



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

CRISTIANE LARISSA FERNANDES MELO

**JORNALISMO MÓVEL NA ROTINA DE TRABALHO DOS REPÓRTERES DA TV
PARAÍBA**

JOÃO PESSOA
Fevereiro/ 2020

CRISTIANE LARISSA FERNANDES MELO

**JORNALISMO MÓVEL NA ROTINA DE TRABALHO DOS REPÓRTERES DA TV
PARAÍBA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo, área de concentração em “Produção Jornalística”, linha de pesquisa “Processos, Práticas e Produtos”

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

João Pessoa
Fevereiro/2020

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

M528j Melo, Cristiane Larissa Fernandes.
Jornalismo Móvel na Rotina de Trabalho dos Repórteres
da TV Paraíba / Cristiane Larissa Fernandes Melo. -
João Pessoa, 2020.
99 f. : il.

Orientação: Fernando Firmino da Silva.
Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo Móvel, Telejornalismo, TV Paraíba. 2.
Smartphone, stand up selfie. I. Silva, Fernando Firmino
da. II. Título.

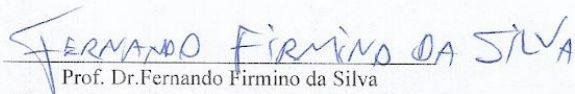
UFPB/BC

CRISTIANE LARISSA FERNANDES MELO

**JORNALISMO MÓVEL NA ROTINA DE TRABALHO DOS REPÓRTERES DA TV
PARAÍBA**

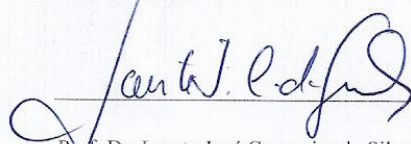
Aprovada em: 03/02/2020

Banca examinadora:


Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

(Orientador - Universidade Federal da Paraíba)

Prof. Dra. Fabiana Cardoso de Siqueira
(Examinadora Interna - Universidade Federal da Paraíba)



Prof. Dr. Laerte José Cerqueira da Silva
(Examinador Externo - Universidade Federal da Paraíba)

João Pessoa
Fevereiro/ 2020

*Aos meus anjos, Mainha, Juninho e Mariana.
Por acreditarem nos meu sonhos, me encorajar e me inspirar a vencer!*

AGRADECIMENTOS

Entre o começo e o fim desta pesquisa há uma história que estas páginas não contam, há personagens que não aparecem nestas linhas, há uma vitória silenciosa de quem acreditou, persistiu, por vezes desanimou, mas perseverou e alcançou.

Acima de tudo quero agradecer a Deus, autor da vida, que guia os meus caminhos e me deu força e sabedoria para dar vida aos meus projetos.

Gratidão especial a minha mãe, exemplo de fé e força. Ela que se formou aos 50 anos e transformou as nossas vidas a partir da educação. Me ensinou que o conhecimento tem o poder de nos levar longe e que é preciso determinação para se chegar onde quer. Obrigada por toda luta por mim. Sua filha agora é mestra!

Obrigada ao meu companheiro de vida, de lutas, Juninho Araújo, que sempre sonhou meus sonhos, apoiou e acreditou em mim até mesmo quando eu desacreditei da minha capacidade. Você me vê maior do que eu sou e isso me ajuda a crescer.

Mil louvores a minha filha Mariana, luz da minha vida, que chegou na hora certa e me fez entender os caminhos. Ela que foi a minha companhia nos estudos, desde a barriga até chegar a esse mundo e iluminar tudo. O seu sorriso me trouxe a leveza que eu precisava nos momentos em que a vida pesou. É para você e por você que eu sigo em frente!

À minha irmã Adriana, meu cunhado Flávio e os meus sobrinhos João Emanuel e Isabela, que me dão força e me motivam a seguir. A minha luta também é por vocês!

Um agradecimento especial a minha amiga/irmã, Rackel Cardoso, que me encorajou a ir além, ouviu as minhas lamentações e trouxe a palavra certa na hora exata.

Gratidão também a minha amiga Ana Sousa. Ela me incentivou e me inspirou com sua dedicação a academia. Nesta pesquisa há muito dela. Foi uma ajuda incrível com textos, imagens e a visão de quem entende de jornalismo. Mil vezes obrigada!

Essa pesquisa não seria possível sem a colaboração dos amigos que fiz na TV Paraíba. Agradeço, de coração, a cada um que de alguma maneira contribuiu para a realização desse sonho. Em especial, Siqueira, Felipe, Sandra, Marcos, Laisa, Waléria, Artur, Rafaela, pela colaboração na pesquisa, oferecendo informações, dados e experiências valiosas para esse

estudo. E a Beto Silva, incentivador e motivador, que de longe sei que sempre está na torcida por mim.

Ao meu orientador Fernando Firmino, que me abriu caminhos quando eu não sabia por onde seguir na pesquisa e me ensinou tanto...cresci muito lendo seus estudos, ouvindo as suas explicações. Que honra a minha tê-lo como orientador! Você me motiva a seguir o caminho da docência!

Gratidão aos colegas do Programa de Pós Graduação em Jornalismo por todo apoio e pelas boas conversas entre um lanche e outro nos intervalos das aulas.

Agradeço também aos professores da banca examinadora que tanto me ajudaram com os apontamentos necessários para seguir com esta pesquisa.

A verdade é que nessa caminhada tanta gente me ajudou com um incentivo, uma palavra, uma torcida. Seria impossível citar todos por aqui. Minha gratidão a quem esteve comigo em qualquer parte do caminho.

Obrigada a vida por tudo que me trouxe!

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	11
2	TV CONVERGENTE E AS NOVAS ROTINAS PRODUTIVAS	19
2.1	TELEJORNALISMO EM TRANSFORMAÇÃO	19
2.2	CONVERGÊNCIA JORNALÍSTICA	22
2.3	CONTEÚDO EM MULTIMIDIALIDADE	29
3	JORNALISMO EM MOBILIDADE	35
3.1	A INTERNET	35
3.2	O <i>SMARTPHONE</i>	38
3.3	MOBILIDADE	49
3.4	JORNALISMO MÓVEL	42
3.5	REPÓRTERES <i>MOJOS</i>	45
3.6	NOVAS ROTINAS PRODUTIVAS DOS REPÓRTERES DE TV	46
4	ANÁLISE DA NOTÍCIA EM MOBILIDADE NA TV PARAÍBA	51
4.1	DESENHO DA PESQUISA E MÉTODOS	51
4.2	A TV PARAÍBA	54
4.3	EXPERIÊNCIAS DO JORNALISMO MÓVEL NA TV PARAÍBA	57
4.4	SÉRIE PELAS LENTES DO CELULAR	75
	CONCLUSÕES	87
	REFERÊNCIAS	90
	APÊNDICES	95

RESUMO

A pesquisa objetiva compreender como a incorporação das tecnologias móveis na produção dos telejornais reconfigurou a prática jornalística nas redações de TV e também no trabalho das equipes de rua, de campo. Parte-se dos conceitos de jornalismo móvel e convergência jornalística. A investigação foca no estudo de caso da TV Paraíba sobre novas rotinas de trabalho e diferentes atribuições ao dia a dia do repórter de TV com a inserção de equipamentos móveis como *smartphones* na rotina destes profissionais. Busca-se compreender como a produção da notícia e a rotina dos repórteres foram alteradas a partir da inserção do *smartphone* na produção de conteúdo para os telejornais da TV Paraíba, afiliada da Rede Globo na cidade de Campina Grande, na Paraíba. A metodologia envolve pesquisa bibliográfica, entrevistas semi-estruturadas e ficha de observação das produções. Os resultados mostram que com a inserção dos *smartphones* na produção jornalística surge um novo modelo de produção mais ágil e dinâmica. Criou-se um novo formato de notícia, o *stand up selfie*, que é um *stand up* gravado pelo próprio repórter usando o celular. E a rotina desses profissionais também foi alterada. Eles agora precisam lidar com uma realidade onde o repórter precisa adquirir novas habilidades e acumular várias funções para atender a esse modelo de produção móvel.

Palavras-chaves: Jornalismo Móvel, Telejornalismo, TV Paraíba, *Smartphone*, *Stand up selfie*

ABSTRACT:

The research aims to understand how the incorporation of mobile technologies in the production of newscasts reconfigured journalistic practice in TV newsrooms and also in the work of street and field teams. It starts from the concepts of mobile journalism and journalistic convergence. The investigation focuses on the case study of TV Paraíba about new work routines and different attributions to the daily life of the TV reporter with the insertion of mobile equipment such as smartphones in the routine of these professionals. We seek to understand how the production of news and the routine of reporters were changed from the insertion of the smartphone in the production of content for TV Paraíba news programs, affiliated with Globo network in Campina Grande, in Paraíba. The methodology involves bibliographic research, semi-structured interviews and observation form of the productions. The results show that with the insertion of smartphones in journalistic production, a new, more agile and dynamic production model emerges. A new news format was created, the *stand up selfie*, which is a *stand up* recorded by the reporter himself using his mobile phone. And the routine of these professionals has also changed, they now have to deal with a reality where the reporter needs to acquire new skills and accumulate various roles to meet this mobile production model.

Key-Words: Mobile Journalism, Telejournalism, TV Paraíba, *Smartphone*, *Stand up selfie*

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 – Crescimento da internet no Brasil.....	36
Figura 2 – Conexão através do celular	37
Figura 3 – Sede da TV Paraíba localizada em Campina Grande	55
Figura 4 – Repórter Laisa Grisi e o cinegrafista Damião Tomé	58
Figura 5 – LiveU (equipamento de transmissão móvel)	60
Figura 6 – Esquemas de apuração	62
Figura 7 – Aspectos do <i>stand up</i> tradicional e do <i>stand up selfie</i>	66
Figura 8 – Repórter Rafaela Gomes	67
Figura 9 – Repórter Sandra Paula	69
Figura 10 – Print da conversa entre editora e repórter via whatsapp	74
Figura 11 – Médico Uirá Coury, personagem da reportagem	77
Figura 12 – Repórter Felipe Valentim	
78 Figura 13 – Repórter Marcos Vasconcelos, Cinegrafista Hoberdan Dias e a cordelista Anne Karolynne	79
Figura 14 – Repórter Felipe Valentim, Editor de imagem André Almeida, Editora de Texto: Ana Sousa	80
Figura 15 – Apresentador Carlos Siqueira e o editor de imagem Rodrigo Rodrigues	82
Figura 16 – Print do aplicativo do <i>teleprompter</i>	83
Figura 17 – Atividade do Repórter Tradicional X Repórter em Mobilidade	85

INTRODUÇÃO

Considerada um invento da modernidade, a televisão é um dos meios que está inserido na revolução da Comunicação mundial. Através da transmissão de sons e imagens, a notícia pôde ser divulgada quase de forma síncrona como o rádio, o que veio ao ocorrer depois com as transmissões ao vivo. No decorrer das décadas, a chegada das novas tecnologias provocou grande impacto na produção jornalística televisiva como do videoteipe aos *smartphones*.

Acompanhamos nos últimos tempos a explosão das tecnologias digitais e o crescimento no uso dos dispositivos móveis no Brasil e no mundo, e isso modificou os hábitos de consumo da notícia e provocou impacto direto na produção jornalística dentro das redações de TV e nas reportagens de campo com as unidades móveis e com o aparato portátil.

Diante do contexto de avanço tecnológico, as empresas passaram por um processo de reestruturação, de modernização dos equipamentos. Especialmente durante o período de transição da TV analógica para o digital, que teve todo o sistema de captação de imagens, edição e transmissão de vídeo modificado dentro de uma nova perspectiva de transmissão, que tornasse possível uma comunicação convergente e própria para dispositivos móveis e com qualidade de imagens, além de novas condições de produção para os repórteres e cinegrafistas a partir do campo com o *mochilink*¹ e o *smartphone* integrados ao dia a dia desses profissionais.

Mas as transformações não se limitam apenas a inserção de equipamentos modernos para a recepção em alta qualidade de resolução. Trata-se de um processo de mudança no modo de pensar e produzir o jornalismo, e isso passa, necessariamente, pela rotina de trabalho dos profissionais da área (TRAVANCAS, 2010). Em tempos de reconfiguração do jornalismo, o que chama a atenção é o processo de convergência vivido dentro das organizações jornalísticas em relação ao aspecto de multiplataforma, marcada pela multimídia e a transversalidade do conteúdo entre os meios comunicativos, como explica Jenkins.

¹ Equipamento móvel de transmissão ao vivo através de redes 3G, 4G, 5G e *wi-fi*

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam. (JENKINS, 2009, p.29).

Pode-se dizer que as tecnologias móveis passaram a fazer parte do processo de produção e transmissão do conteúdo, desde a elaboração da pauta até a exibição da reportagem nos telejornais, de modo que esta conjuntura impactou significativamente no dia a dia dos profissionais da comunicação, como afirma Piccinin (2009, p. 155): “É notório que o avanço da tecnologia traz impactos consideráveis nas rotinas jornalísticas e cada vez mais associa ao próprio conceito de notícia um sentido de velocidade e de atualização contínua”.

Para atender às necessidades de um público cada vez mais midiaticizado, a televisão se reorganiza, com a inserção de novos suportes físicos para a produção de notícia, lançando novas técnicas e relações profissionais, tomando por base a convergência tecnológica, uma interação da TV com outras mídias, a exemplo da internet.

À sombra dos aspectos de convergência, a TV se apropria das chamadas novas tecnologias para integrar um conjunto de suportes produtivos que permitem condições de mobilidade (URRY, 2007). O repórter pode dar a notícia de onde estiver, com um equipamento que possibilite a captação e transmissão desse material através das redes digitais, quebrando fronteiras de espaço-temporal, com um aparato tecnológico que possibilita às equipes de TV a transmissão de conteúdo até mesmo de lugares mais distantes, dando agilidade à produção jornalística.

O jornalismo, portanto, integra a rotina de trabalho equipamentos cada vez menores e móveis, como *notebooks*, *smartphones* e passa a se utilizar de conexões sem fio como *wi-fi* e 4G para dinamizar o modo de fazer e distribuir a notícia (SILVA, 2013). Por dispositivos móveis, Aguado e Castellet (2013, p.27) entendem que é “todo aquele dispositivo dotado de conectividade ubíqua e concebido desde e para a portabilidade cotidiana”.

Em meio às mudanças que surgiram a partir do impacto da tecnologia no fazer jornalístico das TVs, torna-se necessário analisar como a inserção das tecnologias móveis na rotina produtiva do jornalismo está impactando a produção de conteúdo das equipes da TV

Paraíba, afiliada da Rede Globo em Campina Grande, Paraíba, que vem se utilizando dessa infraestrutura para o trabalho jornalístico da equipe.

A integração dos *smartphones* na produção de reportagens abriu um leque de possibilidades de apuração e produção de conteúdo, e passou a ser instrumento fundamental dentro dessa nova dinâmica móvel do jornalismo. Esses equipamentos agora acompanham o repórter na rotina de rua e servem como instrumento de captação de imagens complementares a reportagem, ou até mesmo, como único recurso de imagem disponível para fechar o VT. Além de terem se tornado principal meio de comunicação entre o repórter e a redação no dia a dia.

No caso dos repórteres da TV Paraíba, a adoção de meios portáteis, sem cabos, fios, e que possibilitam uma comunicação móvel, foi feita de forma gradual. Primeiro com a chegada do *mochilink*, um equipamento de transmissão ao vivo que cabe dentro de uma mochila e pode ser usado pela própria equipe para fazer entradas ao vivo utilizando uma rede *wi-fi* ou a conexão de dados. O *mochilink* é um aparelho portátil, geralmente utilizado pelo cinegrafista ou auxiliar para realizar a transmissão em tempo real para os telejornais sem a necessidade das unidades móveis (carros com equipamentos e antena de transmissão via satélite ou microondas). Neste caso, a transmissão é feita através da internet, utilizando uma rede *wi-fi* ou *4G* por meio dos *modems* de operadoras de telefonia móvel. O equipamento é responsável pela captura de áudio e imagens pela internet e envio imediato para transmissão ao vivo da emissora.

Depois, com a modernização dos aparelhos celulares que passaram a apresentar ferramentas de captação de som e imagem *full HD*, além da inserção de aplicativos que possibilitam envio do material, surge para os repórteres uma nova ferramenta para se utilizar na rua. Os *smartphones* foram sendo integrados à rotina de trabalho desses profissionais ao passo que eles percebiam a sua utilidade no trabalho diário.

Os aplicativos de mensagens se tornaram espaços de discussão de pautas, apuração de conteúdo e envio de vídeos, áudios e textos necessários para o fechamento do trabalho de rua. O aplicativo *Whatsapp* foi integrado pelo grupo de profissionais e se tornou um suporte na apuração de conteúdo. O *Whatsapp* passa a ser utilizado como meio de contato direto com o

telespectador, que pode enviar sugestões de pautas, fotos e vídeos de fatos onde o jornalista não está naquele momento. Ele também possibilitou uma nova forma de comunicação entre produtor e repórter, que utilizam agora o aplicativo como meio de distribuição e discussão de pauta. É através de mensagens que boa parte das reportagens são pensadas. É lá onde são tomadas decisões importantes quanto ao que vai ao ar no telejornal.

A inovação também veio através do uso do celular na elaboração do conteúdo dos telejornais. A notícia passou a ser dada através das lentes dos *smartphones*. Reportagens, *standu ps*² gravados em celulares integram agora o espelho dos telejornais da TV Paraíba.

A TV Paraíba é uma empresa, afiliada da rede Globo, que compõe a Rede Paraíba de Comunicação, e junto com a TV Cabo Branco retransmite o sinal da Globo para todo estado da Paraíba, além de apresentar uma grade de programação local com os telejornais Bom Dia Paraíba, JPB1, JPB2 e os programas Globo Esporte, Paraíba Notícia e Paraíba Comunidade. Após demissões e reformulações em junho de 2019, a TV Paraíba não tem mais produção local para o JPB1 e Globo Esporte. Os programas são transmitidos diretamente da TV Cabo Branco de João Pessoa com inserções pontuais de reportagens de Campina Grande. O JPB2 continua com produção local.

