Estatística (IBGE),⁵⁷ o acesso pelos dispositivos móveis representa 80,4% do total, seguido pelos computadores. Na pesquisa *Uso de vídeo mobile: perspectiva global*⁵⁸, realizada pelo InteractiveAdvertising Bureau (IAB) em 24 países, entre eles o Brasil, constatou-se que 1 em 5 pessoas consomem conteúdo audiovisual no celular enquanto veem TV. Ao todo, 43% dos brasileiros assistem vídeos no celular com duração superior a cinco minutos, diariamente ou frequentemente, superando a média global de 35%. Assim, a exploração do Selfiejornalismo busca atingir a preferência majoritária do público que acessa informações pela Internet, em especial via dispositivos móveis digitais.

Apesar de o selfiejornalismo ter características próprias, os critérios utilizados pelas empresas para praticá-lo são distintos. No Novo, era determinado que todo o produtor de conteúdo multimídia, ao sair para qualquer apuração, tinha as seguintes atribuições: produção de texto jornalístico para o site (que também poderia ir para o jornal impresso), fotografia para ilustrá-lo, fotografia diferente para as redes sociais (a qual deveria ser publicada pelo próprio jornalista) e

⁵⁷Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2016/04/smartphone-passa-pc-e-vira-aparelho-n-1-para-acessar-Internet-no-brasil.html>>. Acesso em: 2 dez. 2017.

⁵⁸ Disponível em: <<https://iabbrasil.com.br/uso-de-video-mobile-perspectiva-global/?enviado=ok>>. Acesso em: 3 dez. 2017.

uma transmissão ao vivo em selfiejornalismo ou notícia panorâmica pelo Facebook. Nessa perspectiva, o produtor de conteúdo multimídia sempre estava com uma significativa gama de tarefas a serem cumpridas a cada pauta, tendo como principal instrumento de trabalho o *smartphone*.

Já na Tribuna do Norte, a logística de trabalho era focada na produção textual, para o site e para o jornal impresso, com fotografia ilustrativa no caso de ausência de um fotógrafo. O desenvolvimento de conteúdos em formato de selfiejornalismo ficava restrito a situações especiais ou de extrema factualidade.

Não há, contudo, a utilização de acessórios em *hardware* para o refinamento dos vídeos gravados em *selfie*, como os *selfiesticks*, conhecidos no Brasil como “pau de selfie”, microfones, tripés ou luzes externas. O selfiejornalismo no Novo e na Tribuna do Norte pode ser visto como sendo motivado pelo caráter da experimentação, pois não há padrões, aperfeiçoamento ou orientações prévias. Fica a critério do repórter ou do produtor de conteúdo multimídia a maneira como as notícias e reportagens serão transmitidas em vídeo.

5.3.4 O repórter de imagem

Embora o nosso foco principal de análise seja o cotidiano produtivo dos jornalistas, consideramos relevante a discussão acerca do trabalho dos fotógrafos dos jornais, visto que suas atribuições laborais também sofreram reconfigurações com o cenário do jornalismo móvel digital. Portanto, o quarto comportamento simbólico identificado na *Cartografia da mobilidade jornalística* não envolve os jornalistas diretamente, porém impacta de forma indireta a eles por meio dos fotojornalistas ou repórteres fotográficos.

Conforme discutido anteriormente, tanto na Tribuna do Norte quanto no Novo, o quadro funcional de fotojornalistas foi reduzido ao longo dos últimos anos. Dessa maneira, os repórteres e produtores de conteúdo multimídia assumem essa função sem um aumento salarial equivalente. Os fotojornalistas ainda contratados, por sua vez, também tiveram que se adaptar ao uso frequente dos dispositivos móveis digitais na rotina de produção. Desde 2015, em ambas as redações, o modo de trabalho vem sendo modificado para que as fotografias destinadas à veiculação digital sejam publicadas com a maior celeridade possível.

Para Kossoy (2001), a fotografia é um documento visual repleto de informações capazes de propiciar ao observador emoções subjetivas. Pode gerar efeitos diversos em cada indivíduo, podendo ser desde nostalgia, até ódio ou amor. Já Sousa (2012) discute o papel das fotografias no jornalismo. De acordo com o autor, não se tratam unicamente como "o registro visual da verdade" (p.02), mas também um ofício profissional baseado em gêneros cujos objetos têm relação direta com o credível. Afirma, ainda, que o conceito de fotojornalismo é múltiplo e tem se hibridizado com a publicidade, por isso divide-o em sentido lato e em sentido restrito:

a) Fotojornalismo (lato sensu) — No sentido lato, entendemos por fotojornalismo a actividade de realização de fotografias informativas, interpretativas, documentais ou "ilustrativas" para a imprensa ou outros projectos editoriais ligados à produção de informação de actualidade. Neste sentido, a actividade caracteriza-se mais pela finalidade, pela intenção, e não tanto pelo produto [...] Assim, num sentido lato podemos usar a designação fotojornalismo para denominar também o fotodocumentalismo e algumas foto-ilustrativas que se publicam na imprensa.

b) Fotojornalismo (stricto sensu) — No sentido restrito, entendemos por fotojornalismo a actividade que pode visar informar, contextualizar, oferecer conhecimento, formar, esclarecer ou marcar pontos de vista ("opinar") através da fotografia de acontecimentos e da cobertura de assuntos de interesse jornalístico. Este interesse pode variar de um para outro órgão de comunicação social e não tem necessariamente a ver com os critérios de noticiabilidade dominantes. Em sentido restrito, o fotojornalismo distingue-se do fotodocumentalismo. Esta distinção reside mais na prática e no produto do que na finalidade (SOUSA, 2012, p.5).

Na Tribuna do Norte e Novo, o fotojornalismo praticado diariamente é, na maior parte, no sentido *strictu sensu*, visto que as imagens fotográficas têm o objetivo de informar e/ou ilustrar matérias jornalísticas em meio digital e impresso. Atualmente, no entanto, os fotojornalistas não têm mais apenas a atribuição de produzir fotografias com essa finalidade; eles também devem produzir conteúdo em audiovisual para as diversas plataformas da respectiva empresa de comunicação onde trabalha. Tal qual os jornalistas, esses profissionais também não receberam uma ampliação salarial referente a mais esse encargo. Ao contrário, ficaram ainda mais sobrecarregados devido à demissão de outros colegas.

No Novo, até o período do fechamento da empresa, havia apenas um fotojornalista na redação, cujo horário de trabalho era pela manhã. Dessa forma, ele era dedicado às produções fotográficas de alguns textos veiculados no jornal impresso. A maioria das pautas era coberta pelo produtor de conteúdo sozinho, munido do *smartphone*. O fotojornalista produzia as imagens em sua câmera profissional e também com o seu dispositivo móvel pessoal, repassando rapidamente para que o produtor de conteúdo pudesse publicar nas redes sociais. Ademais, era responsável pela

produção de alguns vídeos para a seção “vídeos” no site do jornal e também para o canal no Youtube⁵⁹.

Figura 15– Aba Vídeos no site do Novo



Fonte: Novo Notícias⁶⁰

Já na Tribuna do Norte são três fotógrafos contratados, sendo distribuídos dois no turno matutino e um no vespertino. Em similaridade, também não é possível que os fotojornalistas acompanhem os repórteres em todas as ocasiões de apuração. Quando recebem uma pauta, após capturarem as imagens com a câmera, removem o cartão de memória e inserem em seus *smartphones* pessoais para enviarem as imagens rapidamente ao grupo da redação no WhatsApp. Dessa forma, o jornalista disponível da equipe que está na redação faz a veiculação da imagem nas redes sociais na Internet. Nessa empresa, existe uma equipe dedicada à produção de vídeos para o canal no Youtube ou TV Tribuna. Por essa razão, são poucas as ocasiões nas quais o fotojornalista precisa gravar conteúdo em audiovisual.