Diante desse contexto da prática jornalística reconfigurada através dos dispositivos móveis, nos interessa observar as mudanças nas rotinas produtivas a partir do que foi produzido com *smartphones*, *mochilink* e outras iniciativas e nos modos de elaboração dos conteúdos noticiosos com a integração das tecnologias móveis ao dia a dia do repórter. Observando, em primeiro lugar, o formato aplicado a notícia que é transmitida na tela da TV através do celular, o modelo adotado pelo repórter para dar a notícia em mobilidade, tais como enquadramento pensado para a gravação, posicionamento diante da câmera, a forma como o repórter se comporta ao dar a notícia produzida através de uma mídia móvel e transmitida em TV, além da linguagem adotada pelo profissional para narrar o fato.

Nossa questão norteadora de pesquisa desdobra-se para: De que modo o uso de tecnologias móveis afetam a produção do telejornalismo da TV Paraíba e quais os desdobramentos para o contexto de mobilidade dos repórteres?

² Gravação feita pelo repórter para dar a notícia onde apenas ele aparece narrando o fato

Para atender às questões propostas, esta pesquisa analisou o uso das tecnologias móveis na produção e distribuição de vídeos jornalísticos das equipes de reportagem da TV Paraíba, com foco nos seguintes pontos:

1. Verificar de que forma as equipes em estudo usam *smartphone* e conexões sem fio na produção da notícia para a TV.
2. Caracterizar os aspectos do efeito do uso das tecnologias digitais portáteis na prática jornalística no contexto do jornalismo móvel da TV Paraíba.
3. Apontar as dificuldades na infraestrutura utilizada pelos repórteres na produção jornalística móvel.
4. Avaliar as mudanças na rotina jornalística a partir da reformulação da prática de trabalho com a inserção das tecnologias móveis.

Analisamos, portanto, a rotina produtiva dessas equipes, sob o ponto de vista do uso das tecnologias móveis na produção jornalística. Buscamos compreender como se deu a adoção de celulares na elaboração do conteúdo na rua, como é possível integrar esse aparelho no trabalho do repórter, quais os critérios para o uso do celular nas reportagens, o que mudou a partir da aplicação dessa tecnologia na rotina de trabalho e se a adoção das mídias móveis na produção de TV atendeu às demandas a que se propõe no jornalismo tais como agilidade e instantaneidade.

Por outro lado, foi necessário observar também os desafios e as limitações para a implantação das tecnologias móveis no dia a dia dos repórteres. A eficiência dos aparelhos celulares na captação de áudio e imagens, as possíveis limitações técnicas para envio do material para a edição, tendo em vista que é necessária uma boa rede de internet para que isto aconteça e que há limitações de conexão 3G, 4G e até *wi-fi*, em parte da área de cobertura dessas equipes.

A proposta deste estudo foi investigar a nossa hipótese de que a aplicação do *smartphone* na produção de rua criou um novo formato de reportagem com características próprias do ponto de vista técnico e discursivo no telejornalismo.

Defendemos a tese de que a inserção do celular na rotina dos repórteres de TV proporcionou o surgimento de um novo formato de notícia telejornalística ao qual denominamos de *stand up selfie*. Um formato de notícia onde o repórter elabora o conteúdo em vídeo utilizando a câmera do celular. Sozinho e de forma móvel ele dá a notícia se utilizando ou não de recursos específicos para auxiliar na captação de imagem e áudio do *smartphone*, inaugurando assim uma nova forma de comunicação áudio visual com características de produção e elaboração próprias, fazendo uso de linguagem específica e instrumentos técnicos inerentes a um modelo próprio do telejornalismo móvel.

Julgamos importante destacar que a aplicação desse método de trabalho, baseado na utilização de equipamentos portáteis na produção das reportagens, reconfigurou a atividade jornalística nas redações e no trabalho de rua das equipes, e ao mesmo tempo abriu um desafio ao profissional da área, que se viu diante de uma tecnologia nova, com uma infinidade de recursos e desconhecido para muitos desses profissionais. Isso nos levou a pensar como se deu a adoção dessa tecnologia sob a ótica do repórter e discutir as condições de trabalho desse profissional adaptado a essa nova rotina de produção multiplataforma. Saber se existe uma identificação do repórter com essa tecnologia portátil, se há habilidades no manuseio de *smartphones* e na utilização desses aparelhos nas reportagens, se recebeu algum treinamento ou orientação sobre a estrutura da notícia produzida através do celular. Por outro lado, julgamos importante também observar em que condições a informação é concebida de forma móvel, quais os critérios para que essa notícia seja produzida através do celular e quais as condições tecnológicas (tipos de equipamentos de captação de áudio e imagem) oferecidas nesse sistema.

Coube a esta pesquisa fazer uma análise do material produzido para a TV Paraíba através de *smartphones*, visando a compreensão desse novo formato de reportagem multimídia concebida na tela de um celular, editada nos moldes de TV para ir ao ar em um telejornal. Observando se essas coberturas jornalísticas móveis atendem aos critérios de agilidade, dinamicidade e instantaneidade propostos para estes meios.

A inquietação para esta pesquisa surgiu junto com o processo de adoção da TV Paraíba a esta técnica de produção jornalística móvel. O que primeiro nos chamou a atenção foi o uso

dos “*mochillinks*” nas entradas “ao vivo” através da internet, com transmissão por meio de uma rede 4G ou *wi-fi*. Depois, o recurso do celular para produzir conteúdo para o telejornal nos chamou a atenção para esse novo momento da comunicação. O uso do dispositivo *smartphone* na captação de imagens para as reportagens ou na gravação de *stand ups*, em circunstâncias onde o tempo não permitiria o envio do conteúdo produzido nos modos tradicionais (gravado em disco através da câmera) até a redação dava indícios de que se estabelecia um novo modo comunicativo que precisava ser estudado.

A experiência vivida à frente de uma das equipes de reportagens desta emissora e a vivência prática do uso desses métodos móveis de produção de conteúdo nos motivou a analisar o impacto das tecnologias móveis na produção jornalística da TV Paraíba e as transformações provocadas por essa prática no conteúdo exibido nos telejornais da emissora. Essas transformações ocorrem dentro de um contexto de convergência que o jornalismo tem vivenciado a partir do desenvolvimento tecnológico, especialmente das mídias móveis. É, portanto, nesse contexto que pretendemos direcionar a pesquisa, buscando o entendimento das teorias que envolvem os conceitos de mobilidade e convergência, para embasar a análise da aplicação da metodologia móvel na rotina jornalística de TV.

Dividimos esse estudo em três capítulos. No primeiro capítulo apresentamos uma abordagem sobre convergência midiática e as mudanças no cenário do jornalismo que com a chegada da internet e a integração das mídias se vê diante de uma crise no modelo tradicional, passando por profundas mudanças em todas as esferas, seja empresarial, profissional, editorial, Isso afeta o modelo de negócio e também a rotina profissional e também o modo de trabalho. O telejornalismo, por tanto, é afetado por essas mudanças, especialmente, após a inserção do modelo digital, onde as empresas passaram a investir em tecnologias que favorecem uma comunicação ágil e dinâmica, e isso passa necessariamente pela integração das novas mídias a rotina de trabalho e a uma profunda mudança no conteúdo produzido e na maneira de se fazer jornalismo. Essa transformação fica evidente com o processo de integração das redações e com a reconfiguração da atividade do profissional que agora é multiplataforma e atende a diversas mídias ao mesmo tempo. Para compreender a dinâmica da convergência no jornalismo nos apoiamos nas pesquisas de Jenkins (2009), Barbosa (2009),

Salaverría, García Avilés e Masip (2010), entre outras teorias que nos auxiliaram na compreensão do fenômeno da convergência midiática.

Nos segundo capítulo trazemos um apanhado sobre as teorias de mobilidade, jornalismo móvel e buscamos entender a dinâmica da produção jornalística dentro desse contexto móvel. Primeiro buscamos compreender o contexto da chegada das mídias móveis, com o surgimento da internet e a popularização dos aparelhos portáteis, especialmente os *smartphones*. Depois discutimos conceitos de mobilidade a partir dos estudos de Balbim (2017), Urry (2018) e Lemos (2009), tratando as questões impostas por ele sobre a “Cultura da Mobilidade”. Por fim, chegamos a uma compreensão do que é o jornalismo móvel e as fases vivenciadas a partir da inserção das tecnologias portáteis ao trabalho e as mudanças na rotina dos profissionais da área com a inserção dos equipamentos móveis no dia a dia.

Dentro desse contexto, analisamos as rotinas produtivas dos repórteres de TV observando a nova prática “*Mojo*” (*Mobile Journalism*), baseada na relação do jornalista com a tecnologia móvel. E para explicar as experiências dos repórteres com equipamentos móveis (*smartphones, mochilinkis, tablets*) recorreremos às pesquisas de Silva (2007, 2008).

O terceiro capítulo compreende a análise do material coletado nesta pesquisa, passando primeiramente por uma contextualização histórica do objeto de pesquisa, compreendemos o contexto em que o jornalismo móvel foi adotado na TV Paraíba. Depois partimos para os resultados da observação dos vídeos colhidos e a análise das entrevistas realizadas com repórteres e editores. Entendemos aqui como se dá a inserção do *smartphone* na rotina jornalística da TV Paraíba, as questões técnicas que envolvem esse tipo de produção, as mudanças na produção do telejornalismo da emissora e as transformações na rotina de trabalho dos repórteres que passaram a adotar uma nova postura para atender às novas condições do jornalismo em mobilidade.

CAPÍTULO 2

TV CONVERGENTE E AS NOVAS ROTINAS PRODUTIVAS

2.1 Telejornalismo em transformação

O cenário do jornalismo muda a cada instante, num ritmo acelerado. E nos últimos anos enfrentamos uma reestruturação jornalística nos seus mais diversos aspectos que incluem a produção de notícia, modelo de negócio e o processo de convergência jornalística. E tudo isso surgiu junto com a digitalização e a chegada da internet e do jornalismo digital, que no conjunto trouxe um novo modelo de comunicação e impulsionou as mudanças na forma das pessoas consumirem e compartilharem informação. E nesse sentido podemos destacar o protagonismo das novas tecnologias que surgem como condutores desse processo de inovação e alteram o movimento tradicional da produção e consumo do conteúdo jornalístico, como pontuado por Nishiyama (2016), ao apontar os aspectos do jornalismo contemporâneo.

As inovações tecnológicas impactaram o campo midiático alterando as formas de comunicação, e nesse movimento acontece a intersecção dos meios com os indivíduos e dos indivíduos com os meios. O processo que se vivencia hoje na comunicação trata-se de uma mudança também na cultura da audiência, alterando a priori, a natureza proposta pelos meios de comunicação de massa, induzindo para novas formas de produção distribuição e consumo da informação (NISHIYAMA, 2016, p.2).

Estas transformações estão dentro do contexto da cibercultura (LÉVY, 2000), que a partir da noção de ciberespaço criou um novo ecossistema midiático formado por novas redes de conexão, diferentes suportes e canais de transmissão, e modelos diferentes de consumo. Diante do contexto, o jornalismo se vê frente a uma crise no seu modelo tradicional de produção com a consolidação da *web* e a emergência de novas plataformas, afetando tanto as estruturas organizacionais das empresas quanto o modo de trabalho dos jornalistas.

No dossiê “Jornalismo Pós-Industrial, Adaptação aos Novos Tempos” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2014), produzido no Town Center for Digital Journalism, centro de estudos da Columbia University dos EUA, faz uma reflexão sobre essa crise vivida pelo jornalismo

considerando seus princípios e elementos na busca por soluções para uma recuperação. Os autores apontam para a ideia de que existe um novo ecossistema que desafia o modelo tradicional de comunicação, no qual o mais importante é preservar os métodos de trabalho como hierarquias. Tratam de um modelo de audiência formado por um novo perfil de telespectador, que participa e interage, caracterizado no texto como usuário e editor. Essas transformações exigem mudanças na concepção do jornalismo em si.

Nessa pesquisa nos interessa discutir o contexto do jornalista nesse novo cenário, que “precisa repensar o seu papel na sociedade e o seu modo de trabalho frente às novas tecnologias e ao novo perfil de um público participativo”, E que além disso, “precisa mudar a concepção de trabalho, se utilizar dos recursos tecnológicos úteis no processo de produção, humanizar dados, interpretá-los e aprofundar o conteúdo, interpretar e dar sentido ao material em vídeo, fotos, textos, produzidos pelo público” (ANDERSON, 2013).

O telejornalismo, no entanto, segue essa tendência de inovação tecnológica aplicada à rotina de trabalho. A TV atravessou a fronteira do analógico para o digital, no caso do Brasil especificamente a partir de 2007. E isso foi um processo que atingiu toda a estrutura televisiva, desde a digitalização de equipamentos até a construção de um novo modelo de produção.

Com a tecnologia eletrônica, todo o padrão jornalístico mudou, de forma que, tornou-se possível então utilizar microfones sem fio, unidades portáteis de jornalismo (UPJs), câmeras com uso de cartões de memória, entre outros equipamentos que permitiam realização de “links” e “vivos” de repórteres em diversos locais da cidade, como também cobertura de acontecimentos ao vivo, diminuindo a distância da chegada do fato à casa do telespectador. Dessa forma, as mudanças atingiram as redações de telejornalismo como a produção e edição de reportagens contribuindo de forma significativa para o tráfego de dados (SOUSA, 2014, p.26).

Ao entrar nessa era digital o telejornalismo se apropria do conteúdo *online* e dos novos suportes que surgem dentro de um cenário de várias mídias atuando e utilizando a internet na produção de notícias. Emissoras passam a investir em tecnologias que favoreçam essa integração da TV com a internet e o aumento da audiência. E isso vai desde a compra de novos equipamentos de produção voltados para uma tecnologia móvel, a *softwares* que

favoreçam uma comunicação interativa, adaptada ao novo perfil do telespectador, que agora está envolto num mundo tecnológico e com inúmeras possibilidades de buscar informações em um contexto comunicativo onde o indivíduo também quer se sentir parte da notícia.

E com isso, a maneira de se fazer jornalismo também mudou, e essas transformações atingiram as redações de telejornalismo, que passaram por uma reconfiguração do seu formato e se integraram a outras redações. E essa mudança chega também ao trabalho das equipes de rua, que ganharam equipamentos que permitiam entradas “ao vivo” mais dinâmicas, de qualquer ponto da cidade, e viram a possibilidade de trabalhar com microfone sem fio e câmeras de captação em alta resolução e com armazenamento em cartões de memória. Mas, além disso, o repórter de rua viu novos aparelhos portáteis serem integrados à rotina de trabalho transformando a dinâmica da produção de notícias. Tecnologias portáteis como *tablets*, *smartphones*, *mochilinks* (equipamento portátil de transmissão ao vivo através da internet 3G e 4G), passaram a fazer parte da rotina do repórter de rua criando novas possibilidades de captação e transmissão da notícia dentro do conceito de jornalismo móvel (SILVA, 2013).

Silva (2013) aponta que com todo esse novo aparato tecnológico são formadas “redações móveis”, que apontam para novas discussões sobre a relação das tecnologias com o jornalismo, baseadas não apenas no aparato tecnológico, mas especialmente “nas mudanças, nos usos e apropriações feitos delas nos processos jornalísticos que afetam as práticas com as demandas e as funções adicionadas para a produção de conteúdo noticioso” (SILVA, 2013, p. 254-255).

Isso acontece dentro de um contexto de convergência onde as mídias tradicionais como a TV, e as novas mídias nascidas a partir da internet, se chocam e integram-se produzindo a novas formas de comunicação, com tecnologia adaptada, linguagem própria e narrativas específica para um modelo de produção que surge dessa integração dos meios.

2.2 Convergência Jornalística

A sociedade atual está envolvida em um arcabouço tecnológico que agora faz parte do cotidiano das pessoas e impacta diretamente na forma como elas se comportam, e conseqüentemente, no modo como consomem informação. Nós estamos conectados em uma rede de computadores, de pessoas, de informações. É o que Castells (2003) chama de sociedade em rede. Para ele a compreensão da contemporaneidade tem como um dos pontos principais a revolução tecnológica informacional. E essas conexões são facilmente percebidas na rotina das pessoas, pois, ver a notícia na TV, enquanto se acessa um conteúdo ao mesmo tempo através da tela do *smartphone* ou do *tablet* já é uma realidade. E diante desse cenário é impossível pensar os rumos que as mídias estão tomando e no seu futuro sem levar em consideração o fator da convergência. Ela está na cerne das questões que envolvem a comunicação atual, e por isso tem sido motivo de estudos no intuito de se buscar uma definição para o termo e suas aplicações.

Há busca também no sentido de compreender as questões que envolvem o fenômeno que já vem sendo motivo de reflexões acadêmicas desde a década de 70, mas só assumiu destaque por volta do final da década de 1990, a partir das mudanças vivenciadas nas empresas jornalísticas por causa das inovações tecnológicas (SALAVERRÍA, 2007). Até então a ideia de convergência se limitava ao campo tecnológico. O termo jornalismo digital ou ciberjornalismo se limitava a tratar das versões de jornais impressos, diários e os modelos comerciais voltados para web, sem nenhuma mudança na narrativa jornalística (MIELNICZUK, 2008).

Mas com o passar dos anos esse panorama mudou e o meio digital passou a produzir conteúdo próprio através das mais diversas plataformas como *sites*, *blogs*, canais no *youtube*, redes sociais, e toda infinidade de espaços que se abriram com a expansão da internet. E nesse novo contexto, o caminho da comunicação foi o entrelaçamento das mídias tradicionais com as novas mídias digitais, no qual Jenkins (2009) chama de Cultura da Convergência, “onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e a mídia alternativa se cruzam,

onde o poder do produto de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis”.

No Brasil, a convergência passou a ser levada em consideração a partir da metade da década de 1990, ainda assim, era vista como algo ainda distante da realidade midiática da época. Segundo Quinn (2005), a visão tão somente tecnológica ainda estava atrelada a ideia de convergência, que propõe a fundição de várias partes de equipamentos em uma só caixa na sala-de-estar.