Eu gravo vídeos também, já gravei vários. Hoje em dia se o fotógrafo não dominar esse tipo de linguagem, ele não vai permanecer muito tempo no mercado. Mas não é sempre e nem temos isso como uma obrigação diária. Isso é mais pro (sic) pessoal da TV Tribuna. Quando os fotógrafos gravam vídeos, é mais pras (sic) redes sociais, aí gravamos com nosso celular mesmo que fica mais fácil de mandar ao pessoal da redação (Repórter fotográfico, informação verbal).

⁵⁹Disponível em: <<https://www.youtube.com/user/NovoJornalRN/videos>>. Acesso em: 20 dez. 2017.

⁶⁰Disponível em: <<https://www.novonoticias.com/videos?page=1>>. Acesso em: 25 dez. 2017.

Verifica-se, portanto, uma modificação no *modus operandi* do fotojornalismo com a prática do jornalismo móvel. Os profissionais deixam de ser repórteres fotográficos e passam a ser repórteres de imagem, seja estática ou em movimento. As plataformas digitais propiciam a exploração de várias linguagens em um mesmo espaço. Mesmo quando o ponto principal é o texto jornalístico, pode vir imerso em uma perspectiva multimídia, que para Salaverría (2014) pode ter, entre diversos significados, o da combinação de várias linguagens, tais quais a imagem, vídeo, texto e som. O repórter de imagem, portanto, é o profissional responsável pela produção de conteúdo imagético, em audiovisual e/ou fotografia, com a finalidade da veiculação na imprensa.

Esse profissional, bem como o jornalista polivalente-indolente, pode exercer em determinadas situações um acúmulo de funções motivado, sobretudo, pela redução de custos. Na Tribuna do Norte há uma preocupação mais perceptível com a qualidade dos conteúdos veiculados em vídeo, tanto em relação à padronização quanto à qualidade das produções, o que pode ser verificado pela existência da TV Tribuna. No entanto, no Novo, a produção e publicação dos vídeos é responsabilidade dos produtores de imagem e vídeo, outrora fotojornalistas; e dos próprios produtores de conteúdo multimídia.

Figura 16 – Fotojornalista e repórter enviam os materiais produzidos através dos *smartphones*



Fonte: Foto de Alice Andrade

Quanto ao aspecto da produção fotográfica com dispositivos móveis digitais, os fotógrafos expressaram posicionamento crítico e preocupação sobre a manutenção dos seus postos de trabalho. Apesar de terem preferência ainda pela câmera digital, todos se mostraram abertos à experimentação com *smartphones* ou *tablets*. Para os profissionais de ambos os jornais, é possível que, em um futuro a médio prazo, não existam mais fotojornalistas nas redações, porque essa função será destinada aos repórteres de texto. Pode-se verificar nos próximos depoimentos:

Isso de jornalista fotografar é um perigo. Perigoso pra (sic) ele, que não faz nada direito com tanta coisa a fazer, e é perigoso pra (sic) gente... se essa moda de repórter fotografando com celular pega, não vai mais sobrar um fotógrafo na redação. O problema também é a qualidade da imagem. O celular é muito limitado e os repórteres sabem disso. A pergunta é: o jornalista está preocupado com a qualidade do que ele apresenta ao leitor. Mas será que o jornal está? (Repórter fotográfico, informação verbal).

Antes eu duvidava que os repórteres fotográficos perderiam espaço. Hoje não apenas acredito, como vejo que isso está acontecendo. Não é mais um medo do futuro, é presente mesmo. O Novo só tem um, a Tribuna só tem três. Eu acho que é questão de dois ou três anos para entregarem o telefone ao repórter e dizerem "vai que é tua" (Repórter fotográfico, informação verbal).

Para a fotografia jornalística e produção audiovisual com dispositivos móveis digitais, ainda há o fator da limitação do aparelho. A conexão à Internet, fator principal de uso desses aparelhos, depende primordialmente do local de onde está sendo feita a apuração. Não são todas as ocasiões nas quais o acesso à rede é estável. Outro ponto considerado é que a qualidade da imagem depende diretamente da iluminação. Quanto mais precária for, é possível que haja pouca nitidez, dependendo do aparelho utilizado. A captura de movimentos, como nas editorias de Esportes e Polícia, é comprometida, bem como a possibilidade de aproximação da imagem através de *zoom*. A bateria de alguns dispositivos móveis, ainda, não é tão durável em uso quanto das câmeras digitais. Para algumas dessas limitações, existem no mercado perspectivas de atenuação através de acessórios, como conjunto de objetivas e lentes, iluminação artificial, *flashes* externos, baterias portáteis e tripés.

Figura 17 – Acessórios para dispositivos móveis digitais



Fonte: Google imagens⁶¹

5.3.5 A abertura dos canais informacionais

O ciberespaço é um fértil terreno para a semeadura de novas dinâmicas da prática de jornalismo. Entre várias possibilidades de configuração da produção e divulgação dos produtos jornalísticos - entre elas algumas já discutidas neste trabalho, como o selfiejornalismo - a interação é um notável aspecto do jornalismo que se apropria do espaço das redes sociais na Internet. Se antes os jornalistas atuantes em empresas de mídia eram responsáveis pelo controle das informações publicizadas, nesses ambientes digitais é possível a inclusão dos internautas no desenvolvimento dessa tarefa, em especial com o uso dos dispositivos móveis digitais. No âmbito do consumo, fala-se em *prosumers*, que são os consumidores e produtores simultaneamente, conforme reflete-se abaixo:

A nova criatividade colaborativa promove a ação coletiva e os “prosumers” –os consumidores como criadores/produtores. Plataformas como sites de redes sociais, media sociais e “self media” permitem que não-especialistas publiquem conteúdo para uma audiência que pode ser potencialmente global, na medida em que as fronteiras territoriais se esbatem (AMARAL, 2012, p.132).

Sobre esse contexto, Lévy (1999) fala sobre a formação de uma inteligência coletiva, espaço virtual pelo qual circulam redes de conhecimento em constante construção que utilizam a Internet para criar interconexões socioculturais em caráter de cooperação e soma. Durante a

⁶¹ Disponível em: <<http://infinnibrasil.com.br/odin/fotos/5956aec69a2f0.jpg>>; <https://http2.mlstatic.com/flash-externo-universal-para-selfie-com-16-leds-para-celular-D_NQ_NP_896905-MLB25118712542_102016-F.jpg>. Acesso em: 1 jan. 2018.

tessitura da *Cartografia da mobilidade jornalística*, a quinta prática simbólica ligada ao aspecto da mobilidade digital é a **abertura dos canais informacionais**. Trata-se do processo no qual as empresas de mídia hegemônica abrem espaços para a colaboração dos seus públicos na construção do conteúdo jornalístico, seja através de um aplicativo em *software*, de um espaço no site ou por meio das próprias redes sociais na Internet, como WhatsApp, Facebook e Twitter.

Não há mais fronteiras no domínio da informação: com a Internet, e a posterior potencialização pelo uso intenso dos dispositivos móveis digitais, a seleção do que é importante, divulgação, repercussão e opinião pode ser feita por quaisquer pessoas que tenham acesso a essas ferramentas. Os brasileiros passam, em média, 650 horas por mês acessando redes sociais na Internet. Em segundo lugar está o acesso a portais de notícias e entretenimento, 290 horas⁶². Percebe-se, então, que o crescimento da presença das pessoas nessas ambiências digitais tem relação direta com a forma como o jornalismo se desenvolve em rede hoje. Se os meios tradicionais de disseminação de mensagens tinham um ciclo que partia de um ponto para a grande audiência, na Internet a comunicação pode ser ciclicamente mais heterogênea, partindo de vários para vários.