O conceito de convergência caminha em evolução, assim como os fatores que os leva a existir. A tecnologia desenvolve, os hábitos sociais mudam, a forma de se comunicar também, e nesse movimento as definições para o termo variam de acordo com a perspectiva analisada em estudos. Gordon (2003) mostra que a terminologia “convergência se originou na ciência e na matemática. O autor defende a necessidade de mudanças na estrutura da informação, desde a criação, distribuição e consumo, para que haja, de fato, o processo de convergência.

A convergência deve ser observada como algo que vai além de um processo promovido pelo avanço da tecnologia. Ela pode ser vista como resultado de um movimento de conteúdos através de diversas plataformas, com transformações muito mais abrangentes dentro do contexto jornalístico, que pode envolver ferramentas, métodos, linguagens, profissionais, empresas e todo um ambiente midiático que vem se formado com a partir da internet, do acesso móvel e dos novos modos de comunicação. Salaverría (2008) explica a convergência da seguinte forma:

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitada pela implantação generalizada das tecnologias digitais de telecomunicação, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial dos meios de comunicação, propiciando uma integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens anteriormente desagregadas, de forma que os jornalistas elaborem conteúdos que se distribuam através de múltiplas plataformas, mediante linguagens próprias de cada uma (SALAVERRÍA, 2008).

Em obra anterior, Salaverría (2007) já havia detalhado as quatro bases de estudo que integram o conceito de convergência.

- a) A convergência tecnológica apresentada como suporte básico para este processo por permitir uma infraestrutura que torna possível a distribuição dos conteúdos digitais;

- b) A Convergência empresarial, que se apresenta através dos interesses do mercado em se adaptar e promover processos convergentes que gerem crescimento no setor informacional;
- c) A convergência profissional, que se refere a postura de trabalho dos jornalistas e das mudanças nas atividades desse profissional que passa a adotar uma postura multifacetada, ampliada para diversos meios e linguagens;
- d) a convergência de conteúdos, que se configura a partir das novas estruturas narrativas inseridas aos mais diversos meios digitais, onde cada plataforma apresenta um modelo próprio de narrativa e linguagem.

Diante dessa perspectiva proposta por Salaverría (2007), procuramos compreender através desta pesquisa a terceira base de estudo que apresenta a convergência profissional, por buscarmos a compreensão das transformações na rotina dos jornalistas de TV diante desse cenário convergente de adaptação das mídias móveis ao trabalho nas mídias tradicionais. Para isto recorreremos também aos conceitos de Jenkins (2009) sobre convergência cultural, que propõe uma ideia que se aproxima da convergência jornalística que ocorre em níveis diferentes através dos seguintes processos: tecnológico, econômico, global, social e cultural, e evidencia ainda que se trata de um processo que está em curso.

A convergência das mídias altera a relação entre tecnologias existentes, indústrias, mercados, gêneros e públicos. A convergência altera a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Lembrem-se disto: a convergência refere-se a um processo, não a um ponto final. (JENKINS, 2009, p.43).

Mas ainda há uma multiplicidade de sentidos atribuídos para a convergência midiática e articulá-los, de forma operacional para um estudo amplificado do fenômeno proposto por Domingo (2007). Ele rebate o discurso de que as experiências de convergência passam, necessariamente, por uma integração total, e propõe o modelo em quatro dimensões para neutralizar a mentalidade mercadológica atrelada a tecnologia e mostrar que cada uma dessas dimensões pode ter um nível diferente de desenvolvimento, ampliando a ideia de

convergência para um processo que tem muitos resultados diferentes possíveis. O autor analisa a convergência sob às diferentes fases do processo de comunicação nas seguintes dimensões:

- a) Produção integrada, o que para o autor é um dos sinais mais relevantes desse processo, onde as salas de redações passam por uma reorganização, e isso estaria interligado à redefinição dos papéis dos profissionais;
- b) Profissionais multiquificados. Nesse aspecto o autor pontua a mudança na postura dos jornalistas que estariam prontos para atuar em diversos meios diferentes e seriam capazes de adaptar as histórias para a linguagem de cada meio e desenvolver todo processo de produção;
- c) Entrega multiplataforma. Aqui ele aponta o desenvolvimento de estratégias de entrega por diversas plataformas, com intuito de tornar mais eficiente a distribuição de notícias. Plataformas essas que facilitaram o acesso do público a produção de conteúdo;
- d) Público Alvo, onde ele mostra que as mídias digitais redefiniram o lugar do público que agora tem uma participação ativa, é construtor de informação e passa a ter maior influência no produto publicado pelos jornalistas, isso através da interação.

Rasera (2011) recorre ao entendimento de Gracie Lawson-Border (2006, p.4) para explicar a convergência, entendida como “um conjunto de possibilidades decorrentes da cooperação entre meios impressos e eletrônicos na distribuição de conteúdo multimídia por meio do uso de computadores e da internet” (RASERA, 2011, p.186).

Canavilhas (2012) destaca o conteúdo como diferencial no entendimento do que é convergência. Ele defende que na comunicação multiplataforma deve-se prezar pela adaptação de linguagem para cada meio. Para o autor, é justamente nesse ponto onde se concentra a separação do que é convergência e o que é remediação. Para explicar a ideia de remediação, ele se utiliza da descrição feita por Bolter e Grussin (1999).

Por remediação (*remediation*) entende-se o processo de renovação de velhos conteúdos efetuado pelos novos meios. Ou seja, os novos meios de comunicação renovam (*refashion*) os conteúdos anteriores, permanecendo desta forma uma ligação entre novos e velhos meios. Este processo pode ocorrer em diferentes níveis: no caso dos meios digitais, o nível pode variar entre uma melhoria discreta do meio anterior, permanecendo desta forma uma ligação entre novos e velhos meios. Este processo pode ocorrer em diferentes níveis: no caso dos meios digitais, o nível pode variar entre uma melhoria discreta do meio antecessor, mantendo algumas das suas características, até remediações mais profundas, em que o novo meio digital tenta absorver completamente o anterior. (BOLTER; GRUSIN, 1999, p.224 *Apud* CANAVILHAS, 2012, p.9).

Ainda sobre os conceitos de convergência e remediação, o autor esclarece que nos dois casos se tratam de conteúdos decorrentes dos utilizados em meios precedentes, mas que se diferenciam em um ponto fundamental: “Enquanto a convergência implica necessariamente uma nova linguagem que integre os conteúdos anteriores, a remediação pode ser uma acumulação de conteúdos de diferentes origens distribuídos numa mesma plataforma”, e ele ainda completa explicando que “ a convergência é sempre uma remediação, mas nem todas as remediações podem ser consideradas uma convergência porque esta última implica integração e não uma mera acumulação de conteúdos” (CANAVILHAS, 2012, p.9).

Para Barbosa (2013) o processo de convergência jornalística pode ser melhor traduzido a partir da ideia do *continuum* multimídia, resultado da integração dos meios, “conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos”. E para a autora, essa seria a melhor tradução para o processo de convergência jornalística. O *continuum* multimídia é apresentado como algo indispensável para garantir a distribuição de conteúdo multiplataforma e compõe o que a autora chama de jornalismo de quinta geração, que se forma a partir de elementos como medialidade, horizontalidade, *continnum* multimídia, , mídias móveis, aplicativos e produtos autóctones. E nesse contexto ela destaca as mídias móveis, especialmente o *tablet* e o *smartphone* como “agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas”. (BARBOSA, 2013, p. 42).

A convergência jornalística alterou a lógica da produção, modelo de trabalho e a estrutura das redações de jornalismo, que agora passam a fazer parte de um aglomerado

multiplataforma. Nas empresas as redações se fundiram e em uma única sala é possível encontrar jornalistas trabalhando para diversos meios. E na TV isso já é percebido a partir da fusão de redações dos telejornais com *sites* e redes de um mesmo grupo empresarial. Assim, os modelos antigos de redações entraram em extinção e estão sendo substituídos por um novo modelo que integra mídias tradicionais como a TV e o impresso com o *online*, explorando as possibilidades desses espaços que permitem maior agilidade na informação, o surgimento de novas linguagens e ainda possibilitam o aumento do armazenamento do conteúdo jornalístico.

As redações integradas aparecem como forma concreta da convergência nas empresas jornalísticas, mas ela não é tão simples de se compreender, pois se trata de um sistema que altera estruturas editoriais e fundamentos que orientam o trabalho dentro das organizações. As mudanças, no entanto, vão muito além da reorganização dos espaços, da reestruturação de cargos e encolhimento do número de profissionais. Salaverría e Negrodo (2008) apontam que o ponto em questão não está relacionado apenas a estrutura física ou adaptação às novas tecnologias, mas principalmente à rotina e no fazer jornalístico, que são as questões centrais nessa discussão.

Aventurar-se em um processo de convergência exige uma conversão integral de toda a empresa. Longe de se exaurir na simples realocação física e dos profissionais, essa transformação exige uma mudança profunda nos processos de produção como único modo de alcançar uma reestruturação dos produtos de informação. Se limitar a juntar redações sem antes realizar outras mudanças estruturais parece, por tanto, um erro estratégico. Quando isso ocorre, a integração só atende unicamente a um propósito a curto prazo de diminuição dos custos e aumento de produtividade, por mais que pretenda se apresentar de outro modo³ (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 16).

Em alguns casos a integração das redações serve apenas como estratégia para redução de gastos, mas é preciso saber distinguir convergência de corte de custos, e compreender ainda a estrutura cooperativa que surge a partir da junção dos espaços. O jornalista, no entanto, deve entender o sentido da integração e buscar novos formatos da notícia no ambiente digital. Ajustado com o pensamento de Sousa (2014), defendemos o entendimento

³ Tradução nossa

de que o sentido da integração não está apenas na estrutura física, com divisão do mesmo espaço, mas se refere a adoção de uma nova configuração da produção de notícia.

Nesse contexto de convergência, a noção de espaço também se reconfigura. Com a integração do *online*, a estrutura física deixa de ser essencial no trabalho do jornalista. Na rua, ao se deslocar entre uma reportagem e outra o próprio repórter pode fazer checagem de informações, apuração de um determinado assunto, marcar entrevistas, fechar material para edição, utilizando equipamentos conectados à internet, formando assim uma espécie de redação móvel.

Com tantas transformações, o jornalista vê mudar as ferramentas de trabalho, o modelo de produção e consumo e, conseqüentemente, o ofício diário já não é mais o mesmo. Agora a prática jornalística é alterada em todo processo que passa pela apuração, construção e exibição do conteúdo, no caso da produção em TV. Surgem assim novas demandas para este profissional que precisa acompanhar as mudanças que ocorrem rapidamente dentro e fora das redações. E um dos aspectos mais relevantes nessa conjuntura é a integração das novas tecnologias no dia a dia desse jornalista e a produção multiplataforma que impõe ao profissional novas habilidades e conhecimentos. O desafio vai mais além e tensiona o entendimento de uma perspectiva comunicacional que atenda as necessidades do público agora adaptado às tecnologias e a um modelo de comunicação interativo.

O desafio do jornalista atual é saber lidar com diversas plataformas, tecnologias e utilizar linguagens adaptadas para cada formato. O profissional multimídia é capaz de lidar com a informação em configurações diversas e está pronto para atuar com diversos recursos utilizando conexão com a internet. Grandim (2013) já apontava para o jornalista atual como “homem dos mil recursos, trabalha sozinho, equipado com uma câmera de vídeo digital, telefone satélite, *laptop* com *software* de edição de vídeo e html, e ligação sem fios à internet”. E esse seria um profissional apto a atender a demandas de múltiplos meios de um mesmo grupo empresarial, “capaz de produzir e editar notícias para vários meios: a televisão, um jornal impresso, um site da empresa na internet, e ainda áudio para a estação de rádio do grupo” (GRANDIM, 2013, p. 117).

Diante de uma infinidade de dispositivos e suportes comunicativos, o jornalista é desafiado a dar a notícia dentro de um contexto móvel e que amplia as possibilidades de uma comunicação instantânea e interativa. E nessa perspectiva ganham destaque os aparelhos portáteis, que dinamizaram a produção da notícia e possibilitaram novos formatos, desafiando esses profissionais a atuarem dentro dessa nova estrutura.

Os tablets e os celulares, sejam como suportes ou meios que alteram as dinâmicas do processo, trazem um elenco de possibilidades quanto ao papel do jornalista. O profissional, agora, passa a ter preocupações conectadas à apresentação (formato) da notícia e sua usabilidade na interface. O dispositivo móvel inserido nas rotinas produtivas do jornalista também provoca uma substancial modificação da relação do profissional com os fatores “tempo x espaço” em seu exercício de investigação, seleção, apuração e produção do conteúdo. (JORGE; OLIVEIRA. 2015, p.113).

O repórter de TV se encontra em um momento de tensão na carreira onde novas habilidades precisam ser adotadas, mas sem perder de vista as premissas da profissão. Nessa conjuntura polivalente o repórter se apresenta em facetas diversas, utilizando os recursos digitais na produção das reportagens, e por isso não é estranho encontrá-lo na rua cercado dos equipamentos tradicionais, como câmera e microfone, e acompanhado também de outros suportes a exemplo de *smartphones* e *tablets* utilizados para produzir matéria para o telejornal, fotografias e vídeos para as redes sociais da empresa, e ainda é possível que faça entradas ao vivo para a rádio do grupo da emissora. Se por um lado a produção é dinamizada, por outro há uma sobrecarga para o jornalista que precisa atender a múltiplas demandas dentro desse contexto do jornalismo multimídia.

2.3 Conteúdo em multimídia

A característica mais forte da convergência jornalística é, certamente, a multimídia, a distribuição de conteúdos através de plataformas diferentes. E esse é um aspecto que não é novo no jornalismo, mas que se tornou mais evidente com a chegada da internet e com as muitas possibilidades que se abriram a partir dos múltiplos suportes surgidos a partir do jornalismo digital. E se observarmos a história, perceberemos que esse aspecto

multimídia já se apresentava nos jornais impressos a partir da inserção de gráficos, fotografias aos textos publicados. Por tanto, levamos isso em consideração tomando por base o entendimento de Bordoel e Deuze (2011) ao afirmar que “multimedialidade no contexto do jornalismo online é a convergência dos formatos tradicionais de mídia (em movimento) de imagem, texto, som – em uma história contada em linha” (BARDOEL; DEUZE; 2001, p.96).

O termo multimídia foi cunhado pela primeira vez por Chaves (1991), na descrição do que seria uma transmissão de informações através de múltiplos canais, “em seu sentido mais lato o termo multimídia se refere à apresentação ou recuperação de informações que se faz, com auxílio de computador, de maneira multissensorial, integrada, intuitiva e interativa”. Um olhar rápido sobre o tema, a primeira impressão que se tem do significado para multimídia pode se resumir a uma análise simplória do tema, que leva ao entendimento de que se trata da combinação de texto, som e imagem (SALAVERRÍA, 2014). Mas o próprio Ramón Salaverría apresenta um entendimento mais aprofundado para esse tema e contextualiza o conceito de multimídia em três pontos principais: como multiplataforma, que se trata da combinação de vários meios de uma mesma empresa, de forma estratégica, para fazer uma cobertura por diferentes canais; como polivalivalência, se referindo a atividade profissional, ao novo perfil do jornalista que passa a acumular diversas funções diferentes para atender essa nova demanda multiplataforma e que antes era desempenhado por distintos profissionais; e por fim, como combinação de linguagens ou de formatos de texto, vídeo, som e imagem.

Com base nesses estudos é possível observar que a entrega do produto em multiplataforma provoca mudanças no modo de informar e também na relação do público com a notícia. Belochio (2012) chama a atenção para as transformações que a entrega em plataformas distintas provoca na estrutura tradicional desses dispositivos.

Considera-se que, além dos dois processos mencionados, a distribuição multiplataforma pode resultar em modificações mais radicais. Um único produto, ao ramificar as suas manifestações em ambientes distintos, pode alterar as suas possibilidades de relacionamento com o público. Compreende-se que as diferentes iniciativas realizadas nesse sentido, em contextos de convergência, podem interferir na organização tradicional dos dispositivos do jornalismo (BELOCHIO, 2012, p.27).

A TV apresenta um modelo tradicional multimídia, além do seu caráter audiovisual já apresentar os traços desse formato com a combinação de vídeo, imagem e áudio a partir da inserção das tecnologias móveis na rotina jornalística o telespectador passa a utilizar dispositivos como celular, para escolher o conteúdo que deseja assistir. Conectados à internet esses aparelhos substituem o controle remoto e se tornam ferramenta de interação para o telespectador. Assim, o usuário passa a ter maior liberdade e se vê diante de novas possibilidades e envolvimento, sendo capaz de modificar o fluxo da programação.

Como sinônimo de multimídia surge um outro termo que se refere ao uso de diversos meios na difusão de um conteúdo, é o *crossmídia*. Essa terminologia aparece com mais frequência nos estudos de marketing e publicidade, mas de uns tempos pra cá passou a fazer parte da pesquisa jornalística no sentido de explicar essa nova estrutura comunicacional por meio de várias plataformas. Finger (2012), entende a narrativa *crossmídia* como o cruzamento das mídias na produção e distribuição de conteúdos iguais ou não, e defende que o mais importante é como estes meios estão interligados para contar uma mesma história.

Na *crossmedia* há um processo de difusão de conteúdo em diversos meios. O material não necessariamente deve ser idêntico, muitas vezes, o que é divulgado em uma mídia completa o que está presente em outra. Assim, pode existir uma diferenciação no texto, com acréscimo de imagens e arquivos em áudio. O objetivo é criar uma interação do público com o conteúdo. Se levamos a palavra *crossmedia* ao seu significado reduzido seria a mídia cruzada. Mas, é preciso considerar também as especificidades de cada meio na adaptação do conteúdo, sem perder a sua essência. (FINGER, 2012, p.124).

Nessa mesma linha de pensamento, Lusvarghi (2007, p.2) reforça a ideia do conteúdo *crossmídia* como resultado da junção de diferente meios em volta de um mesmo produto, conceituando *cross mídia* como “a possibilidade de uma mesma campanha, empresa ou produto utilizar simultaneamente diferentes tipos de mídia: impressa, TV, rádio e Internet”.

Já na perspectiva de Salaverría (2014) o conceito de *crossmídia* se assemelha ao termo multiplataforma que dão sentido a uma mesma situação onde “ambos aludem à mesma realidade: casos em que distintos meios coordenam as suas respectivas estratégias editoriais e/ou comerciais para atingir um melhor resultado conjunto. (SALAVERRÍA, 2014, p.27).

Nishiyama (2017) trata a linguagem *crossmídia* como sinônimo de convergência multimídia por promover novas linguagens ao jornalismo. Ela abre o campo narrativo para outras perspectivas e abordagens no processamento da notícia. O autor pontua que “a linguagem cross mídia pode interpelar em sua composição outros elementos narrativos, contudo seu principal objetivo é o espelhamento do conteúdo em diferentes canais” (NISHIYAMA, 2017, p.32).

E o jornalismo, por sua vez, tem aplicado o uso de diversas mídias para produzir e distribuir conteúdo para o público. Basta observar os conglomerados de notícia que trazem a mesma notícia em *site*, rádio, TV, redes sociais, cada um com suas características específicas e informações que se complementam ou não. Isso atende a uma necessidade das pessoas que vivem uma rotina conectada a dispositivos tecnológicos móveis e que buscam informação aplicada em plataformas diferentes e da maneira mais próxima possível. E quando tratamos de proximidade, levamos em consideração tanto a proximidade ao meio de comunicação em sua forma física, quanto a interação proporcionada pela plataforma comunicativa.

A TV é, por natureza, um meio multimídia, por oferecer recursos de texto, imagem, som, vídeo, e agora agrega também a internet que amplia os recursos hipermídia, além de reunir novas ferramentas ao modelo produtivo que agrega características próprias da internet como interatividade e ubiquidade. Nesse modelo convergente o conteúdo feito para a TV pode ser disponibilizado em diferentes meios como *tablets*, celulares e computadores, reforçando o seu potencial multiplataforma. E essa é uma estratégia pensada para atrair e manter o público que prima cada dia mais pela mobilidade da informação e por buscar a notícia em plataformas diversas. Teixeira (2015) aponta para o desafio que surge com esse “ambiente midiático composto por dispositivos cada vez mais diversificados e convergentes”.

O processo de convergência, bem como a mobilidade da informação, desafia as fronteiras convencionais entre os diferentes meios, as quais se desintegram e entrelaçam. Ao mesmo tempo em que distintos serviços podem ser realizados em um único dispositivo, um mesmo conteúdo midiático pode circular por meio de múltiplas plataformas. Além disso, os conteúdos podem assumir diferentes características e formatos, dependendo das potencialidades oferecidas por cada dispositivo em específico (TEIXEIRA, 2015, p.85).

O telejornalismo adota as tecnologias móveis como recurso de produção de conteúdo e traz para dentro de suas redações equipamentos portáteis, como celulares e *tablets*, que ligados a uma rede de internet substituem rapidamente antigos recursos de trabalho dos jornalistas e assumem o protagonismo da produção jornalística de TV, alterando a concepção de trabalho, o rumo da produção e desafiando os profissionais a repensar um modo de fazer jornalismo que atenda a uma nova demanda surgida nessa era digital.

Nesse sentido, Filho (2015) aponta que a tecnologia digital dá para a televisão uma nova dinâmica a partir da distribuição de conteúdo em plataformas diferentes, que ganham ainda mais destaque quando inseridas em uma conjuntura móvel. “Os dispositivos móveis - telefones móveis, *smartphones* e *tablets* – assumem a condição de meios pós-massivos funções de reprodução, antes restritas ao aparelho – de televisão” (FILHO, 2015, p.101).

Esses dispositivos assumem a condição de impulsionar a inovação no telejornalismo, especialmente quando falamos dos dispositivos móveis, que já alteraram a narrativa televisiva, desde o formato dos conteúdos pensados para os telejornais até a linguagem adotada para dar a informação. Com a integração de tais tecnologias na produção de conteúdo jornalístico, o padrão tradicional de TV sofreu uma ruptura, considerada aqui necessária na construção de um novo modelo de comunicação multimídia. Tudo isso em busca de seguir no processo de evolução que se abre a partir da integração de plataformas distintas na construção da notícia. E essa é uma estratégia que é concebida na busca por manter audiência e buscar novo público adaptado ao consumo de conteúdo através de várias telas e que divide a atenção entre a televisão e as telas dos equipamentos móveis (*smartphones, laptops e tablets*). Estes consumidores são denominados de “Onívoros Digitais”, que segundo Canavilhas (2013, p.03), tem relação com as plataformas que esses consumidores usam para acessar a internet e com o tipo de consumo através de múltiplos canais. O relatório Deloitte (COMSCORE, 2013, p. 23) mostra que esse público se trata de pessoas que fazem uso de dispositivos diversos conectados à internet e entre si, e que estão em condição ubíqua permanente.

No que se refere a audiência, o relatório do instituto Reuters (PALACIOS; BARBOSA; FIRMINO; CUNHA, 2014, p.43), mostra que o público brasileiro é o terceiro quanto a frequência no consumo de notícias através de diferentes plataformas, dentre os nove países

pesquisados. Os dados mostram que 88% dos entrevistados reconhecem o uso de plataformas diferentes para acessar a notícia, principalmente através do *tablet* (75%) e do *smartphone* (73%).

O ecossistema midiático tradicional, (rádio, jornal, televisão) convive e se entrelaça com o ecossistema móvel (*smartphones, tablets, e-reader, consoles de jogos*) de modo que presenciamos um intercâmbio entre eles, nos marcos de uma política de convergência e de produção e difusão que, associada ao crescimento do hábito de consumo multiplataforma, vem gerando consumidores de informação que podem ser denominados como onívoros digitais. (PALACIOS; BARBOSA; FIRMINO; CUNHA, 2014, p.40-41).

Diante desse contexto de um novo sistema midiático onde as mídias tradicionais e novas se entrelaçam, e de consumo da informação diante das múltiplas telas, o jornalismo de TV se apropria das mídias móveis para abrir espaços dinâmicos da informação com a transmissão de conteúdos por diversos canais, mas também incorpora à produção jornalística o componente tecnológico móvel, partindo de dentro das redações a integração dessa mídias móveis que são adaptadas à rotina dos jornalistas gerando espaços de convivência multimídia. O repórter de TV precisa estar imerso nesse universo das novas tecnologias e compreender a metodologia que envolve o uso dos recursos portáteis e o contexto que se insere no ambiente multimidiático. Destacamos aqui os formatos específicos de conteúdo produzido através das mídias móveis, que apresenta linguagem própria e modelo dinâmico de informação.

Nesse cenário, mais importante do que tratarmos dos equipamentos técnicos e de tecnologias que impulsionam essas transformações, julgamos necessário discutir as novas possibilidades acrescidas ao jornalismo de TV a partir da aplicação do formato multimídia, assim como os conteúdos, a interação entre os dispositivos e a relação do jornalista com esse modelo de trabalho convergente. No próximo capítulo, exploramos o fenômeno da mobilidade e o desdobramento para a produção no campo da televisão a partir da noção de jornalismo móvel.

CAPÍTULO 3

JORNALISMO EM MOBILIDADE

Não é de hoje que a mobilidade acompanha o jornalismo. Uma profissão dinâmica e que impõe um movimento dos seus profissionais entre as ruas e as redações há muito se faz uso dos recursos considerados móveis na sua produção. As práticas móveis fazem parte do jornalismo atual, todavia durante a história do jornalismo sempre se fez presente apresentando características de mobilidade com a utilização de equipamentos na produção e consumo do jornalismo, tais como câmeras portáteis, gravadores de fita cassete, rádios de pilha. No entanto, é com a popularização da internet que o jornalismo móvel atravessa o seu momento de ebulição dentro da era digital. Junto com o avanço da internet, emergiram tecnologias portáteis digitais que se agregaram a comunicação, criando um novo cenário na produção jornalística próprio da comunicação móvel. Os *smartphones*, *tablets*, *notebooks*, e uma série de equipamentos passaram a fazer parte da rotina das pessoas, e o jornalismo, sempre atento às novas possibilidades incorporou essas ferramentas à rotina dos profissionais e reconfigurou a prática jornalística, o modelo de comunicação e de trabalho dos profissionais da área.

3.1 A internet

Foi a partir da década de 1990 que a internet se popularizou no mundo todo e ao passo que as tecnologias se tornaram acessíveis para as classes de menor poder aquisitivo, o acesso à rede passou a ser possível para maior quantidade de pessoas. No Brasil, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílios Contínua (PENAD C, 2019), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o número de pessoas com acesso à internet em 2018 equivale a 126.9 milhões. A pesquisa mostra ainda que 70% da população faz uso da internet no país e que o principal meio utilizado é o celular, como vemos nas figuras abaixo

Figura 1: “Crescimento da internet no Brasil”

O Brasil na internet

Dados da edição 2018 da pesquisa TIC Domicílios mostram crescimento do acesso no país



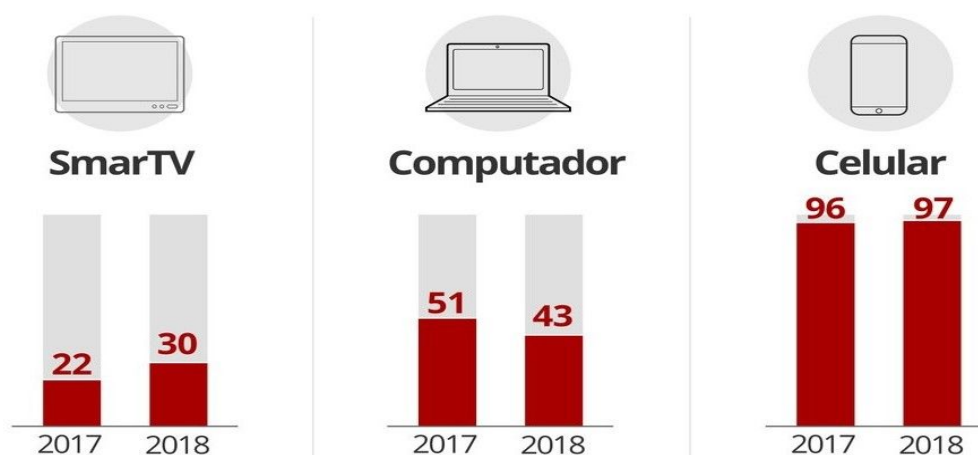
Fonte: Site G1, a partir da pesquisa do IBGE (2018).

O resultado da pesquisa deixa claro que o acesso ao conteúdo *online* através do celular é uma realidade para a maioria dos usuários da rede de internet. Isso mostra a popularização dessa tecnologia que avança cada dia mais no caminho de possibilitar experiências inovadoras para os usuários. O fato é que as pessoas estão conectadas através do celular se comunicando e trocando informação.

Figura 2: “Conexão através do celular”

DISPOSITIVO DE ACESSO

Brasileiro continua usando o celular como meio principal para conexão. Computador ficou pra trás, enquanto que TVs subiram. Dados em %



Fonte: Site G1, a partir da pesquisa do IBGE (2018).

A expansão da *web* provocou mudanças profundas no sistema midiático e no modo de consumo da informação, dando espaço a um novo modo de relacionamento do consumidor com os meios de comunicação, e isso se deu graças a força de atração exercida pela internet, que se confirma com a grande taxa de penetração da rede na sociedade e com os números de acesso que aumentam a cada ano. Junto com o crescimento da internet os meios de comunicação vivenciam um processo de reestruturação do modelo de produção se apropriando dos serviços fornecidos pela rede para atrair o público. Canavilhas (2013) aponta que,

O aumento exponencial do número de utilizadores da Internet tem condicionado os restantes meios, obrigando-os a introduzir alterações na sua natureza inicial. Jornais, rádios e televisões procuram apropriar-se das características mais atrativas da Internet – nomeadamente dos serviços de Web e email - para ganharem e fidelizarem novos públicos. (CANAVILHAS, 2013, p.3).

O jornalismo que sempre acompanha os processo de inovação e a modernização dos equipamentos, assim como fez uso dos computadores e de toda tecnologia que se dispõe a ampliar as possibilidades de comunicação, passa a se utilizar do celular na produção jornalística, não apenas como uma tendência de comportamento social, mas também enxergando o potencial produtivo desse meio de comunicação integrado à rotina produtiva. Canavilhas (2013) chamava a atenção para o fato de que a propagação de meios portáteis, a exemplo do *smartphone*, já apontava para um futuro em que os meios de comunicação estariam obrigatoriamente conectados à internet, o que hoje já é uma realidade para maior parte dos meios tradicionais, que se integraram à rede, utilizando especialmente os recursos móveis.

3.2 O Smartphone

Assim como a internet, os celulares começam a fazer parte da vida das pessoas no começo da década de 1990 e apenas uma classe rica tinha acesso ao aparelho, e foi assim durante alguns anos. A popularização do aparelho veio junto com um processo de reformulação do mesmo, que passou por formatos diversos. Em princípio eram dispositivos grandes e pesados e serviam para fazer ligações e receber chamadas. Mas com o passar dos anos foram lançados modelos menores, com teclas e novas funções como envio de mensagens via SMS, até chegarmos nos modelos com telas, que foram aperfeiçoados até chegar ao que conhecemos hoje como *smartphone*. E foi com o aperfeiçoamento dos modelos e com o barateamento da tecnologia que o celular se popularizou no mundo inteiro, chegando a ser a tecnologia de acesso a internet mais utilizada pelos brasileiros atualmente.

A pesquisa de Administração e Uso das Tecnologias da Informação nas Empresas, realizada pela Fundação Getúlio Vargas de São Paulo (FGV-SP, 2019), mostra que em 2019 há 230 milhões de celulares ativos no país. Isso representa um aumento de 10 milhões no número de *smartphones* ativos em relação a 2018. O cálculo mostra que há 2 *smartphones* para cada habitantes no país.

O aumento exponencial do acesso à rede através dos celulares mostra a crescente adesão à mobilidade e a uma nova dinâmica social, reforçando a ideia de que vivemos em uma sociedade interligada por redes (CASTELLS, 2003), onde celulares, redes de internet geram e distribuem informação a partir do conhecimento dos próprios usuários. Lemos (2005) define essa relação entre pessoas e novas tecnologias móveis como a Era da Conexão.

Trata-se da ampliação de formas de conexão entre homens e homens, máquinas e homens, e máquinas e máquinas motivadas pelo nomadismo tecnológico da cultura contemporânea e pelo desenvolvimento da computação ubíqua (3G, Wi-Fi), da computação senciente (RFID5 , bluetooth) e da computação pervasiva, além da continuação natural de processos de emissão generalizada e de trabalho cooperativos da primeira fase dos CC (blogs, fóruns, chats, software livres, peer to peer, etc) (LEMOS, 2005, p.2).

As pesquisas de Lemos (2005), neste sentido, vão ao encontro ao que aqui se pretende discutir: A mobilidade, que para o autor, “essa Era da Conexão” é exatamente a “Era da Mobilidade”, marcada pelas novas formas de comunicação através das redes sem fio, dos celulares modernos e das questões que surgem a partir dessa nova forma de comunicação, que estabelece questões de localização, demarcação de espaços, noção de lugar e privacidade. O fato é que o *smartphone* inaugura um novo modelo de conexão possibilitando o acesso à internet de forma móvel.

Os modelos cada vez mais sofisticados apresentam inúmeras funções e aglomeram em um único dispositivo várias funções: fazer ligação, ouvir música, trocar mensagens, acessar à internet, fotografar, acessar agenda, bloco de notas, calculadora, serviço de localização, entre várias outras possibilidades de uso através de aplicativos, de modo que se tornou algo que agregue várias utilidades em um só aparelho pequeno e portátil e que de forma prática pode ser conduzido para qualquer lugar, e assim esse aparelho se tornou imprescindível para muitos que fazem uso desse equipamento e de suas múltiplas funções.

3.3 Mobilidade

As discussões acerca da mobilidade ainda tentam explorar as muitas possibilidades de entendimento desse termo que pode ser observado de vários pontos de vista e atribuído em circunstâncias diversas. Por isso há várias definições do termo vinculadas a questões sociais,

espaciais, de acessibilidade, circulação. Mas o conceito de mobilidade ganha forma para atender as diversas explicações que cercam esses temas.

Balbin (2016) faz um traçado histórico acerca do termo e mostra que essa terminologia começou a ser utilizada a partir da ideia de circulação, por volta de 1628. E por muito tempo a noção de mobilidade esteve atrelada a circulação de pessoas, do ar, da água, do dinheiro. E duas décadas depois passa a estar ligada ao conceito geográfico e também de urbanismo, ganhando destaque nas discussões de desenvolvimento das cidades modernas. Até que chega aos dias atuais onde a grande transformação da mobilidade acontece a partir dos processos comunicacionais e de informação através das redes.

A relação entre mobilidade e sociedade é algo histórico e que merece ser compreendida em suas diversas dimensões e associada às transformações da sociedade. A definição proposta por Urry (2008) é a que consideramos relevante para o entendimento do tema, isso porque o autor apresenta um detalhamento do que ele chama de dimensões da mobilidade, explicada em três pontos:

- a) A dimensão compreendida como o fluxo das pessoas e sua locomoção para casa, para o trabalho, movimento de migração, ajustada em espaço e tempo constantes;
- b) A dimensão sob a perspectiva de movimento de produtos, na comercialização entre consumidores e vendedores;
- c) A dimensão imaginária, uma espécie de viagem da mente através de imagens de ambientes e pessoas apresentadas através de mídias impressas e visuais;
- d) A dimensão virtual, que acontece em tempo real e ultrapassa a distância geosocial;
- e) A dimensão comunicativa, que se dá através de mensagens entre pessoas por meio de recursos como telefone, celular, cartas, entre outros.

As discussões em torno da mobilidade na perspectiva da comunicação é o que nos interessa trabalhar nesta pesquisa, especialmente no que se refere ao contexto digital das mídias, que abrem espaço para novos entendimentos acerca da mobilidade. Uma perspectiva que propõe repensar velhos conceitos de espaço, de movimento, e até mesmo o conceito de local, que ganham novos contornos e especificações a partir das conexões através da internet.