Assim, modifica-se a hierarquia da produção do conteúdo informativo. Se antes das redes sociais na Internet o processo de apuração e pesquisa era responsabilidade total do jornalista, vive-se um período na história do jornalismo em que as pessoas de diversas esferas sociais têm tanto poder sobre as informações circulantes quanto os próprios profissionais de mídia. Não se tratam mais de receptores passivos, muito menos de soldados da Teoria Hipodérmica. A interação faz com que sejam emissores e receptores concomitantemente, com postura ativa e com a possibilidade de falar para uma grande audiência.

Por outro lado, o fenômeno das *fakenews* (notícias falsas) gera, em alguns casos, uma cultura de disseminação de boatos nas redes sociais digitais. Isso pode fazer com que a credibilidade das informações não ligadas a um grande veículo de comunicação seja reduzida. De acordo com pesquisa realizada pela consultoria Kantar⁶³, no Brasil, Reino Unido, Estados Unidos e França, o acesso a sites de empresas de comunicação renomadas para obter informações é uma medida para combater notícias falsas para 44% das pessoas. Com isso nota-se que a Internet pode

⁶²Pesquisa realizada pela consultoria comScore. Disponível em: <<http://blogs.oglobo.globo.com/nas-redes/post/brasileiros-gastam-650-horas-por-mes-em-redes-sociais-567026.html>>. Acesso em: 5 dez. 2017.

⁶³Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/mundo/2017/10/1931635-fake-news-alteram-habitos-do-publico-indica-pesquisa.shtml>>. Acesso em: 11 dez. 2017.

ser um espaço no qual os jornais e demais veículos midiáticos possam corroborar sua credibilidade a partir de práticas responsáveis do jornalismo e comprometidas com a apuração.

A Internet, em especial as ambiências das redes sociais na Internet, proporciona a quebra de obstáculos em relação ao tempo, ao espaço e também ao domínio da produção de informações. A passividade deixa de ser arbitrária e passa a ser optativa, dando lugar a um novo manejo dos produtos jornalísticos virtualmente. A possibilidade de personalização é um ponto fundamental na abertura dos canais informacionais. O consumidor de informação decide o horário, o local e a gama de assuntos do seu interesse para consumi-los em seus dispositivos móveis digitais. Por essa razão, os veículos de comunicação encontram-se em uma epopeia pela busca do melhor modelo de negócios para a execução do jornalismo de modo a agregar o maior número de interessados possível.

Essa abertura, todavia, não é livre na totalidade. As pessoas não têm o poder de verem a publicização de todas as suas sugestões de pautas, materiais técnicos – vídeos, textos e fotografias, por exemplo – ou opiniões. Não há, de fato, uma inovação no modo como é feita essa abertura, e sim uma ampliação quantitativa no índice de participação do público na construção dos conteúdos. Os espaços parecem ter sido digitalizados no mesmo molde da tradicional Carta do Leitor, presente na maioria dos jornais impressos brasileiros. Em vez de o contato ser por carta ou por e-mail, está sendo realizado, na maior parte, por meio do WhatsApp ou Facebook.

Grande parte do material recebido pelo público são fotografias de flagrantes e paisagens naturais em suas localidades. Por exemplo: colisões automobilísticas, engarrafamentos no trânsito, buracos na rua, problemas no saneamento básico, pôr do sol, registros da primavera etc. Alguns internautas enviam textos pelo WhatsApp ou fazem comentários concordando ou discordando de determinados assuntos abordados pelo jornal no dia anterior. No Novo, a editoria que mais recebe participação do público nesse sentido é *Esportes*. Já na Tribuna do Norte, é na editoria *Natal* (equivalente à Cidades).

O jornalista, nesse âmbito, divide a atribuição de *gatekeeper* (WHITE, 1993) e passa a ser também um curador das informações. A abertura dos canais torna mais volumoso o quantitativo de dados que chegam às redações. Ou seja, os jornalistas têm a responsabilidade de selecionar, filtrar e apurar as informações que chegam até eles pelos canais informacionais, de modo a buscar evitar possíveis falhas geradas pela divulgação de conteúdos equivocados. Profissionais de ambas as empresas salientaram a cautela com os conteúdos recebidos do público antes da publicação em seus

espaços digitais. Contudo, reconheceram que, apesar disso, é árduo manter diligência com os materiais enviados pelos internautas ao mesmo tempo em que precisam executar diversas outras atividades em suas rotinas produtivas.

A gente tenta lidar com essa onda de informações que chega da melhor forma possível. A apuração é a chave do negócio. O problema é que as vezes são tantas informações vindo, com tanta coisa pra (sic) fazer, notícia pra (sic) escrever, foto pra (sic) fazer, que quando outro veículo publica, na pressa de não ficar pra (sic) trás, publicamos também e aí acontecem os erros. Outra coisa é confiar na fonte. Já "matamos" uma personalidade aqui de Natal porque confiamos em uma fonte da família dizendo que tinha morrido. Não checamos e era equivocado. Publicamos o erro. Tivemos que pedir desculpas (JNV, produtor de conteúdo multimídia, informação verbal).

Para Martinez (2007), a prática jornalística ainda é configurada, essencialmente, pelos fundamentos do jornalismo escrito. Um exemplo disso é a apuração e a cautela com a escrita, pois os fatos devem ser cuidadosamente checados e os textos devidamente cognoscíveis. Além disso, “as matérias devem incluir contexto e, obviamente, as práticas éticas que norteiam a profissão devem ser seguidas” (MARTINEZ, 2007, p.27).

A abertura dos canais comunicacionais permite ao público uma facilitação do contato com as empresas de comunicação para sugestões e envio de conteúdos de caráter informacional; por outro, reforça aos jornalistas a importância da apuração para a garantia da credibilidade do nome da empresa. O jornalismo móvel digital, conforme apontado pelos próprios entrevistados, proporciona o acesso a ferramentas que podem ser utilizadas nesse aspecto, como os sites de busca por meio da Internet e o contato ubíquo com as fontes.

Assim compreender a dinâmica que envolve a abertura dos canais informacionais é mais um desafio que o jornalismo enfrenta a partir da prática do jornalismo móvel digital. Os jornalistas, enquanto profissionais, adquiriram outras atribuições com os dispositivos móveis, entre eles alguns próprios de plataformas digitais, como a maior interação com o público e possibilidade deste se colocar ativamente diante dos fatos.

5.3.5 O jornalismo de redação

Este comportamento simbólico, à primeira vista, pode parecer paradoxal em relação à temática teórica central sobre a qual está fundamentada este trabalho de dissertação: o jornalismo móvel. Não obstante, trata-se de uma prática que se torna cada vez mais habitual na medida em

que os jornalistas têm, literalmente nas mãos, um dispositivo híbrido que possibilita a facilitação do trabalho de apuração jornalística outrora realizada apenas em campo.