Assim nasce a noção de territórios informacionais, que são áreas que surgem a partir das conexões de internet. Lemos (2010) explica que esses territórios se tratam de espaços que se formam a partir das relações de ambientes físicos e eletrônico.

Por territórios informacionais compreendemos áreas de controle do fluxo informacional digital em uma zona de intersecção entre o ciberespaço e o espaço urbano. O acesso e o controle informacional realizam-se a partir de dispositivos móveis e redes sem fio. O território informacional não é o ciberespaço, mas o espaço movente, híbrido, formado pela relação entre o espaço eletrônico e o espaço físico (LEMOS, 2010, p.160).

Dessa forma, qualquer lugar marcado pelo espaço físico, mas também por ambiente informacional, sinalizado pelo controle de acesso, constituído por redes sem fio (*wi-fi*, *bluetooth*, 3G, 4G) pode ser considerado um território informacional. Como exemplo podemos citar praças, restaurantes, shoppings com rede wi-fi. Ao acessar essas redes as pessoas estão no espaço informacional entrelaçado a este espaço físico.

Essa nova reconfiguração espacial, baseada na relação físico/eletrônico leva a refletir sobre o que Lemos (2009) chama de cultura da mobilidade. O autor aponta para uma cultura locativa, que está em movimento e rompe com o imóvel, com o inacessível, criando novas percepções de espaço e localização. Nessa construção espacial as tecnologias de mobilidade e de localização (as mídias locativas), atuam como instrumento determinante na construção desses novos espaços ampliando os sentidos de lugar e redimensionam práticas sociais no espaço urbano. É o chamado fenômeno da geolocalização, que atualmente está em expansão.

O autor ainda propõe pensar a mobilidade sob três dimensões fundamentais: O pensamento, a desterritorialização e a informacional-virtual (informação). Nesse caso, as mídias atuais ajudam a criar novos sentidos de lugar e de si mesmo, e ainda expandem a percepção de tempo. Assim, a utilização do rádio, celular, da internet, computador passa a ser fundamental nesse processo de ressignificação de lugar e ainda compõe o cenário na construção de um novo entendimento acerca da mobilidade informacional.

3.4 Jornalismo Móvel

A mobilidade é uma característica inerente ao jornalismo. Essa profissão que sempre esteve marcada pelo aspecto móvel, e para entender é possível pensarmos sobre o jornalismo impresso que servia a notícia para aqueles que trafegavam nas ruas, o rádio que até hoje acompanha as pessoas no seu movimento diário em carros, ônibus. Mas foi com a digitalização dos meios de comunicação que a relação do jornalismo com a mobilidade passou a chamar a atenção. A chegada dos aparelhos portáteis com telas (*smartphones, tablets*) transformou o jeito de fazer jornalismo, especialmente por definitivamente inaugurar uma comunicação móvel e ubíqua. Pavlik (2014, p.164) explica que essa fase de digitalização transforma a concepção de tempo e espaço dos jornalistas, que antes não conseguiam atender a todas as notícias que surgiam dos mais diversos lugares, mas “Com a banda larga ubíqua, especialmente com a tecnologia wireless, a conectividade móvel está redefinindo os preceitos básicos do jornalismo e da mídia”.

Para entender o jornalismo móvel atual apontamos aqui uma perspectiva histórica do tema baseada na compreensão de Silva (2013), que traça uma linha do que ele chama de cinco fases do jornalismo contemporâneo. A primeira fase é a Tele-analógica, que compreende ao período entre 1960 e 1970, com transmissão por ondas do rádio e o recurso do telégrafo nas coberturas das agências de notícia durante a guerra. A segunda fase, no entanto, se refere ao período de transição entre a tele-analogia e a mobilidade, com a utilização dos gravadores analógicos portáteis nos programas de rádios e nas entrevistas no jornalismo impresso. Já a terceira fase é a Mobilidade Expansiva (1990), quando acontece o processo de digitalização dos aparelhos e também surgem novos dispositivos como câmeras digitais, *notebooks* e celulares que faziam chamadas de voz e envio de mensagens. Para o autor, é nesse momento que surge o jornalismo móvel com as características que conhecemos hoje e esse foi um momento de mudanças no jornalismo. “As rotinas de produção já se ampliam com funções endereçadas à produção para multiplataformas como rádio, jornal e Internet” (SILVA, 2013. p.109). A quarta fase é a Ubíqua (2000), marcada pela consolidação do jornalismo móvel com o crescimento das redes móveis sem fio e das tecnologias portáteis como *smartphones* e

tablets. O autor demarca esse como o momento de importante na mudança das rotinas produtivas e de funções jornalísticas. Por fim, chegamos a quinta fase que é a Alta Performance e Era pós-PC (2010...) Onde o jornalismo móvel está em curso, marcada pelo desenvolvimento das telas em tamanhos diferentes em *tablets* e *smartphones* e e pela adaptação dessas tecnologias na televisão. Essa fase performática "inclui ainda na sua composição fatores como a demarcação da “Era Pós-PC” (computação em nuvem) e cultura dos aplicativos" (SILVA, 2013, p.109).

Barbosa (2007) aplica a ideia do jornalismo de quarta geração, com o uso da base de dados, atuando na definição de conteúdos com estrutura e circulação através de multiplataformas e dispositivos. E a partir da inserção das mídias móveis, especialmente *tablets* e *smartphones*, que demarcaram uma transformação na produção jornalística e nas rotinas de trabalho dos profissionais da área, Barbosa (2013) identifica uma quinta geração dos dispositivos móveis.

Neste contexto, as mídias móveis, especialmente smartphones e tablets, são os novos agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. (BARBOSA, 2013, p. 42).

Paiva (2016) apresenta conceitos que definem o jornalismo móvel a partir da interpretação de teóricos como Quinn (2010), que traz uma definição “através da abordagem do celular como ferramenta central para coleta e disseminação da notícia, que pode ser composta de áudio, fotos ou vídeo, ou todos juntos”. Para ele, “a série de vídeos produzidos pelo *smartphone* é capaz de assumir a função central de produção jornalística”.

O jornalismo, por tanto, incorpora essa característica do móvel, da tecnologia em mobilidade à rotina de produção de notícias e confere uma nova forma de comunicação através de várias plataformas, dentro de um espaço que se constrói a partir de suportes da conexão em rede, através da *Wi-fi*, 4G, 5G; e das tecnologias portáteis, a exemplo dos celulares, gravadores *tablets* e câmeras digitais. Essa nova dinâmica do jornalismo é definida por Silva (2015) da seguinte forma:

Definimos, assim, na perspectiva da produção, o jornalismo móvel como 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 (SILVA, 2015, p.11).

Camargo (2015) aponta para o jornalismo móvel como a etapa mais avançada do atual jornalismo digital, porque envolve elementos surgidos com o desenvolvimento tecnológico e os incorpora através de dispositivos e plataformas na produção. Em sua pesquisa a autora ainda caracteriza o jornalismo móvel através de sete critérios: Imediatismo, taticidade, multimídia, integração com redes sociais, geolocalização, instantaneidade intensiva, acessibilidade e recursos úteis concentrados.

Silva (2013) mostra que "o jornalismo móvel se torna imbatível nas situações de emergência. Enquanto equipes tradicionais podem levar tempo até chegar aos locais com veículos de microondas, satélites e toda preparação para entradas ao vivo, uma outra equipe com apenas um telefone celular de terceira geração (3G) e aplicativos como Movino basta para apenas começar a gravar e pronto". A instantaneidade é estabelecida em poucos minutos.

Desta condição de mobilidade do jornalismo surgem nomenclaturas que ajudam as especificidades dessa nova produção. Silva (2013) faz um resgate dessas terminologias como forma de recuperar a história do jornalismo em mobilidade.

- a) Jornalismo 3G - Demarca a chegada da conexão através de *moldems* 3G, conectados a *notebooks*, *smartphones* para a produção de conteúdos.
- b) Jornalismo de bolso - Caracteriza o uso dos recursos portáteis (celulares, câmeras) na produção jornalística.
- c) Jornalismo de mochila - Está relacionado ao deslocamento dos repórteres para fazer reportagens utilizando apenas um kit de equipamentos que cabe dentro da mochila.
- d) Jornalismo locativo - Se identifica na produção de conteúdos por mapeamentos, utilizando equipamentos móveis digitais.
- e) Jornalismo multimídia - Essa terminologia passa a ser aplicada na década de 1990 para que atuam em mais de um veículo de comunicação, e também está relacionado a realidade multitarefas desses profissionais.
- f) Jornalismo drone - Caracteriza as coberturas jornalísticas realizadas com a utilização de drones (aeronaves não tripuladas)

- g) Jornalismo móvel - Este integra todas as terminologias acima citadas, com diferencial da ampliação das atividades jornalísticas em condições de mobilidade.

O jornalismo insere as tecnologias móveis na rotina dos repórteres e vive um momento de reestruturação. A incorporação de novos suportes ao trabalho e a união da mídia tradicional aos meios que nascem nessa era digital ampliam as possibilidades de comunicação e lançam desafios aos profissionais da área. Compreender esse fluxo de informações, dentro de uma nova realidade espacial criada pelas mídias móveis é fundamental para que esse profissional possa enfrentar os desafios dessa nova era comunicativa.

3.5 Repórteres *Mojos* (*Mobile Journalist*)

Diante desse cenário móvel surge então um profissional com características específicas que atende à produção jornalística dentro desse novo contexto, denominado *Mojo* (*mobile journalist/ mobile journalism*). Trata-se de um repórter que desenvolve várias atividades utilizando apenas o celular para atender às demandas da produção jornalística. Em resumo, o *Mojo* é o repórter que trabalha na produção de reportagens utilizando apenas o celular ou dispositivo móvel.

Um repórter *MoJo* pode transmitir vídeo ao vivo para a internet, gravar áudios e entrevistas com o telefone que já vem com gravador, tirar fotos com a câmera do telefone e escrever mensagens de texto com teclados desmontáveis antes de enviá-los a um escritório por meio de internet 3G ou *wi-fi* (QUINN, 2014, p.83).

A denominação *Mojo* atualmente já está propagada, mas segundo Barbosa (2013) ela começou a ser difundida em 2005, quando a cadeia Gannett Newspaper passou a empregar essa denominação para intitular a atividade dos repórteres que utilizavam equipamentos como celulares e *notebooks* na produção do conteúdo de forma móvel, com publicações através de redes de internet enviadas do próprio local onde estavam realizando a cobertura.

No Brasil, ganhou destaque a experiência do realizada pela TV Gazeta no ano de 1987, em São Paulo, através do programa TV MIX, onde os repórteres saíam pelas ruas apenas com

uma câmera na mão para contar histórias. A idéia era que o repórter se deslocasse pela cidade de moto para fazer a cobertura e essa seria uma maneira de produzir um volume grande de material com baixo custo, sem gerar despesas com uma equipe de TV convencional.

Atualmente as experiências dos repórteres que atuam utilizando apenas o celular já podem ser vistas em vários telejornais do mundo inteiro. Mas a prática desse modelo de produção começou a ser vista em 2007, em Londres, quando a agência de notícias Thomson Reuters, de forma pioneira, equipou seus jornalistas com um kit de jornalismo móvel que utilizavam um celular conectado a internet e com *software*, desenvolvido pela Nokia especialmente para a agência de notícias, onde o repórter tinha acesso ao *wordpress*, utilizado nos *blogs* da Reuters (QUINN, 2014, p.86).

No Brasil, algumas experiências pioneiras ganharam destaque como aponta Silva (2015) para o caso do projeto “Repórter 3G”, inaugurado pelo Jornal Extra do Rio de Janeiro, em 2009, que incorporou um modelo de produção móvel buscando agilidade no processo de produção e distribuição da notícia, e por isso estabeleceu um modelo de trabalho de forma remota onde o repórter tinha disponível um “Kit de jornalista móvel” integrado por celular, notebooks e carregadores portáteis que facilitam a captação de áudio, imagens e ainda possibilitam o envio de conteúdo do próprio local de apuração.

3.6 Novas Rotinas Produtivas dos Repórteres de TV

As novas características do trabalho no jornalismo vêm acompanhadas de transformações na estrutura das empresas e no modo de pensar a produção jornalística, dentro de uma conjuntura formada pela integração das redações, do processo de digitalização e adoção das práticas de mobilidade no dia a dia, e da produção para várias plataformas diferentes.

O novo formato exige desse profissional agilidade e eficácia. E impõe a ele o desafio de se adaptar a uma metodologia de trabalho, que seja dinâmica, instantânea, interativa, e que atenda às exigências de uma estrutura de produção voltada para várias mídias com linguagens

e comportamentos próprios de cada uma delas, e ainda satisfaça o público ativo e coparticipante.

Agora, mais do que nunca, o repórter precisa lidar com as tecnologias e usá-las a seu favor para uma produção ágil. E pra isso ele conta com um novo aparato tecnológico formado por gravadores, câmeras digitais, tablets, celulares, que ajudam a fazer a apuração no local do fato, a registrar o que ocorre e enviar instantaneamente o conteúdo para o jornal.

Silva (2013) compara as rotinas de produção dos repórteres em tempos atuais com as dos correspondentes de guerra e dos repórteres de agências de notícias.

O aparato tecnológico necessário para o desenvolvimento da atividade envolve uma espécie de kit de "sobrevivência" em campo para o processo de apuração, edição e envio do local do material produzido. Os repórteres que trabalham remotamente precisam enviar com urgência o material para alimentar os noticiários das agências (com a redistribuição para os assinantes e associados), plataformas das empresas jornalísticas. Parte do aparato que se incorpora nas rotinas diárias dos jornalistas foi herdada de iniciativas de coberturas de guerras e conflitos (SILVA, 2013).

Seguindo a tendência da multiplicidade tecnológica incorporada à rotina de trabalho, os repórteres de TV, que já haviam integrado os aparelhos celulares ao seu dia a dia, agora integram os novos aparelhos *smartphones* ao conjunto de equipamentos das coberturas jornalísticas. Os repórteres carregam no bolso um dispositivo capaz de fazer fotos, vídeos, gravar áudio, com programas de edições, que ainda possibilitam uma conectividade com as fontes, a redação, e que através de uma rede de internet enviam o material produzido de onde estiverem. O *smartphone* conectado a uma rede (*wi-fi*, 3g, 4g) possibilita ao repórter, através desse equipamento portátil, a capacidade de apuração rápida da notícia, a captura e envio de vídeos instantaneamente para veiculação no telejornal. Assim, os *smartphones* passam a estar no centro da produção da notícia, em um modelo definido atualmente sob o conceito de jornalismo móvel.

Para o jornalismo, sempre pautado pelo imediatismo e a busca da informação rápida, o *smartphone* surge como ferramenta que possibilita a agilidade e mobilidade necessárias para dar a notícia, de forma prática, em primeira mão. E por outro lado, transforma o jeito de noticiar desde a maneira com que o repórter tem acesso a informação, agora de forma digital, com dados e conteúdos explorados através da navegação na internet pelo celular, passando pela criação de vídeos feitos exclusivamente com a câmera do *smartphone*, ou com imagens

de celular servindo de apoio nas reportagens, até o envio desse material de forma instantânea do próprio local do fato, através da *web*.

Esse jornalismo na “palma da mão”, feito a partir de um celular, tem se tornado indispensável nas rotinas jornalísticas das empresas de comunicação. As experiências dos repórteres de TV produzindo conteúdo com *smartphone* para exibição nos telejornais tem se tornado uma realidade nas emissoras regionais, afiliadas, e até mesmo nas redes nacionais. É cada vez mais comum as imagens de celulares ocuparem espaço nas edições dos telejornais como forma de noticiar fatos de repercussão. Em algumas ocasiões as lentes dos celulares captam imagens inéditas, que não seria possível a uma equipe convencional de TV. O tempo da informação também mudou. As reportagens que demoravam horas para ir ao ar pela demora na apuração e até mesmo deslocamento das equipes até o local do fato e de volta para a redação para depois passar pela edição, agora, em poucos minutos é possível fazer um vídeo utilizando *smartphone* e enviar através da internet, diminuindo assim, o tempo entre o acontecimento e a informação que chega ao telespectador. Assim se percebe que as tecnologias móveis ditam o ritmo da informação nos telejornais atuais. Silva (2013) afirma que essa realidade aponta para um novo desafio na rotina jornalística.

A incorporação das tecnologias móveis atuais emerge de forma similar a adoção à rotina do jornalismo em períodos anteriores indicando a intencionalidade de reduzir o tempo decorrido entre o processo de apuração e produção e a distribuição do material, além da estratégia de manutenção do repórter no local do evento e, portanto, desafio novo vislumbra-se nessa fronteira envolvendo a rotinização das atividades (SILVA, 2013, p.128).

Esse novo modelo impõe aos repórteres um ritmo de trabalho, pautado pelas diversas possibilidades comunicativas viabilizadas pela tecnologia móvel. É possível enxergar, dentro desse contexto, a ruptura de processos antigos de apuração e produção de conteúdo, e a inserção de novas posturas profissionais, assumidas pelos repórteres diante da incorporação tecnológica ao meio de trabalho e da formação de uma nova estrutura comunicativa que abrange esse cenário de convergência jornalística. Agora o repórter precisa atender outras demandas que antes não eram de responsabilidade dele. Ao fazer a reportagem com o celular,

ele precisa estar atento a detalhes de enquadramento, iluminação, captação de áudio, que antes eram atribuições do cinegrafista e que passam a exigir do repórter habilidades novas técnicas.

Em entrevista a Quinn (2014), Mark Glaser, que escreve o blog *Mediashift*, afirma que a profissão de jornalista caminha para a atuação nas diversas mídias e que em breve não vai existir o jornalista que atue apenas em uma mídia, mas que estes profissionais devem adotar cada dia mais características multiplataforma.

Não é suficiente ser um jornalista que atua em uma emissora de rádio ou televisão, que atua na mídia impressa ou um fotojornalista na era digital. Agora os jornalistas precisam aprender uma série de habilidades para alcançar diferentes públicos. Um estudante que está aprendendo sobre jornalismo impresso deve saber como aparecer diante das câmeras, como fazer um vídeo e como bater fotos. Uma pessoa que esteja estudando telejornalismo ou radiojornalismo deve aprender como escrever para a internet e como moderar um fórum online (QUINN, 2014, p.93).