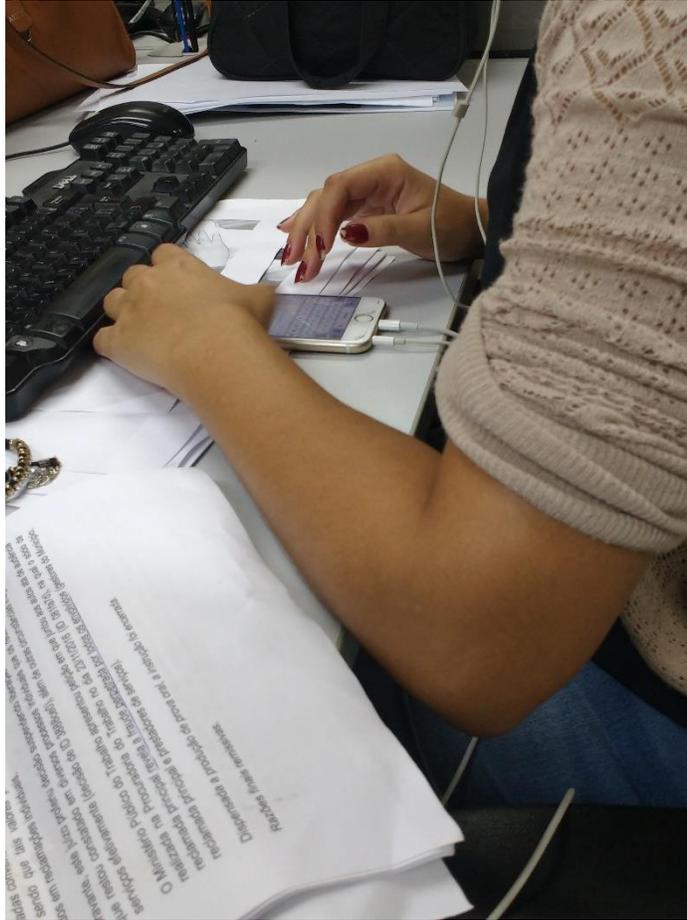
O **jornalismo de redação** é a prática jornalística na qual todo o processo de coleta de dados e escrita para a construção de um conteúdo jornalístico em qualquer formato é realizado pelo jornalista de dentro da própria redação, sem que seja necessário o trabalho de campo. O contato com as fontes é realizado por meio de chamadas de voz e/ou entrevistas em redes sociais na Internet, e a checagem dos dados e busca por informações geralmente é realizada em sites de busca, agências de notícias e/ou banco de dados.

Certamente essa não é um exercício contemporâneo ou surgido na atualidade, visto que as informações obtidas por meio das fontes já é algo antigo no jornalismo. Um exemplo disso são os textos construídos a partir de *press-releases* enviados pelas assessorias de comunicação. Contudo, acreditamos que os dispositivos móveis digitais ampliaram esse quadro, em especial nas redações investigadas, para a manutenção de uma correnteza produtiva adequada às plataformas online. Alguns autores definem essa prática como “jornalista sentado” (NEVEU, 2001; PEREIRA, 2004).

Na Tribuna do Norte, durante a rotina produtiva dos jornalistas, pelo menos duas pautas diariamente eram apuradas de dentro da própria redação. No Novo esse número dobrava, sendo quatro textos, de repórteres e turnos diferentes, produzidos a partir de entrevistas pelo *smartphone* e com buscas pela Internet.

Segundo Pereira (2004, p.103), "com a Internet e o surgimento do ‘jornalista sentado’ a noção da apuração perde terreno para a necessidade de alimentação contínua do sistema". Ou seja, a investigação jornalística, intrínseca ao seu processo de trabalho, tornou-se digitalizada para que o produto final seja entregue de forma mais célere para o público. As habilidades de ser proativo na produção e ágil na escrita agora são indispensáveis aos profissionais que ingressam no mercado de trabalho.

Figura 18 – Repórter da Tribuna do Norte transcreve áudios enviados por fonte via WhatsApp



Fonte: Foto de Alice Andrade.

São múltiplas as possibilidades de invenção e reinvenção no espaço da Internet. As reconfigurações nos modos de consumo de notícia fazem com que o jornalismo busque acompanhar as expectativas do público e ofereça mercadorias informacionais em contexto de ubiquidade. A necessidade de atualização contínua, característica do jornalismo online, dá subsídios para que a complexidade do processo produtivo tradicional - com apuração em campo e realização de entrevistas presenciais - em alguns casos seja substituída pela prioridade à notícia urgente, instantânea, publicada quase que concomitantemente ao acontecimento. Nesse sentido, os *smartphones* e outros dispositivos móveis exercem um papel importante, apontada pelos jornalistas entrevistados, especialmente, na agilidade da realização de entrevistas.

Se os dados estão na Internet e podemos contactar as fontes pelas redes sociais na Internet, seria perda de tempo e dos próprios recursos do jornal se o repórter fosse até lá pra (sic) obter as mesmas informações que ele pode ter virtualmente. Não faria o menor sentido. Nesse tempo de crise, é questão de bom senso. Quando dá, fazemos o texto daqui mesmo. Só que nem sempre dá, então quando é preciso ir pra (sic) rua, o repórter vai (JNV, conselheiro de conteúdo, informação verbal).

Figura 19– Repórter do Novo realiza entrevista por meio de chamada telefônica no celular



Fonte: Foto de Alice Andrade.

Qualitativamente não é possível afirmar que as produções feitas em jornalismo de redação são inferiores em relação aos textos apurados em campo. Modifica-se simplesmente o modo de coleta das informações, mas a qualidade do material produzido dependerá mais significativamente do prazo que o jornalista é submetido pela empresa para concluir seu material jornalístico do que do modo como vai adquirir os dados. Nesse tipo de material jornalístico, foi factível a percepção

de um maior espaço para a voz das fontes⁶⁴, com citações mais longas, referência a documentos e subtítulos (retrancas) com informações anteriormente publicadas pelo próprio jornal. Não identificamos, porém, aspectos interpretativos mais numerosos nas produções.

Quais seriam, portanto, os impactos do jornalismo de redação na prática do jornalismo móvel? Além do antagonismo conceitual, uma vez que os dispositivos móveis deveriam oferecer condições relevantes de produção fora das redações, é o risco de equívocos de apuração pela menor checagem dos dados. Por se tratarem de “fontes seguras”, como agências de notícias, existe uma resistência dos repórteres a checar tais informações.

Se é a agência de notícias que envia a informação, ou se é uma fonte oficial, como uma assessoria, não existe necessidade de perdermos tempo apurando algo que já foi apurado. É publicar e partir pra (sic) próxima pauta. Pode ser que esse texto tenha algum erro, mas aí o público vai saber que a culpa não foi nossa, e sim da agência que cedeu o conteúdo (JNV, produtor de conteúdo multimídia, informação verbal).

Diante desse depoimento, nota-se que o processo de apuração das informações coletadas, no jornalismo de redação, é considerado “perda de tempo” pelo repórter que possui muitas outras atribuições pendentes. A confiança nas fontes secundárias, como textos ou publicações oficiais, é ampliada nesse prisma de abordagem. Todavia, alguns repórteres consideram que o jornalismo de redação não é uma prática majoritária no jornalismo e que pode somar, mas não substitui a apuração em campo.

Nas redações também existem profissionais que estão há mais de 20 anos inseridos no mercado de trabalho. Para esses jornalistas, o verdadeiro local da produção jornalística é “na rua”, em contato com os entrevistados e inseridos diretamente nos locais dos acontecimentos. Alguns deles ainda estão habituados a utilizar unicamente instrumentos como bloquinho e caneta para a apuração e advogam que a presença do jornalista diante das fontes é essencial para a percepção de nuances não reveladas pelo contato virtual, como expressões, olhares, reações diante dos questionamentos e postura. Ou seja, são contrários à prática do jornalismo de redação, embora reconheçam ser é uma situação que agiliza a rotina produtiva.

Para Pereira (2004), o jornalista sentado - chamada por nós nesta pesquisa de jornalismo de redação - configura uma identidade profissional que modifica o *ethos* do jornalista. Contudo, essa

⁶⁴ Esse aspecto não se refere à pluralidade de vozes nos textos, nem a diferentes pontos de vista. Trata-se do aspecto físico, da quantidade mais extensa do número de linhas destinadas da matéria para citações diretas das fontes.

tese não se aplica ao campo pesquisado por nós em Natal (RN). O jornalismo de redação é praticado estrategicamente pelos jornalistas, com o aval de seus editores, pelas seguintes causas:

- 1) Agilidade do fluxo produtivo em situações favoráveis a esse tipo de apuração;
- 2) Economia, para o jornal, de custos com gasolina e de tempo do repórter;

Para o público, não é tornado público se o processo produtivo é em campo ou diretamente da redação. Analisamos que a legitimação do material produzido pelos repórteres e produtores de conteúdo se deve à ligação dos conteúdos produzidos ao nome de um grande veículo de comunicação, como Tribuna do Norte ou Novo. Os pontos abordados neste tópico têm caráter provocativo, visto que a análise do jornalismo de redação carece de uma análise isolada que envolve a qualidade da informação disseminada publicamente, mas também as novas dinâmicas jornalísticas em rede e o papel do profissional enquanto compilador e filtrador do grande número de informações ao seu poder.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

*A ciência nunca resolve um problema sem criar pelo menos outros dez.
(George Bernard Shaw).*

O modo de produção capitalista, para dilatar suas raízes, tem se amparado na informação e nas mídias para o desenvolvimento dos seus processos. Alguns são mais diretamente relacionados com o objetivo central do capitalismo, no patamar das finanças, como por exemplo a atuação no mercado financeiro por meio da Internet; já outros são mais simbólicos, como a disseminação de ideologias e pensamentos, desenvolvendo padrões de comportamento, consumo e atitudes os quais são convenientes ao neoliberalismo.

No âmbito do jornalismo, constatamos ao longo da pesquisa que a prática laboral com os dispositivos móveis digitais tem modificado a forma como os profissionais atuam nas redações: a carga-horária de trabalho foi estendida, pois o jornalista carrega consigo uma ferramenta que permite a produção em potencial; cargos foram extintos, como o de pauteiro e chefe de reportagem; as atribuições laborais aumentaram quantitativamente, porque os profissionais dos jornais deixaram de produzir apenas texto e passam a atuar também na fotografia, vídeo, áudio e gerenciamento de redes sociais na Internet; novos gêneros, formatos e linguagens configuram as narrativas jornalísticas; e a prioridade para o meio digital foi potencializada.

A conexão entre mobilidade e cartografia permitiu o desenvolvimento das virtualidades analíticas da Cartografia Simbólica neste processo de investigação, no qual propomos o desenvolvimento dessa estratégia metodológica no campo do Jornalismo, mais especificamente do jornalismo móvel digital, de forma inédita. Sistemáticamente, dividimos esta pesquisa em cinco fluxos cuja configuração envolveu desde a pesquisa bibliográfica até a pesquisa de campo e análise dos resultados, auxiliando na delimitação da escala, projeção e simbolização da *Cartografia da Mobilidade Jornalística*.

Para onde nos levam os mapas, afinal? Existem limites para a jornada de um(a) cartógrafo(a)? Acreditamos que as respostas para as perguntas que iniciam uma cartografia são outros questionamentos, como esses compõem a este capítulo de encerramento. Será finalizado, todavia, este trabalho de dissertação, visto que o rigor científico que nos moveu por todo o processo exige um procedimento de conclusão formal. No entanto, o final dessa jornada nos aponta para

uma encruzilhada, no ponto de vista positivo, de diversos outros caminhos que pretendemos percorrer com os próximos passos. Isso porque “os mapas são um campo estruturado de intencionalidades, uma língua franca que permite a conversa sempre inacabada entre a representação do que somos e a orientação do que buscamos” (SANTOS, 2011, p. 224).

Assim, apesar da inconstância que envolve o processo de ajuste do projeto de pesquisa durante os meses iniciais do mestrado, a pesquisa sobre o jornalismo móvel digital nunca nos foi uma dúvida. É um caminho que iniciamos ainda na graduação, em parceria, e cujos resultados nos movem sempre para novas descobertas. A inquietação pela compreensão de todos os procedimentos e tensionamentos envolvidos nesse fenômeno foi combustível de grande estímulo para o desenvolvimento desta pesquisa. Por essa razão, acreditamos que este trabalho não foi tecido apenas na pesquisa de campo – tão importante para o entendimento prático do jornalismo móvel – mas também nas disciplinas cursadas, nas vivências em eventos acadêmicos, na produção de artigos e também nas reflexões feitas em conjunto nas reuniões de orientação.

Para atingirmos nossos objetivos, desenvolvemos uma estratégia metodológica fundamentada na Cartografia Simbólica (SANTOS, 2011), e com principal influência procedimental na Fotocartografia Sociocultural (NOBRE, 2011), para a coleta de dados e sua posterior análise reflexiva, a *Cartografia da mobilidade jornalística*. Aliado a esse ponto, tivemos os registros fotográficos e a realização de entrevistas. Estas nos possibilitaram ouvir e conhecer a percepção dos jornalistas e fotógrafos envolvidos no âmbito do jornalismo móvel digital, bem como as suas impressões e reflexões acerca dos impactos dessa prática para as suas rotinas de produção e condições de trabalho.

Ao final dessa experiência, constatamos que a proposta é relevante e oferece contribuições para a subárea do jornalismo móvel digital, pois acreditamos que a associação de técnicas como entrevistas, observação não-participante, registros fotográficos e leituras sistematizadas para as considerações analíticas oferecem um possível novo método de pesquisa para novos fenômenos emergentes tão celeremente quanto o desenvolvimento das tecnologias que os embasam.

Isso posto, tivemos, ao longo desse trajeto, algumas constatações sobre a investigação promovida para compreender o uso de dispositivos móveis digitais nas rotinas produtivas dos jornalistas em Natal (RN). O modo de produção capitalista, que se desenvolve a nível global, para permear a esfera econômico-financeira envolve diversas outras áreas da sociedade, entre elas a

comunicação e mais especificamente o jornalismo. Esse panorama gera consequências para o jornalismo de um modo geral, e mais especificamente para o profissional e para a sociedade.

Há apontamentos favoráveis acerca da prática do jornalismo móvel digital nas redações, como a agilização do processo produtivo, as potencialidades de novos formatos e iniciativas, a facilitação do contato entre os profissionais e suas fontes, a hibridização de diversas ferramentas em uma única e a possibilidade de conexão à Internet. Todavia, nota-se que concomitantemente existe um processo de precarização do trabalho dos jornalistas, pois sob a justificativa da inovação está um profissional que trabalha em todos os horários de seu dia, inclusive em momentos particulares de sua vida social, precisa exercer diversas atividades simultâneas, é constantemente cobrado e precisa dominar várias linguagens e modos de transmissão das mensagens mesmo que não haja uma qualificação adequada para isso.

Acreditamos que é nosso papel - enquanto cientistas da Comunicação diretamente influenciados pela transdisciplinaridade com áreas como a Sociologia Crítica - nos posicionarmos criticamente, e não apenas expositivamente, diante das reconfigurações pelas quais as empresas hegemônicas de mídia passam e também repassam o ônus para os jornalistas enquanto categoria de trabalho. Acreditamos que a pesquisa acadêmica com recorte na realidade ao nosso redor pode ser valorosa para o conhecimento científico da área, mas também se pretende que seja significativa para o próprio mercado conseguir ter um aporte de reflexão sobre suas práticas. Avaliamos que há aspectos positivos do jornalismo móvel digital, como a agilidade e potencialização das habilidades do jornalista em campo, mas por outro lado também existem pontos os quais alimentam as lógicas mercadológicas e por essa razão é preciso analisar ainda as consequências geradas aos profissionais envolvidos e ao produto jornalístico produzido nesse cenário.