Em muitos casos, o celular passou a ser a principal ferramenta de trabalho do repórter na rua. Silva (2014) apresenta um esquema que mostra como o processo de produção jornalística pode estar centralizada em um aparelho *smartphone*. Primeiro na apuração, com acesso a bases de dados remotas, captura de imagens, vídeo e áudio, investigação medida por móvel, etc; depois a produção, edição remota nos dispositivos, uso de aplicativos de edição multimídia, por exemplo; e ainda na circulação através das redes sociais e das plataformas jornalísticas como rádio, impresso, *web*.

O fato é que os *smartphones* proporcionaram uma dinâmica de trabalho mais ágil e interativa, e acrescentaram outras possibilidades de apuração e elaboração das reportagens. Mas por outro lado, exigiu do repórter a adoção de novas práticas de trabalho até então desconhecidas por esse profissional e o acúmulo de mais funções na sua rotina. É importante destacar aqui o caráter multiplataforma incorporado por estes profissionais para atender as demandas de produção em mobilidade. Agora o repórter de TV precisa lidar com as plataformas móveis integradas ao trabalho na rua. E, por tanto, se tornou fundamental saber manusear as tecnologias portáteis e compreender sobre recursos de imagem, áudio e edição. O desafio dos repórteres adaptados ao antigo modelo de produção televisiva agora é aprender a lidar com essas tecnologias, buscar conhecimentos básicos das funções exigidas para a produção de conteúdo através do celular e encontrar um formato de notícia que se adeque aos telejornais, isso levando em consideração padrão de imagem, linguagem verbal, linguagem

corporal, que podem mudar de acordo com o recurso utilizado na produção da reportagem. O jornalista precisa estar preparado para lidar com as multifunções atribuídas agora ao seu trabalho. Ao passo que as novas mídias aceleraram o processo jornalístico, elas também possibilitam um volume produtivo ainda maior e nesse novo cenário o jornalista atua num contexto multimídia, onde a mesma informação chega através de vários formatos, por isso não é incomum o repórter de TV preparar sua reportagem para o telejornal, enquanto pensa no seu texto para as plataformas digitais da empresa, fazem foto para o *site*, e assim acumulam 2, 3 ou mais funções.

E o que era uma previsão agora se tornou real. A rotina de boa parte dos jornalistas atualmente já inclui o acúmulo de mais de uma dessas atividades. Além das novas atribuições no próprio trabalho, pois, trabalhando de forma cada vez mais individualizada, cabe ao repórter pensar na elaboração da matéria num todo. Desde a preparação do texto narrado, até a preocupação com a captação de imagens e áudio. E é diante dessa nova realidade que essa pesquisa busca compreender as experiências dos repórteres de TV dentro dessa rotina multimídia com produção telejornalística em mobilidade.

No próximo capítulo, trazemos os resultados da pesquisa focada nos repórteres da TV Paraíba e os processos reconfigurantes do uso de tecnologias móveis digitais para televisão.

CAPÍTULO 4

ANÁLISE DA NOTÍCIA EM MOBILIDADE NA TV PARAÍBA

4.1 Desenho da Pesquisa e Métodos

As estratégias metodológicas da investigação perpassam pesquisa exploratória das experiências da TV Paraíba com o processo de convergência e de jornalismo móvel. O trabalho é de natureza qualitativa com intenção de compreender as mudanças ocorridas no processo de produção da notícia e nas rotinas de trabalho dos repórteres da emissora após a inserção do *smartphone* na rotina de trabalho desses profissionais. Optamos por esta abordagem acreditando ser a que melhor se adequa a proposta de analisar fenômenos com características subjetivas como o que pretendemos observar. Para Neto (2002):

A pesquisa qualitativa responde a questões muito particulares. Ela se preocupa, nas ciências sociais, com um nível de realidade que não pode ser quantificado. Ou seja, ela trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis (NETO, 2002, p.21)

Se trata de uma pesquisa de natureza exploratória, pois, buscamos através da revisão bibliográfica nos aprofundarmos nas questões que envolvem o objeto de estudo, os termos utilizados, os fenômenos estudados no que se refere a convergência midiática, jornalismo móvel, rotina de trabalho, entre outros. E também através da coleta de dados exploramos conteúdos que deram suporte na análise do material investigado.

A justificativa para escolha da produção de conteúdo móvel pelos repórteres da TV Paraíba se deu por dois motivos: O primeiro é a frequência com que os vídeos produzidos a partir de *smartphones* começaram a aparecer nos telejornais. A produção móvel ganhou nos últimos anos um espaço considerável na edição dos telejornais da TV Paraíba. O segundo motivo é que a experiência como repórter chamou a atenção para as transformações na rotina desse profissional desde que essa tecnologia passou a fazer parte do seu dia a dia. O que até então era uma prática da rotina profissional passou a ser motivo de análise e pesquisa

empírica com intenção de observar, sob o ponto de vista acadêmico, algo que já havia se estabelecido na prática jornalística.

Dividimos esta pesquisa por etapas: Primeiro fizemos um levantamento dos temas e referências que norteiam a pesquisa, separamos os conteúdos de estudos antigos e atuais. E por fim, realizamos uma revisão bibliográfica sobre os jornalismo móvel, tecnologias digitais, convergência digital, novas rotinas jornalísticas, temas que norteiam nossa pesquisa.

A segunda etapa envolve delimitação do *corpus* de análise. Para investigar o material produzido através do celular optamos por fazer um recorte dos vídeos encontrados pelo pesquisador através do Globo Play. Também aplicamos um questionário aos repórteres da TV Paraíba e ex-repórteres (que vivenciaram as primeiras experiências com as tecnologias móveis) para que indicassem os vídeos com produções via *smartphone*, apontando assim para uma seleção do conteúdo que seria estudado. O questionário continha sete perguntas abertas e fechadas que ajudaram a compreender quem é o entrevistado e quais as suas experiências mais relevantes na produção de conteúdo móvel.

Selecionamos 15 vídeos para esta pesquisa a partir da indicação dos repórteres no questionário e da observação da autora, que buscou através do conteúdo disponível no Globo Play entre os anos de 2018 e 2019, os vídeos de maior destaque produzidos com *smartphone* e aqueles apontados pelo repórteres como de maior relevância. Se faz necessário mencionar a dificuldade que a pesquisadora enfrentou em encontrar arquivos disponíveis no *site*. Em muitos casos, os vídeos estavam indisponíveis na página do site, e isso dificultou o trabalho de seleção do conteúdo a ser analisado.

Após reunir esse material, fizemos uma análise de conteúdo dos vídeos selecionados. Optamos pela análise de conteúdo por acreditar que é a técnica que melhor se adequa a proposta da nossa pesquisa por se tratar de um método que possibilita uma descrição objetiva do objeto em estudo a partir de vários processos. Partimos da definição de Bardin (1995) sobre a análise de conteúdo.

Um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos

relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens. (BARDIN 1995, p.42).

Para cada vídeo em estudo aplicamos uma ficha de observação contendo 11 questões que apontavam para compreender em qual tipo de conteúdo o *smartphone* é utilizado pelos repórteres, se há outros suportes para a gravação e as características desse material produzido através do celular pelos profissionais da TV Paraíba.

A etapa seguinte foi a realização de entrevistas semi-estruturadas com 5 repórteres dos quais obtivemos respostas do questionário aplicado anteriormente, e também com uma editora do telejornal e o editor chefe da emissora. A proposta era compreender, através do diálogo com os entrevistados, a adaptação desses jornalistas à nova rotina de trabalho em mobilidade, conhecer também os aspectos particulares da produção do conteúdo, como estrutura, formato, linguagem. Optamos por entrevistar também o chefe de redação e um editor do JPB2, para que trouxesse um olhar macro sobre as mudanças no jornalismo da TV Paraíba a partir da produção móvel.

Escolhemos o modelo de entrevistas semi-estruturadas para esta pesquisa por se tratar de um recurso que tem características semelhantes a uma conversa e se apoia em ideias e teorias que se relaciona ao tema. Manzini (2004) afirma que esse tipo de entrevista pode não seguir um padrão e ser feita de forma livre, da mesma forma obtendo respostas sem uma padronização.

Por fim, decupamos as entrevistas e analisamos o conteúdo descrito pelos entrevistados e confrontamos com as observações feitas dos vídeos e da avaliação realizada a partir das fichas de observação. Com base nessa análise e nos estudos acerca da mobilidade no jornalismo, chegamos às conclusões apontadas nesta pesquisa.

O que se pretende através deste estudo é compreender se há um modelo comunicativo nas reportagens produzidas através do celular, no que se refere ao tipo de imagem, enquadramento, posicionamento do repórter diante da lente do aparelho, além de linguagem corporal e narrativa na interpretação desse tipo de notícia. Com essa investigação pretendemos confirmar a nossa hipótese de que a aplicação do *Smartphone* na produção de rua criou um novo estilo de reportagem, com características próprias do ponto de vista técnico

e discursivo no telejornalismo. Tratamos aqui de uma emissora de televisão com longa abrangência no estado e que, nos últimos anos, passou por um forte processo de desenvolvimento tecnológico com a transmissão digital e com a inserção de novos equipamentos móveis na produção jornalística, tais como o *mochilink* (aparelho de transmissão ao vivo) e os celulares *smartphones*.

Com base na metodologia acima citada esse estudo pretende, por tanto, observar a produção de conteúdo via celular visando aspectos tais como: a) mobilidade no processo de apuração e transmissão do conteúdo; b) instantaneidade da cobertura; c) agilidade no levantamento das informações, elaboração e envio do material pronto através da mídia móvel; d) as limitações tecnológicas nos pontos mais distantes do estado; e) as possíveis dificuldades pela falta de acesso à internet em determinados lugares; f) as mudanças nas rotinas; g) as vantagens e desvantagens da incorporação das tecnologias móveis na rotina do telejornalismo.

4.2 A TV Paraíba

As emissoras afiliadas têm um papel importante na distribuição da informação e na formação da identidade cultural de cada região. Essas empresas, ligadas às redes nacionais, caminham na mão da inovação e da adoção das tecnologias modernas para servir de apoio na produção jornalística. A TV Paraíba, afiliada da Globo, sediada em Campina Grande, vive um momento de adaptação às novas mídias móveis na produção local. Essa emissora que tem uma história marcada pelas transformações tecnológicas agora vivencia um momento de adoção de um novo modelo de produção jornalística móvel através de recursos como *mochilink* e *smartphones* inseridos no dia a dia dos repórteres para elaboração de reportagens e entradas ao vivo para os telejornais da emissora. Para compreender o processo de inserção dessas tecnologias na TV Paraíba, optamos por fazer um levantamento histórico da afiliada Globo para compreendermos seu surgimento e as principais mudanças vividas ao longo dos últimos anos.

A TV Paraíba entrou no ar no dia 1º de janeiro de 1987, e era a segunda emissora de televisão a chegar em Campina Grande. Antes funcionava apenas a Borborema, inaugurada por Assis Chateaubriand, em 1966, sendo assim a primeira emissora da Paraíba a transmitir programação local (MELO, 2010). Na época, a programação local era exibida a partir de um telejornal noturno.

O primeiro programa exibido pela TV Paraíba para a região de Campina foi o documentário “História de Bolso da Comunicação na Paraíba”, produzido e editado pelo jornalista Rômulo Azevêdo. Na noite do dia seguinte, 02 de janeiro, o primeiro telejornal da emissora entrava no ar. Era o CGTV, também editado por Rômulo e com apresentação de Adenildo Pedrosa. Era o telejornal noturno, exibido na faixa das 19 horas (MELO, 2010, p. 75).

A TV Paraíba faz parte de um grupo de comunicação paraibano composto ainda pelas rádios CBN Campina, CBN João Pessoa e Cabo Branco FM e também pela TV Cabo Branco (afiliada Globo em João Pessoa) e os *sites* G1 Paraíba e Jornal da Paraíba e Globo Esporte.

Figura 3: Sede da TV Paraíba localizada em Campina Grande



Fonte: Cedida do acervo da autora (2019)

Hoje a afiliada Globo em Campina Grande exibe cinco programas locais na grade de programação, além de retransmitir a programação nacional da Rede Globo. Atualmente, o único telejornal exibido pela emissora é o JPB 2ª edição que vai ao ar às 19h00, com apresentação de Carlos Siqueira. Os demais programas, Bom Dia Paraíba que vai ao ar às 6h00, o JPB1 exibido às 12h00, o Globo Esporte que entra às 12h45 e o Paraíba Comunidade apresentado aos domingos pela manhã, são retransmitidos da TV Cabo Branco, em João Pessoa, e contam com inserções de reportagens produzidas pelas equipes em Campina Grande e *flashes* ao vivo dos repórteres da TV Paraíba.

Em 2019 a TV Paraíba passou por mudanças estruturais na empresa que até então retransmitia o Bom Dia Paraíba da TV Cabo Branco e exibia os telejornais JPB1 e JPB2, produzidos da própria sede em Campina Grande. Em julho de 2019 foi anunciado o fim da exibição do JPB1, que também passou a ser retransmitido pela afiliada da capital, restando apenas o JPB2 com edição exclusiva da TV Paraíba. Isso acarretou mudanças como diminuição de equipes e reformulação na edição do JPB1 que passou a agregar conteúdos que atendessem ao público das duas emissoras. Esse processo de mudança já havia começado no ano de 2018, quando a emissora encerrou os trabalhos da equipe sediada na cidade de Patos, sertão do estado. Na época, além dessa havia também outra equipe sediada no município de Sousa, alto sertão, que se mantém até os dias atuais, mas reconfigurada. Apenas com o cinegrafista que faz a cobertura de todo sertão e alto sertão para as TVs Paraíba e Cabo Branco.

A afiliada Globo em Campina tem uma cobertura, em abrangência, de 70% do estado. O sinal da emissora chega a 157 municípios e cerca de 2,8 milhões de pessoas, das mesorregiões agreste, borborema e sertão. Ela aparece na liderança da audiência em maior parte do horário da programação em Campina Grande. Com pesquisa atestada pelo Kantar IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), divulgada em 10 de junho de 2019, o Bom Dia

Paraíba atingiu 57,22% da audiência no horário da manhã e o JPB2 alcançou 54,86% da audiência no horário da noite⁴.

4.3 Experiências do Jornalismo Móvel na TV Paraíba

A TV Paraíba sempre vivenciou transformações com a introdução das tecnologias que iam surgindo com o passar do tempo. Um dos momentos mais importantes da história da emissora foi a chegada do sinal digital. Em 5 de agosto de 2013 os telejornais da TV Paraíba começaram a ser exibidos no formato digital e para que isso acontecesse foi necessária uma adaptação do processo de produção, edição e exibição da programação da afiliada globo em Campina Grande. Os jornalistas e profissionais da técnica passaram por treinamento para se adequar ao modelo digital. Houve também a troca dos equipamentos analógicos pelos digitais, desde as câmeras das equipes de rua, passando pelos sistemas das ilhas de edição, até o *Switcher* (sala de equipamentos por onde é executado o comando de transmissão dos telejornais).

Em Campina Grande, com as câmeras novas, as equipes passaram a gravar as imagens em discos, mais compactos e com capacidade de armazenamento bem maior do que as fitas. Já no sertão, as câmeras digitais são utilizadas com cartão de memória. Nas ilhas de edição os vídeos contidos nos discos são descarregados nos computadores. Todas as edições de imagens passaram a ser feitas nos computadores. As matérias prontas são enviadas pela rede interna para o switcher e armazenadas no playout (LIMA, 2015, p.48).

Junto com a digitalização, aconteceram as primeiras experiências de jornalismo móvel na TV Paraíba. Foi a partir da mudança do analógico para o digital que os repórteres começaram a fazer *links* ao vivo através de redes móveis e *wi-fi*. Até então, as inserções ao vivo para os telejornais demandava a montagem de uma estrutura com o carro de transmissão via microondas ou satélite, que precisava de tempo e de técnicos capacitados. Mas nesse processo de transição para o digital chegou o equipamento conhecido pela equipe como *Mochilink*, que na verdade se tratava de um aparelho de transmissão utilizando chips pelos

⁴ Disponível em:

<http://www.jornaldaparaiba.com.br/cultura/tv-paraiba-e-lider-de-audiencia-em-campina-grande-revela-pesquisa-kantar-ibope.html> Acesso em: 14. dez. 2019.

quais permitiam conexões 3G e 4G para fazer as entradas ao vivo. Era um equipamento grande que pesava em média 9 quilos e que não tinha uma imagem tão boa e por vezes travava no ar.

Figura 4: Repórter Laisa Grisi e o cinegrafista Damião Tomé



Fonte: Cedida do acervo de Laisa Grisi (2014).

O novo equipamento era operado pela própria equipe, estabelecia conexão em poucos minutos, de forma simples, sem que exigisse conhecimento técnico para manuseá-lo.

A própria equipe opera o material que utiliza sete chips de várias operadoras e ainda pode ser conectado à rede wi-fi. Em 10 minutos a estrutura está pronta. A comunicação do repórter com a TV é feita por um celular, para saber o momento de começar a participação. Ele não escuta a programação pois o delay é de cerca de sete segundos, um problema que se espera resolver em pouco tempo com o aperfeiçoamento do sistema. A grande vantagem é que as entradas ao vivo podem ser feitas de qualquer lugar que tenha sinal de internet. É possível também enviar imagens para a emissora a qualquer momento do dia (LIMA, 2015, p.52).

O *mochilink* trouxe mobilidade, portabilidade e agilidade ao telejornal da TV Paraíba. A partir de então os repórteres poderiam fazer chamadas ao vivo de qualquer ponto que tivesse uma conexão 3G ou Wi-fi. O repórter 4 explica que a maior mudança foi no tempo e mobilidade que a equipe ganhou em relação ao trabalho com o carro de transmissão. “Para você marcar um link, esse link tinha que ser super produzido, um dia antes, porque aquele motorista tinha que ir lá para fazer o teste de sinal, pra saber se aquele lugar quando ele subisse a antena ia dar um bom sinal para não dá variação, não ter interrupção na hora do link.”⁵ Mas ainda assim a emissora continuou também utilizando o sistema via microondas, com o carro de transmissão nos ao vivos. E foi assim até 2018, quando a emissora resolveu adotar o modelo 100% móvel de transmissões ao vivo, adquiriu outro *mochilink* e encerrou as atividades com o carro de transmissão.