Retomando-se as questões-problema da dissertação, as quais são: *de que forma os jornalistas se apropriam dos dispositivos móveis digitais em suas rotinas de produção dentro e fora das redações? Quais são os impactos, sob um viés analítico-crítico, do jornalismo móvel digital para os profissionais e para a prática jornalística?*, avaliamos que os jornalistas se apropriam dos dispositivos móveis para a sua rotina produtiva no momento da apuração (pesquisa de pauta, informações e contato inicial com as fontes, gravação e realização de entrevistas), produção (escrita de textos, gerenciamento de redes sociais na Internet e produção de conteúdo em fotografia e vídeo, por exemplo) e distribuição (publicação dos conteúdos produzidos em multiplataformas). No ponto de vista da nossa análise, o jornalismo móvel digital foi investigado

a partir da dimensão das práticas sociais, que aborda os impactos e consequências dessa prática. Sobre o segundo ponto da problemática, com vertente analítica, avaliamos que embora os resultados estejam distribuídos por todas as linhas que o tecem, formando uma unidade reflexiva, podemos sintetizar os principais deles a partir dos seguintes pontos:

- O jornalismo móvel digital, apesar de ser uma prática contemporânea, faz parte de um macrocontexto histórico que envolve, entre diversos pontos, a globalização e o desenvolvimento das tecnologias na sociedade;
- A Cartografia Simbólica é uma possibilidade metodológica adequada para o estudo do jornalismo móvel digital devido à sua virtualidade analítica e potencial análise crítica;
- Existem comportamentos simbólicos a partir do uso de dispositivos móveis digitais na prática jornalística, e os identificados neste trabalho são: o jornalista polivalente-indolente; os níveis de conteúdo; a prática do selfiejornalismo; o repórter de imagem; a abertura dos canais informacionais; e o jornalismo de redação;
- Os dispositivos móveis digitais propiciam ao profissional o acesso a diversas ferramentas que potencializam e agilizam a prática jornalística;
- Existe, por parte dos jornalistas, uma postura de conformismo e indolência diante do seu cenário de trabalho;
- O jornalismo móvel digital pode, sob a justificativa de inovação dada pelas diretorias das empresas, ocasionar uma precarização do trabalho do jornalista, com o aumento da carga de trabalho e de atribuições.

Durante os procedimentos de análise crítica e redação da dissertação, foram surgindo novos questionamentos os quais, devido ao tempo disponível e complexidade dos fenômenos, não puderam ser abarcados e respondidos pela presente pesquisa. Conjecturamos, pois, possíveis vertentes de desenvolvimento para aprofundar a investigação, tais como: a ampliação da *Cartografia da mobilidade jornalística* para outras áreas do jornalismo; o enquadramento dos âmbitos regional, nacional e até mesmo internacional através de cases em grande escala ao campo de mapeamento; a investigação acerca dos novos gêneros, formatos, modelos de negócio e produtos formulados através da produção multiplataforma; e o surgimento de um novo perfil profissional com condições de trabalho reconfiguradas, que nem sempre surge da formação na universidade. Todas essas capilaridades serão avaliadas posteriormente para futuras pesquisas paralelas.

Os comportamentos, atitudes e práticas que se convencionalizaram a partir da utilização de dispositivos móveis digitais na prática jornalística são, em alguns casos, postos pelas empresas de comunicação como uma “tendência” a nível mundial e acolhidos pelos jornalistas como impasse incontestável. Por essa razão, cabe aos pesquisadores da Comunicação a promoção do tensionamento, análise e crítica às questões que envolvem todo o ecossistema de reordenamentos pelos quais o jornalismo está passando nos últimos anos, de modo que sejam possíveis o oferecimento de possibilidades e o estímulo de reflexões por parte dos profissionais.

Os dispositivos móveis digitais, principalmente os *smartphones*, são tecnologias de trabalho fundamentais para a execução da atividade jornalística multiplataforma desenvolvida nas empresas pesquisadas, a Tribuna do Norte e o Novo, pois estão presentes na apuração, produção e distribuição dos conteúdos informativos. Portanto, são significativos o estudo e a problematização de seus impactos nas práticas sociais e na reconfiguração do jornalismo enquanto espaço profissional. É por essa razão que a construção deste trabalho foi desenvolvida com estímulo e desafio suficientes para reinventá-lo e ampliá-lo, de modo a incentivar um diálogo entre o mercado e a universidade para pensar coletivamente a profissão que será vivenciada pelos jornalistas pósteros.

REFERÊNCIAS

ACSELRAD, Henri (Org.). **Cartografias sociais e território**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano e Regional, 2008.

AGUADO, Juan Miguel. **De La quarta pantalla al medio líquido**: Concepciones divergentes sobre la integración del medio móvil en el ecosistema mediático. Disponível em: <<http://jornalismo-e-redesmoveis.ubi.pt/wp-content/uploads/2009/11/EL-MEDIO-L%C3%8DQUIDO.swf>>. Acesso em: 30 abr. 2016.

ALVES, Giovanni. **Trabalho e subjetividade**: o espírito do Toyotismo na era do capitalismo manipulatório. São Paulo: Boitempo, 2011.

AMARAL, Inês. Participação em rede: do utilizador ao “consumidor 2.0” e ao “prosumer”. **Revista Comunicação e Sociedade**, v. 22, p. 131–147, 2012. Disponível em: <<http://repositorio.ismt.pt/handle/123456789/91>>. Acesso em: 12 dez. 2017.

ANDRADE, Alice Oliveira de. **Jornalismo móvel**: o uso de *smartphones* no Novo Jornal. 2015. 92f. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Habilitação Jornalismo) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2015.

ANDRADE, A. O.; NOBRE, I. M. O jornalismo móvel digital como objeto de pesquisa em Comunicação. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO NORDESTE, 19., 2017, Fortaleza. **40 anos de memórias e histórias**. Fortaleza, 2017.

ANDRADE, Alice Oliveira de; SILVA, Ana Carmem do Nascimento; NOBRE, Itamar de Moraes. O uso de *smartphones* na fotografia jornalística em Natal (Rio Grande do Norte/Brasil). In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para Dispositivos Móveis**: Produção, Distribuição e Consumo. Covilhã: Livros LabCom, 2015. p. 179-198.

AZAMBUJA, Grace Kelly Bender. As tecnologias móveis de comunicação e as apropriações pelos “Repórteres de Ocasão”: novas dinâmicas emergentes nos espaços públicos. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32., 2009, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2009. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-2225-1.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2016.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD):** um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos. 2007. 331 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2007.

BARBOSA, Suzanna. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: CANAVILHAS, João. **Notícias e mobilidade:** o jornalismo, na era dos dispositivos móveis. Covilhã: Labcom/UBI, 2013a.

_____. **Jornalismo e tecnologias móveis.** Covilhã: Livros LabCom, 2013b.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar editora, 2001.

BOTELHO, Adriano. Do fordismo à produção flexível: a produção do espaço num contexto de mudança das estratégias de acumulação do capital. **Revista GEOUSP**, n. 10, p. 113-126, 2001. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/geousp/article/view/123609>>. Acesso em: 15 nov. 2017.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história Social da Mídia:** de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BÜSCHER, Monika; URRY, John; WITCHGER, Katian. **Mobile methods.** New York: Routledge, 2011.

CANAVILHAS, João. Webjornalismo: Da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Universidade da Beira Interior, Portugal, 2006. In: BARBOSA, Suzana (Org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração.** Covilhã: LivrosLabcom, 2006. p. 26-36.

CASTELLS, Manuel. **La era de la información:** Economía, sociedad y cultura. La sociedad em red. Madrid: Alianza, 1997.

_____. **A sociedade em rede.** São Paulo: Paz e Terra, 1999. v 1.

_____. **Redes de indignação e esperança:** movimentos sociais na era da Internet. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CASTELLS, Manuel et al. **Mobile communication and society**. Cambridge, MA: MIT Press, 2007.

COSTA, Edmilson. **Globalização e o Capitalismo Contemporâneo**. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2008.

CRAMPTON, Jeremy, KRYGIER, John. An introduction to critical cartography. **ACME: An International E--Journal for Critical Geographies**, v. 4, n. 1, p. 11-33, 2005. Disponível em: <<http://www.acme-journal.org/vol4/JWCJK.pdf>>. Acesso em: 29 jul. 2016.

DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006. p. 62-83.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2006.

EDO, Concha. El lenguaje y los géneros periodísticos en la narrativa digital. In: BARBOSA, Suzana. **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã: Livros Labcom, 2007. p. 7-23.

FERNANDES, Ana Maria Peixoto. **Selfie: a força comunicacional do autorretrato que as redes sociais reinventaram**. 2015. 77f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Braga, 2015. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/40845>>. Acesso em: 30 nov. 2017.

FIDALGO, António; CANAVILHAS, João. Todos os jornais no bolso: pensando na era do celular. In: RODRIGUES, Carla. **Jornalismo online: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio; Editora Sulina, 2009.

FÍGARO, Roseli. Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho. In: FÍGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da Comunicação/A Comunicação como objeto. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. p. 39-60.

GARCÍA CANCLINI, Nestor. **Leitores, espectadores e internautas**. São Paulo: Iluminuras, 2008.

GIACOMINI FILHO, Gino; SANTOS, Roberto Elísio dos. Convergências conceituais e teóricas entre comunicação e inovação. In: CAPRINO, Mônica Pegurer. **Comunicação e inovação: reflexões contemporâneas**. São Paulo: Paulus, 2008

GIDDENS, Anthony. **Sociologia**. 6. ed. Porto Alegre: Penso, 2012.

GOGGIN, Gerard. **Cell Phone Culture: mobile technology in everyday life**. New York: Routledge, 2006.

GUILHERME, Andrielle Cristina Moura Mendes. **Cartografia das mudanças e permanências do jornalismo em Natal (RN - Brasil)**. 2016. 167f. Dissertação (Mestrado em Estudos da Mídia) - Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia, Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, Natal, 2016.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa**. Tradução: Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003. 398p.

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Editora ALEPH, 2014.

JORGE, Thais de Mendonça; PEREIRA, Paulo Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo na Internet: desafios e perspectivas do trinômio formação/universidade/mercado. In: RODRIGUES, Carla. **Jornalismo online: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed.PUC-Rio; Editora Sulina, 2009.

KASTRUP, V. O funcionamento da atenção no trabalho do cartógrafo. **Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. 1, p. 15-22, 2007.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In: RODRIGUES, Carla (Org). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009. P. 57-74.

KOSSOY, Boris. **Fotografia & História**. 2. ed. São Paulo: Ateliê Editorial, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Eva Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LAS CASAS, Alexandre Luzzi (Org.). **Marketing Móvel: tendências e oportunidades no marketing eletrônico**. São Paulo: Saint Paul Editora, 2009.

LEMONS, André. Cibercultura e mobilidade: a era da conexão. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 28., Rio de Janeiro (RJ-Brasil), 2004. **Anais...** Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf> ->. Acesso em: 15 maio 2016.

_____. Comunicação e práticas sociais no espaço urbano: as características dos Dispositivos Híbridos Móveis de Conexão Multirredes (DHMCM). **Revista Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 4, n. 10, p. 23-40, jul. 2007. Disponível em: <<http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/DHMCM.pdf>>. Acesso em: 23 jul. 2017.

_____. Cultura da mobilidade. In: BEIGUELMAN, Giselle; LA FERLA, Jorge (Org.). **Nomadismos tecnológicos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011. p. 15-34.

LEVY, Pierre. **As tecnologias da Inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

_____. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LIPOVETSKY, G.; SERROY, J. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das letras, 2015.

MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos. Competências digitais dos profissionais de comunicação: confrontando demandas de mercado e experiências pedagógicas. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Org.). **O ensino do jornalismo em redes de alta velocidade**. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 61-83.

MARTIN, Chuck. **Mobile Marketing**: A terceira tela: como estar em contato com seus clientes através de *smartphones*, *tablets* e outros dispositivos móveis. São Paulo: M. Books do Brasil, 2013.

MARTINEZ, Adriana Garcia. A construção da notícia em tempo real. In FERRARI, Pollyana (Org.). **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

MARTINO, Luiz C. A Interdisciplinaridade e objeto de estudo da Comunicação. In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2014a. p.27-38.

_____. De qual Comunicação estamos falando? In: HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação**: conceitos, escolas e tendências. 14. ed. Petrópolis: Vozes, 2014b. p.11-25.

MARTINO, Luis Mauro Sa. **Teorias das Mídias Digitais**: linguagens, ambientes e redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

MENEZES, Eduardo Diatay B. Fundamentos sociológicos da comunicação. In: SÁ, A. **Fundamentos científicos da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 1973.

NÉVEU, Erik. **Sociologie du Journalisme**. Paris: La Découverte, 2001.

NOBRE, Itamar de Moraes. **Revelando os modos de vida da Ponta do Tubarão**: a fotcartografia sociocultural como uma proposta metodológica. Natal, RN: EDUFRN, 2011.

PAVLIK, John V. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João. (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Labcom, 2014.

PEREIRA, Fábio Henrique; ADGHIRNI, Zélia Leal. O jornalismo em tempo de mudanças estruturais. **Intexto**, Porto Alegre: UFRGS, v. 1, n. 24, p. 38-57, jan./jun. 2011. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12443/1/ARTIGO_JornalismoTempoMudancas.pdf>. Acesso em: 25 out. 2015.

PEREIRA, Fábio Henrique. O 'JornalistaSentado' e a Produção da Notícia on-line no CorreioWeb. **Em Questão**, Porto Alegre, v. 10, n. 1, p. 95-108, jan./jun, 2004. Disponível em: <http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/12503/1/ARTIGO_JornalistaSentadoProducao.pdf>. Acesso em: 23 dez. 2017.

QUINN, Stephen. **MOJO: Mobile Journalism in the Asian region**. Singapore: Konrad-Adenauer-Stiftung, 2012.

_____. Jornalismo Móvel: a última evolução na captação de notícias. **Revista Parágrafo**, v. 2, n. 2, p. 80-97, 2014. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/235/264>>. Acesso em: 10 jul. 2017.

REESE, S. Journalism and Globalization. **Sociology Compass**, Texas, v. 4, i. 6, p. 344-353, jun. 2010.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RENAULT, David. A convergência tecnológica e novo jornalista. **Brazilian Journalism Research**, v. 9, n. 2, p.30-49, 2013. Disponível em: <<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/575>>. Acesso em: 1 jan. 2017.

RODRIGUES, Carla. Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In: RODRIGUES, Carla (Org.). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009. p. 13-33.

ROLNIK, Suely. **Cartografia Sentimental: transformações contemporâneas do desejo**. São Paulo: Editora Estação Liberdade, 1989.

SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014.

SALAVERRÍA, Ramon; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado**. Convergencia de médios y reorganización de redacciones. Barcelona: Editorial Sol90, 2008.

SALAVERRÍA, Ramón; GARCÍA AVILÉS, José; MASIP, Pere. Concepto de Convergencia Periodística. In: GARCÍA, Xosé López; FARINÁ, Xosé Pereira. **Convergencia Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010, p. 41-64.