A próxima evolução da produção móvel na TV Paraíba estava prevista para acontecer em novembro de 2019, conforme informações coletadas durante as entrevista quando a emissora adquiriu um novo modelo de *Mochilink* com conexão 5G, o liveU, que conta com 2 modems de operadoras diferentes e outras duas entradas para chips. O aparelho pesa apenas um quilo e tem 24 centímetros de comprimento (Figura 5). Ele possui uma tecnologia mais moderna que possibilita maior agilidade ao conectar o aparelho à rede. Em menos de um minuto é estabelecida a conexão. O aparelho também reduz o *delay* (tempo que demora para que o áudio seja ouvido na exibição) em relação ao do *mochilink* anterior que era de 7 segundos. “O deley desse novo mochilink pode chegar até ser apenas 1 segundo, então é muito mais rápida. É mais rápida para ligar, a qualidade do sinal é melhor”⁶ (REPÓRTER 2). O editor chefe da TV Paraíba compara o novo recurso com os antigos carros de transmissão. “a qualidade do vídeo da mochila atual que a TV Paraíba tem, equivale hoje ao caminhão do link que nós tínhamos”⁷ (EDITOR CHEFE - ENTREVISTA À AUTORA).

⁵ Repórter 4 - entrevista gravada em 29 de novembro de 2019

⁶ Repórter 2 - entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

⁷ Editor Chefe - entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

Figura 5: LiveU (equipamento de transmissão móvel)



Fonte: Cedida do acervo da autora (2019)

A busca por um jornalismo cada vez mais dinâmico, ágil e a necessidade de ampliar a cobertura, diminuir distâncias e dar conta do máximo de notícias possível motivou os repórteres da TV Paraíba a começar as primeiras experiências de produção de conteúdo através dos *smartphones* para os telejornais. Seguindo uma tendência social de se comunicar através das telas do celular, os jornalistas encontraram num pequeno aparelho portátil a solução para algumas dificuldades até então enfrentadas na rotina jornalística. O que se vê, especialmente a partir da chegada da TV digital, é uma potencialização dos dispositivos móveis no dia a dia do repórter. Assim, de forma intuitiva esses profissionais da TV passaram a fazer os primeiros registros utilizando o celular.

Eu lembro que a primeiras imagens que chegaram de celular aqui elas vinham dos repórteres que diziam assim para mim: olha, o câmara tava lá do outro lado da rua e eu gravei uma cena, não sei se presta pra usar, não sei se vai dar certo. Quando eu olhava a imagem não era tão boa do pouco de vista tecnológico, mas era muito forte

do ponto de vista do conteúdo. E aí a gente passou a usar mesmo não tendo uma qualidade tão boa. (EDITOR CHEFE - ENTREVISTA A AUTORA).⁸

As primeiras experiências das equipes da TV Paraíba com *smartphone* no trabalho diário foram observadas a partir de 2015. No início a repórter 5, na época sediada em Patos, passou a se comunicar com as fontes através de mensagens de *WhatsApp* para facilitar a comunicação. O trabalho de apuração jornalística que antes era feito exclusivamente por telefone, passou a ganhar um novo formato através de mensagens escritas e de áudio enviados pelo aplicativo. Com isso também se tornou possível o acesso a fotografias e vídeos feitos por essas fontes e que passaram a ajudar na elaboração das reportagens para a TV. Logo outros contatos passaram a ser estabelecidos através de grupos de mensagens, novas fontes surgiram, e a informação sobre os assuntos da região, que antes circulava apenas nos *sites* e nos rádios, passaram a ser enviados através de aplicativos.

A comunicação do repórter com a redação, que se dava através das ligações com aparelhos de celulares, com a integração do *smartphone*, passou a acontecer através do aplicativo de mensagem (*WhatsApp*). “O *smartphone* serve como meio de comunicação entre a externa e a produção. A gente utiliza o *WhatsApp* para receber pautas, [...] serve de comunicação para você ir monitorando o tempo, a produção, o jornalismo,, mantendo o contato com a redação o tempo todo”⁹. (REPÓRTER 4 - ENTREVISTA À AUTORA).

As novas características da comunicação entre repórter e fonte transformam o processo de apuração da notícia. Se antes parte das informações chegavam até o repórter através da produção, agora ela chega diretamente da fonte que se comunica através de mensagens de texto no celular e isso viabilizou o processo de produção da notícia e em algumas situações tornou mais rápido. Mas por outro lado, há acontecimentos que demandam mais tempo de apuração e o excesso de informações vindas de toda parte e sem fonte segura lançou ao repórter mais um desafio: a filtragem minuciosa do conteúdo.

A questão da produção antes era mais difícil. Por exemplo, uma ronda a gente tinha que ligar para as instituições uma a uma. E com essa coisa do *WhatsApp*, dos grupo *WhatsApp*, a gente ia falando com essas fontes via aplicativo. Em contrapartida, o fluxo de informação que chegava para mim era enorme. Então era preciso filtrar

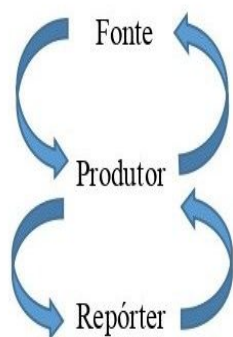
⁸ Editor Chefe - entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

⁹ Entrevista a autora 29 de novembro de 2019

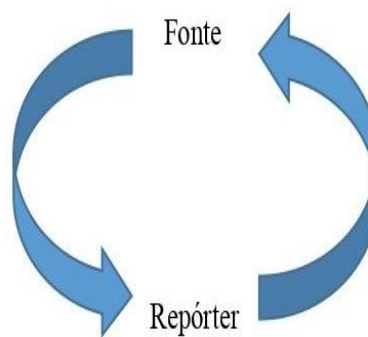
muita coisa para escolher na minha região de cobertura. Por que existe uma questão de tempo de produção, uma questão de custos de viagem para produção de uma reportagem. Tem muita coisa envolvida. (REPÓRTER 5 - ENTREVISTA A AUTORA¹⁰)

Figura 6: Esquemas de apuração

Modelo de apuração tradicional



Modelo de apuração Móvel



Fonte: Autora (2019)

As potencialidades que as novas tecnologias dispõem vão sendo aplicadas no dia a dia desse profissional, no uso do bloco de notas para digitar o *off* e viabilizar a correção com o editor através de mensagens de texto, podendo ser gravado o *off* em qualquer lugar onde o repórter estiver e no acesso direto a conteúdos disponíveis na rede, que ajudam na elaboração do material.

A localização geográfica da equipe é um dos aspectos importantes dentro do contexto de móvel aqui destacados. As longas distâncias e a necessidade de cobrir uma área geograficamente ampla evidenciam a necessidade de pôr em prática um jornalismo móvel como forma de diminuir distâncias e tornar possível a informação em tempo hábil dentro de toda área de cobertura. Nesse contexto, o *smartphone* desponta como uma mídia locativa capaz de redimensionar os espaços no campo do jornalismo. Lemos (2009) aponta que as

¹⁰ Repórter 5 -Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019.

tecnologias móveis e as redes de acesso sem fio à internet “criam uma computação ubíqua da era da internet das coisas e fizeram com que o ciberespaço ‘desça’ para os lugares e os objetos do dia-a-dia”. Assim, a informação se amplifica e se potencializa a partir da possibilidade de ser “acessada, consumida, produzida e distribuída de todo e qualquer lugar”, isso através do uso de *smartphones*, *tablets*, *notebooks* e qualquer outro dispositivo móvel disponível ao repórter.

No caso em estudo a equipe formada por cinco repórteres e um cinegrafista fixado em Sousa, no sertão do estado, é responsável por cobrir dezenas de cidades na Paraíba. Há lugares que ficam a grandes distâncias da redação da TV Paraíba sediada em Campina Grande. Por tanto, muitas vezes esses profissionais precisam viajar horas para chegar ao local da notícia e essa distância torna inviável a entrega do VT a tempo para ir ao ar no telejornal da emissora. Muitas vezes a matéria chegava “fria” devido às distâncias entre o local do fato e a redação, ou escritório base, no caso da equipe sediada no sertão. E por muito tempo isso foi um problema primeiro pelo fato de que muitas informações sequer chegavam ao conhecimento da equipe, e em outras situações, quando se tinha conhecimento do fato, por causa da longa distância essa informação ia ao ar no dia seguinte, sem o imediatismo tão importante ao jornalismo.

Aspectos espaciais, as distâncias que os jornalistas precisam percorrer para dar a notícia, foram determinantes no início do jornalismo móvel na TV Paraíba. Os repórteres passaram a usar o celular para dar a notícia de lugares distantes, em situações onde não conseguiriam voltar para a TV em tempo do conteúdo ir ao ar no telejornal. A partir daí, deram início as primeiras experiências com áudio e imagens enviados pelo *WhatsApp*, substituindo o antigo audiotape, que era um formato de notícia onde o repórter dava a informação por telefone, através de uma ligação gravada por técnicos na emissora, e na imagem, o que aparecia era o mapa do estado com a foto do repórter localizando a cidade de onde estava falando. Com a chegada dos *smartphones* na produção jornalística esse formato jornalístico fica em desuso e é substituído pelo conteúdo produzido através do celular.

A gente ia fazer matéria em alguma cidade distante, não dava tempo gerar esse material para o jornal que ia entrar no ar em seguida. Por exemplo, um

acontecimento tinha sido de manhã e não ia dar tempo enviar para o JPB 1, então a gente ia usar o híbrido, que era uma gravação telefônica, que tinha que ser feita de um telefone fixo, tinha todo um procedimento que era muito burocrático e a gente começou a fazer o seguinte... olha, grava um áudio a gente manda pelo *WhatsApp* e manda fotos também para cobrir com as imagens. A primeira vez deu certo, se eu não me engano foi uma explosão a banco em uma cidade pequena, e depois disso com o passar do tempo a gente passou a mandar vídeos no lugar das fotos para cobrir, posteriormente a gente pensou gravar um *stand up* com o celular. (REPÓRTER 5 - ENTREVISTA A AUTORA¹¹)

Diante da necessidade de dar a notícia em primeira mão, os repórteres passaram a adotar cada vez mais o celular como recurso de produção do material na rua. O repórter 2 ressalta o caso de um acidente ocorrido em uma cidade em que a equipe levaria quatro horas de viagem para ir e para voltar, e sabendo que não chegaria a tempo para a notícia ser veiculada no jornal, a equipe optou por gravar um *stand up* usando o celular e enviar através do *WhatsApp*, utilizando a rede móvel. “Então eu com o cinegrafista, a gente parou lá na estrada onde tinha o acidente e fez um *stand up* todo com o celular e gerou para cá, garantindo que aquele conteúdo entrasse de meio dia e a gente só trouxesse a matéria completa a noite”¹². (REPÓRTER 2 - ENTREVISTA À AUTORA).

Com essas primeiras experiências de produção de vídeo através do celular começou-se a explorar outros recursos e novas linguagens para dar a notícia em mobilidade, e dessas experiências nasceu o *stand up selfie*, que se trata de um *stand up* já utilizado no jornalismo de TV, mas que se diferenciava, a princípio, por se tratar de um vídeo gravado pelo próprio repórter segurando o celular. Ele aparece narrando o fato, trazendo as primeiras informações e impressões sobre o que aconteceu, e surge como uma nova maneira de dar a notícia nos telejornais da TV Paraíba. O vídeo tem de 1 a 2 minutos de duração, e nesse tempo o profissional descreve a situação e traz imagens do fato naquele momento se utilizando de um novo formato de vídeo para a TV.

No *stand up selfie* o repórter elabora um vídeo com a câmera na horizontal, fazendo um auto vídeo com a câmera frontal do *smartphone*, que precisa estar perto do rosto para que o microfone do celular possa captar o áudio com a melhor qualidade possível. Podendo-se fazer, ou não, imagens em movimento para ilustrar o conteúdo narrado pelo repórter. O *stand*

¹¹ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

¹² Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

up também pode ser gravado pelo cinegrafista utilizando o *smartphone*, em um modelo parecido com o tradicional. No caso estudado, as experiências aconteciam gradualmente no dia a dia dos profissionais que aos poucos passaram a entender o que dava certo ou não com esse recurso.

Posteriormente foi-se pedindo para que a gente começasse a fazer movimentos de câmera. Olha, faz uma PAN quando ela tiver falando e mostra o local. Mas, tinha uma dificuldade porque o cinegrafista ia fazendo e eu tinha que tá acompanhando o movimento dele pra ir captando o áudio. Então, tudo era muito teste. Tinha uma recomendação, mas tudo era de sensibilidade. Terminou de gravar, vamos assistir tudo pra ver se ficou legal a imagem, se captou bem o áudio, se em algum momento dá pra ouvir o que a repórter tá falando¹³ (REPÓRTER 5 - ENTREVISTA À AUTORA).

O conteúdo produzido pelo celular se diferencia do modelo convencional por apresentar características próprias dessa produção móvel. É um produto feito apenas com celular, que pode se utilizar de suportes como estabilizador de imagem, tripé, luz, microfone, próprios para celular e que exige um formato de imagem sempre na horizontal, com enquadramento adequado do rosto do repórter, e com plano americano, quando a gravação é feita pelo cinegrafista. E a linguagem se torna mais informal, na intenção de gerar uma aproximação do público.

Também através do celular o material é enviado para a edição do telejornal, utilizando o aplicativo *WhatsApp*, através de uma rede de internet 3G, 4G ou *wi-fi*. Assim o repórter cumpre o seu papel de trazer a notícia em primeira mão. Embora não haja um padrão estabelecido para a notícia em mobilidade, nesse estudo percebemos que ela se diferencia do modelo tradicional de produção em alguns aspectos (QUADRO 1).

¹³ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

Quadro 1 - Aspectos do *stand up* tradicional e do *stand up selfie*

RECURSO	<i>STAND UP TRADICIONAL</i>	<i>STAND UP SELFIE</i>
IMAGEM	Feita através da câmera tradicionalmente usada pela equipe de TV. É gravado pelo cinegrafista em plano americano (da cintura para cima). Apresenta boa qualidade de imagem.	É feito através do celular. O próprio repórter grava utilizando a câmera frontal do aparelho. Deve-se escolher um plano de imagem em que o rosto do repórter fique bem enquadrado. Apresenta qualidade boa de imagem, mas em alguns casos não há estabilidade boa.
SUPORTES	Geralmente são utilizados equipamentos como Tripé para câmera e luz.	Pode ser utilizado o bastão de selfie ou outro estabilizador de imagem, além de luz adaptada para celular,
ÁUDIO	O áudio é captado através do microfone com canopla, utilizado pelo repórter. Apresenta boa qualidade de captação.	O áudio é captado pelo microfone do próprio celular, podendo ser utilizado também um microfone próprio para celular. Apresenta qualidade inferior de áudio quando não se utiliza o microfone.
LINGUAGEM	Se utiliza a linguagem padrão do jornalismo. Com a narração direta do fato através da interpretação de um texto pré-planejado pelo repórter.	Não há uma linguagem estabelecida formalmente. O repórter se utiliza de uma comunicação mais “leve”, com discurso direto com o telespectador, de forma que ele narra o fato de maneira espontânea.
ENVIO DO MATERIAL	Material é gravado no disco da câmera e entregue diretamente para a edição.	O vídeo é enviado através do <i>WhatsApp</i> , utilizando as redes de internet 3G, 4G ou <i>Wi-fi</i> .

Fonte: Autora (2019)

Desde 2015 o *smartphone* passou a integrar definitivamente a lista de equipamentos de produção da notícia pela equipes da TV Paraíba (figura 8). Mas foi a partir de 2017 que esse recurso foi incorporado definitivamente a atividade de produção de rua na TV Paraíba. Os repórteres sempre munidos com *smartphones* se utilizavam do recurso sempre que necessário.

Figura 8: Repórter Rafaela Gomes



Fonte: Reprodução TV Paraíba

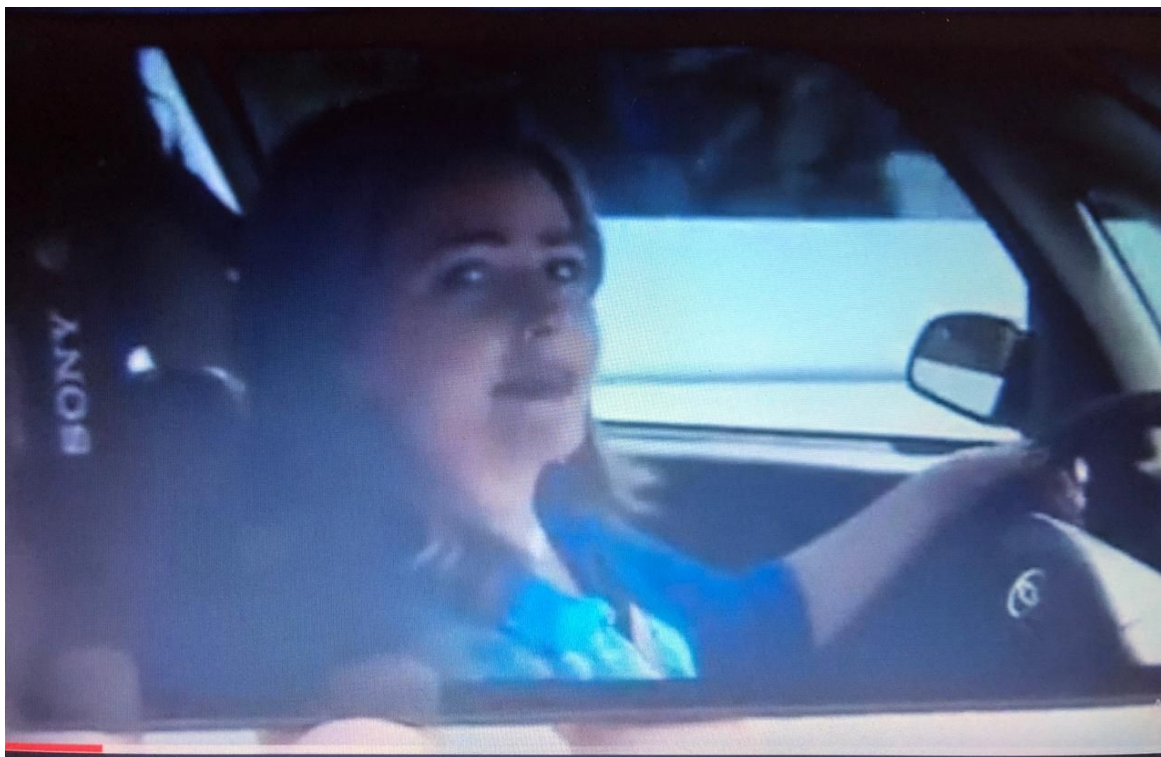
Em algumas ocasiões, o celular chega a substituir a falta do equipamento profissional, que por algum motivo não pôde ser utilizado. “Quando não tem câmera disponível, então pega o teu celular, faz o material e manda para a TV. É a carta na manga, a segunda opção. Primeira opção é o equipamento profissional. Ele é utilizado principalmente nas matérias factuais”¹⁴. (REPÓRTER 1 - ENTREVISTA À AUTORA). A definição quanto ao uso do celular em determinada notícia parte da edição do telejornal para qual o repórter está produzindo o material, levando em consideração premissas do jornalismo como agilidade e instantaneidade.