SANTAELLA, Lucia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. A ecologia pluralista das mídias locativas. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 37, p. 20-24, 2008. Disponível em:
<<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/%20viewFile/4795/3599>>. Acesso em: 2 ago. 2017.

_____. As ambivalências das mídias móveis e locativas. In: BEIGUELMAN, Giselle; LA FERLA, Jorge (Org.). **Nomadismos tecnológicos**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2011. p.133-149.

SANTOS, Boaventura de Sousa (Org.). **A Globalização e as Ciências Sociais**. 3. ed. São Paulo: Cortez, 2002.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Um discurso sobre as ciências**. 5. ed. São Paulo: Cortez, 2008.

_____. **A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência**. 8. ed. São Paulo: Cortez, 2011.

SANTOS, Boaventura de Sousa. **Renovar a teoria crítica e reinventar a emancipação social**. São Paulo: Boitempo, 2007.

SANTOS, Boaventura de Sousa; MENESES, Maria Paula (Org.). **Epistemologia do Sul**. São Paulo: Cortez, 2010.

SANTOS, Milton. **Por uma outra Globalização: do pensamento único à consciência universal**. 6. ed. Rio de Janeiro: Editora Record, 2001.

SATUF, Ivan. Jornalismo móvel: da prática à investigação acadêmica. In: CANAVILHAS, João; SATUF, Ivan (Org.). **Jornalismo para Dispositivos Móveis: Produção, Distribuição e Consumo**. Covilhã: Livros LabCom, 2015.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones: elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva**. Barcelona: Gedisa, 2008.

SEN, Amartya. Dez teses sobre a globalização. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 9 set. 2001. Caderno Mais. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mais/fs0909200106.htm>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. 2013. 408 f. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade Federal da Bahia – UFBA, Salvador, 2013.

_____. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015.

_____. **Transmutações no Jornalismo**. Campina Grande: EDUEPB, 2016.

SILVA, Ana Carmem do Nascimento. **Um estudo social de imagens: Significados e pluridiversidade na obra de Mário Vitória**. 2017. 195f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) - Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais, Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, Natal, 2017.

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

SINGER, Paul. Globalização e o Brasil no fim do segundo milênio. **Teoria e Debate**, São Paulo, n. 44, abr./jun. 2000.

SOARES, Luciano de Sampaio. **Do Autorretrato ao Selfie: um breve histórico da fotografia de si mesmo**. Disponível em: <https://www.academia.edu/6459751/Do_Autorretrato_ao_Selfie_uma_breve_hist%C3%B3ria_da_fotografia_de_si_mesmo>. Acesso em: 5 dez. 2017.

SODRÉ, Muniz. **Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede**. Petrópolis: Vozes, 2002.

_____. **A ciência do comum:** notas para o método comunicacional. Petrópolis: Vozes, 2014.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos do jornalismo impresso.** Porto: Labcom, 2001.

_____. **Fotojornalismo:** uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. 2012. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf>>. Acesso em: 27 nov. 2017.

SPRADLEY, James. **The ethnographic interview.** California: Wadsworth, 1979.

STUMPF, Ilda Regina C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2006. p. 51-61.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade:** uma teoria social da mídia. 11. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas.** São Paulo: Summus, 1993.

URRY, John. **Mobilities.** Cambridge: Polity: 2007.

WHITE, D. M. O gatekeeper: uma análise de caso na seleção de notícias. In: TRAQUINA, N. (Org.). **Jornalismo:** questões, teorias e estórias. Lisboa: Veja. 1993. p. 142-151.

APÊNDICES

Roteiro 1 – As práticas do jornalismo móvel em Natal (geral)

Pesquisadora: Alice Andrade (Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia – PpgEM/UFRN)

Este roteiro de entrevistas foi desenvolvido para fins exclusivamente acadêmicos com o objetivo de contribuir para os estudos acerca do jornalismo móvel a nível local. Nenhuma resposta será identificada e os dados coletados não serão compartilhados entre as outras equipes ou chefia do veículo de comunicação.

PARTE I – PERFIL DO PROFISSIONAL

(Preenchimento da pesquisadora, respostas gravadas em áudio)

1 – Nome completo: 2 – Idade: _____

3 – Gênero:

a) Feminino

b) Masculino

c) Outro: _____

4 - Cargo/função que ocupa na redação?

5 – Grau de instrução

() Ensino Fundamental

() Ensino Médio

() Ensino Superior

() Ensino Técnico

() Especialização

() Mestrado

() Doutorado

() Pós-Doutorado

6 – No caso de ter ou estar em um curso de Ensino Superior, qual é a área de graduação?

7 – No caso de ter ou estar em um curso de Ensino Superior, qual é o tipo da instituição?

8 – Quais são as principais responsabilidades que você tem na sua rotina profissional?

- Produzir textos para plataforma impressa
 - Produzir textos para plataforma virtual
 - Fazer fotografias
 - Gravar vídeos
 - Gerenciar redes sociais
 - Editar textos jornalísticos
 - Elaboração e escolha de pautas
 - Criação de material gráfico
 - Publicação de textos no site
 - Edição de vídeos
 - Reportagem de vídeo/transmissão ao vivo
 - Outras:
-

9 – Qual é sua carga-horária de trabalho na redação?

PARTE II – O USO DE SMARTPHONES
--

10 – Você utiliza *smartphone* para trabalhar?

11 – O aparelho é próprio ou pertence ao jornal?

12 – Em quais atividades você utiliza seu *smartphone* na rotina de produção?

12 – Em qual ocasião você acha que usar um *smartphone* na rotina profissional é mais importante?

13 – Qual/quais modelo(s) de *smartphone* você utiliza para trabalhar?

14 – Para desempenho da sua função na redação, em qual nível de importância você classifica o *smartphone*?

Roteiro 2 – As práticas do jornalismo móvel em Natal (específico)

Pesquisadora: Alice Andrade (Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia – PpgEM/UFRN)

Este roteiro de entrevistas foi desenvolvido para fins exclusivamente acadêmicos com o objetivo de contribuir para os estudos acerca do jornalismo móvel a nível local. Nenhuma resposta será identificada e os dados coletados não serão compartilhados entre as outras equipes ou chefia do veículo de comunicação.

Por se tratar de uma entrevista semiaberta, outras questões poderão ser acrescentadas ao longo da entrevista.

OS IMPACTOS DO JORNALISMO MÓVEL NA ROTINA DE PRODUÇÃO

- 01 – Você considera que houve transformações no modo como o jornalismo é feito na última década?**
- 02 - Nos últimos anos, em sua percepção, quais foram as mudanças mais relevantes em suas rotinas de produção?**
- 03 - As novas tecnologias e plataformas de distribuição de conteúdo modificaram a sua rotina de trabalho?**
- 04 - A partir do momento em que você tem em mãos uma ferramenta multifuncional, o acúmulo de funções passou a ser mais frequente ou não?**
- 05 – Você considera esse acúmulo algo positivo ou negativo para suas condições de trabalho?**
- 06 - Seria a multitarefa, em sua perspectiva, um tipo de exploração?**
- 07 - Em sua opinião, suas condições de trabalho atualmente são satisfatórias?**
- 08 - Você já marcou ou realizou entrevistas através de redes sociais na Internet?**
- 09 – Já consultou a Internet antes de escrever uma matéria? Com qual frequência?**
- 10 - Você teve, em sua formação acadêmica, uma base de reflexão e prática sobre o jornalismo móvel e/ou sobre as condições de trabalho do jornalismo na atualidade?**
- 11 - O *smartphone* é uma ferramenta essencial ou dispensável na execução do seu trabalho?**