¹⁴ Entrevista gravada em 27 de novembro de 2019

Essa decisão é tomada, muitas vezes, quando o repórter está no local e não vai dar tempo de voltar à redação, ou está com equipamento que, por exemplo, a bateria tá descarregando, ou quando tem qualquer dificuldade com o equipamento a gente sempre recorre ao celular pela questão do imediatismo. Porque gravar um vídeo no celular e mandar pelo *whatsapp* vai chegar com uma rapidez maior do que se for ligar um equipamento, gravar pra poder transferir pela internet, como é no caso do *mochilink*. Principalmente se o jornal estiver muito pertinho de entrar no ar, então, grava um vídeo rapidinho e o repórter envia pelo *whatsapp* (EDITORA - ENTREVISTA À AUTORA).

No caso das matérias frias¹⁵, o celular surge com a proposta de trazer para a TV o caráter inovador da produção de conteúdo através das tecnologias móveis e para dinamizar a informação, oferecendo uma outra perspectiva de imagem, de texto, e gerando uma sensação de proximidade com o telespectador que já está adaptado ao uso do celular no seu dia dia. A figura 9, mostra a repórter Sandra Paula gravando uma passagem no celular para utilizá-la em uma reportagem, em outubro de 2016.

¹⁵ No jargão jornalístico, são consideradas “frias” as matérias que não tem um apelo factual, são atemporais.

Figura 9: Repórter Sandra Paula

Fonte: Reprodução TV Paraíba

A experiência dos repórteres passou a ser com uma linguagem mais dinâmica, com uma narrativa solta e cada vez mais descritiva dos fatos. A repórter 5 explica que houve uma mudança daquele texto revisado, decorado, para um texto mais solto onde a repórter mostra o que está presente numa determinada situação e que traz suas impressões sobre o assunto, não só como “o jornalista do texto decorado”, mas como “ser humano, falando como é que eu me sinto diante daquele fato. Mostrando mais sentimento, empatia, sensibilidade”. Essa seria uma forma de aproximar o público através de um texto com uma linguagem mais acessível. “Falo como se eu tivesse conversando com as pessoas, eu estou falando com meu celular do jeito que eu falo com meu público no storie do Instagram, então, é uma conversa mais eu e você do que eu e várias pessoas. Aquela história de um pra um e de um pra todos”¹⁶.

A produção através do *smartphone* rompe com antigos padrões do telejornalismo. A narrativa que tinha um aspecto formal passa a apresentar um tom de informalidade na

¹⁶ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

linguagem utilizada pelos repórteres para descrever um fato. O repórter 2 destaca que o próprio celular traz essa informalidade, e é isso que acaba induzindo uma nova comunicação verbal do repórter de TV. “A gente falar com uma uma linguagem muito formal em um recurso informal, acaba que fica meio confuso para o telespectador, então a gente altera a linguagem para casar com o texto pela utilização do celular¹⁷ (REPÓRTER 2 EM ENTREVISTA À AUTORA)

Em contrapartida a essa tendência da informalização da narrativa jornalística, cresce uma preocupação por parte desses profissionais quanto à maneira da comunicação verbal dentro do contexto das mídias móveis no telejornalismo. Por não haver um padrão linguístico e a narração está cada vez mais coloquial, a inquietação dos repórteres é para que não se popularize em excesso a fala jornalística e acabe por perder o sentido profissional da atividade. O repórter 5 chama a atenção para a forma de dar a notícia: “Há um cuidado, porque por mais solto que a internet tenha essa linguagem, mas o jornalismo tem suas especificações. Você também não pode ser uma pessoa comum com um celular mostrando algo simplesmente de qualquer jeito”¹⁸.

O que observamos através deste estudo é que o jornalismo móvel passa a integrar a vida dos profissionais de TV de uma forma gradual, ao longo do tempo, através da adoção dos próprios profissionais ao uso dos celulares na produção de reportagens, por tanto, não há um formato de trabalho definido ou um padrão jornalístico estabelecido pela empresa de comunicação para nortear os repórteres nesse tipo de atividade. “A gente faz de forma empírica. Cada um faz da forma que acha, daquela sua vivência com a TV, você procura transformar num conteúdo jornalístico, porém sabendo que é algo mais solto” (REPÓRTER 4 - ENTREVISTA À AUTORA). O editor chefe da TV Paraíba, explica que não há mais padrão para se dá a notícia através gravada no *smartphone*: “Não há mais formato. O que se tem é um cuidado com a informação que vai ao ar”¹⁹ (EDITOR CHEFE EM ENTREVISTA À AUTORA).

¹⁷ Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

¹⁸ Entrevista gravada em 29 de novembro de 2019

¹⁹ Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

Os repórteres relatam que as experiências com celular aconteceram no início de forma intuitiva, que não houve nenhum tipo de treinamento para uso da ferramenta, que foram em busca de conhecimento fora e adaptaram ao modo de fazer TV. E para alguns essa não foi uma adaptação fácil. O repórter 1 explica que tinha pouca habilidade com os *smartphones* quando eles começaram a ser utilizados pelos colegas de reportagem na produção dos vídeos, e que observando essas experiências se viu na obrigação de acompanhar essa tendência, mas que não foi uma adaptação fácil. “Aprendi pesquisando, olhando redes sociais, como funcionava, perguntando às pessoas [...] Porque ou você se recicla e aprende aquilo que tá sendo usado, as novas ferramentas no telejornalismo, ou fica de fora, fica excluído do mercado”²⁰ (REPÓRTER 1 - ENTREVISTA À AUTORA).

Por outro lado, ouvimos experiências de repórteres que disseram não ter enfrentado grandes dificuldades com o uso da tecnologia porque era algo que já fazia parte da sua rotina. Observamos, através da análise dos vídeos coletados para esta pesquisa, que estes foram os repórteres que se apresentaram com maior quantidade de vídeos produzidos com celular. Eles destacaram que o curso UNIGLOBO²¹ para o uso das mídias móveis nos telejornais colaborou para o aprendizado da produção móvel.

As questões técnicas que envolvem a produção por celular ainda é um ponto que precisa ser discutido dentro do contexto da produção de vídeos para a TV com celular, isso porque até pouco tempo havia um padrão estabelecido de imagem, com melhor qualidade possível, com enquadramentos pré-estabelecidos, estabilização de imagem, iluminação adequada e captação de áudio. A gravação dos vídeos através do *smartphone* rompeu com esse padrão da imagem perfeita. Agora, o entendimento é que a notícia precisa ser dada independente da qualidade do vídeo, especialmente quando se trata do material vindo da população, que muitas vezes envia vídeos de acontecimentos importantes, mas com baixa qualidade de vídeo de imagem.

No caso das produções dos repórteres, há uma preocupação maior com a qualidade do material. De acordo com a editora²², geralmente esse conteúdo vem com uma qualidade boa,

²⁰ Entrevista gravada em 27 de novembro de 2019

²¹ Plataforma de cursos online fornecido pela TV Globo para capacitação dos profissionais das afiliadas

²² Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

exceto quando o repórter está em um ambiente muito barulhento e a captação de áudio do celular fica prejudicada. “Quando esses vídeos são feitos pelos repórteres é tranquilo porque eles já fazem pensando na imagem, no áudio, no processo da edição. Mas quando é um vídeo do popular ou qualquer pessoa, não há muito esse controle”²³ (EDITORA EM ENTREVISTA À AUTORA).

Embora haja um esforço das equipes de rua para entregar um conteúdo de melhor qualidade possível, o trabalho fica prejudicado por questões técnicas que estão fora do controle desses profissionais. Uma das questões fundamentais na qualidade do vídeo é o tipo do celular com qual é feita a gravação. E no caso em estudo, os repórteres usam os próprios celulares, que e em alguns casos não oferecem uma qualidade tão boa.

Outra limitação é a falta de equipamentos que viabilizem a qualidade da produção no celular. Nota-se em alguns vídeos a falta de estabilidade da imagem, ou o áudio prejudicado. Questões que se resolvem a partir da utilização de ferramentas como bastão de *selfie*, luz para celular, microfone específico para uso com *smartphone*. Por vezes é feita uma adaptação que melhora o áudio, mas segundo os repórteres, não é suficiente para garantir uma captação de qualidade. “A gente não tem microfone apropriado para gravar em celular, então, algumas vezes a gente adapta utilizando fones de ouvido, que nem sempre tem uma captura tão boa. Nós não dispomos de um pau de *selfie*, que melhoraria o enquadramento e a mobilidade”²⁴ (REPÓRTER - 2 - ENTREVISTA À AUTORA).

O material elaborado de forma móvel é enviado pelo repórter do local do fato para a redação, em Campina Grande. Para que isso seja possível, eles precisam de uma rede 3G ou 4G para enviar o conteúdo via *WhatsApp*. Na falta da rede móvel, a opção visualizada pela equipe é recorrer a uma *wi-fi* que possa estar disponível o mais próximo possível do lugar da notícia. Mas nem sempre há conexões estabelecidas nos lugares onde o repórter está. Há áreas rurais que ainda não são cobertas pelas redes de internet. Em outras situações, o problema é a operadora disponível na cidade não ser a mesma usada pela equipe, e a falta de uma conexão *online* representa uma das dificuldades mais relevantes nesse processo da produção com

²³ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

²⁴ Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

smartphone, que às vezes é inviabilizada pela impossibilidade de envio do material produzido, ou surge como um desafio a mais para o repórter que precisa buscar alternativas que possam levá-lo ao encontro de uma rede de internet nos lugares mais remotos do estado. “Nas cidades que não pegava internet eu ia num estabelecimento comercial, perguntava onde tinha uma lan house, ia na casa das pessoas saber se elas poderiam dar a senha do *wi-fi* para que a gente pudesse enviar esse conteúdo”²⁵ (REPÓRTER 2 - ENTREVISTA À AUTORA).

A editora de texto relata uma situação onde a equipe estava na zona rural fazendo a cobertura de um caso de bastante repercussão, eles tinham acabado de chegar no local do fato e o jornal estava para entrar no ar e não havia rede telefônica na comunidade onde a equipe estava. A comunicação só pôde ser feita graças a uma rede *wi-fi* disponibilizada por um dos moradores. E foi através dessa rede que a repórter entrou ao vivo na abertura do jornal dando a notícia em primeira mão. “Foi a primeira experiência de um ao vivo todo feito via conexão de internet. Desde o link estabelecido através do mochilink até a comunicação com o repórter. O ao vivo foi coordenado via *whatsapp* (Figura 10). Era por lá que eu dava o comando para o repórter no ar”²⁶ (EDITORA ENTREVISTA À AUTORA).

²⁵ Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

²⁶ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

Figura 10: Print da conversa entre editora e repórter via whatsapp



Fonte: Cedida do acervo de Ana Sousa (2018)

A inserção do celular na produção telejornalística foi sendo adaptada aos poucos a rotina dos profissionais. Alguns relatam não ter habilidade alguma com as ferramentas de produção de vídeo com *smartphone* e que a falta de habilidade com o equipamento foi outro ponto de limitação na produção do conteúdo. Como exemplo, o repórter 1 cita o caso de um acidente que aconteceu próximo a hora do jornal entrar no ar. Por falta de equipamento disponível na Unidade Produtora e Jornalismo (UPJ), eles tiveram que optar por fazer a cobertura via celular.

Chegamos lá já estava escuro, então não tinha quase luz. O cinegrafista precisou usar o meu aparelho, porque se eu fosse usar também não ficaria bom para o vídeo. Ainda

era naquele formato como se fosse uma câmera, só que pelo celular. O cinegrafista também estava super nervoso porque ele nunca tinha usado, nunca tinha sido preparado, não teve nenhum curso, não teve nenhuma orientação a respeito, a não ser da produção...olha, você segura assim, grava e pronto. Só que não é tão fácil desse jeito na prática, então ele sofreu bastante com isso, porque ficou muito inseguro, e não ficou muito bom não, mas como a gente tinha pouco tempo, teve que ser usado esse mesmo. (REPÓRTER 1 - ENTREVISTA À AUTORA)²⁷.

A pouca experiência de alguns profissionais com a produção móvel, e até mesmo a falta de intimidade dele com o *smartphone* não só limita a produção como também põe em cheque a qualidade final do material. O repórter 4²⁸, adaptado a um modelo de trabalho com padrões de imagem e som que garantem certa qualidade, acredita que o conteúdo, em algumas situações, não está bem elaborado do ponto de vista técnico: captação, enquadramento. Ele entende que o quesito instantaneidade faz valer a pena esse tipo de produção, mas que a sensação do repórter é de estar fazendo algo de qualidade inferior ao que se costuma fazer.

4.4 Série “Pelos Lentes do Celular”

Em outubro de 2018 a equipe da TV Paraíba colocou em prática um projeto que foi considerado um marco da produção móvel da emissora. Uma série de reportagens feita exclusivamente com o *smartphone* para comemorar o aniversário de Campina Grande trazendo um conteúdo com um outra perspectiva, um olhar mais aproximado da realidade do telespectador. A proposta era mostrar a rotina dos campinenses “pelos lentes do celular”, título da série que foi exibida no JPB2. A editora do telejornal explicou que a ideia era elaborar pautas em que as imagens fossem pensadas sob uma outra perspectiva, diferente do que era gravado com as câmeras usadas pela equipe de TV. “A exemplo de uma imagem que o editor fez e ele colocou o celular na pista para que o carro passasse “por cima”, criando uma imagem diferente e que não seria possível com a câmera²⁹. (EDITORA - ENTREVISTA À AUTORA).

²⁷ Entrevista gravada em 27 de novembro de 2019

²⁸ Entrevista gravada em 29 de novembro de 2019

²⁹ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

O projeto contava com a elaboração de três matérias especiais para a série, tudo feito apenas com *smartphone*, e que seria exibido no dia do aniversário de 154 anos de Campina. Para isto se organizou um grupo de trabalho para planejar e executar as pautas. O chefe de redação conta que montou uma equipe de pessoas que tinham mais intimidade com o *smartphone*. Era o caso dos editores de imagem. “Eles incorporaram a equipe e foram dando dicas de como enquadrar, de como ter mais de um ângulo com três celulares. A gente não tinha os três celulares, aí disse...então um é da TV, o outro é de Rodrigo, o outro é de André, e o outro é do repórter”³⁰ (CHEFE DE REDAÇÃO - ENTREVISTA À AUTORA).

A equipe era formada por produtor, repórter, cinegrafista, editor de texto e editor de imagem. Os editores vivenciaram a experiência de, além de participar do planejamento, ir também para a rua gravar o material que mais tarde seria editado por eles.

A ideia era mostrar aquele fato a partir de diversos olhares, e por isso quando a gente foi gravar ia o produtor, editor, editor de imagem, pra gente poder pegar diferentes olhares...quando chegava lá cada um pegava seu celular e fazia o registro do que achava interessante [...] Muitas vezes o editor de imagem filmava os repórter entrevistar uma pessoa e eu filmava eles filmando pra gente poder mostrar que tava fazendo conteúdo com celular, porque senão em alguns momentos ia confundir se era imagem da câmera. (EDITORA - ENTREVISTA À AUTORA)³¹.

A primeira reportagem da série foi elaborada pelos próprios telespectadores, utilizando o *smartphone* para mostrar as suas rotinas na cidade. A reportagem foi editada através dos vídeos enviados por um médico, um policial e um comerciante, gravadas em casa, no trabalho e trazendo relatos sobre a relação deles com a cidade de Campina Grande (Figura 11).

³⁰ Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

³¹ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

Figura 11: Médico Uirá Coury, personagem da reportagem



Fonte: Reprodução TV Paraíba

A segunda reportagem da série “pelas lentes do celular” trata das novas profissões que surgiram a partir do desenvolvimento tecnológico e da adoção dos celulares no mercado de trabalho. O material foi gravado pelo repórter Felipe Valentim (figura 12), junto com a equipe, que usa 3 celulares, optando por ângulos diferentes em toda a gravação. Na imagem abaixo o repórter aparece fazendo uma entrevista utilizando o *smartphone*, um bastão de *self* e um fone de ouvido. Ele aparece ao lado do entrevistado durante a entrevista e conversa de forma mais natural e descontraída, como se estivesse numa conversa onde o telespectador também participa. O que chama a atenção é que os profissionais observam que essa estratégia ajuda na gravação das entrevistas porque, muitas vezes, o entrevistado já está adaptado a esse estilo de gravação com o celular. “ É diferente quando você coloca uma câmera grande de TV, muita gente se intimida. Com o celular eu percebo as pessoas mais a vontade por conta dessa rotina delas de tá com o celular na frente do rosto”³² (REPÓRTER 2 - ENTREVISTA À AUTORA).

No caso dessa reportagem, a proposta é aproximar o público da notícia trazendo esse contexto móvel que envolve não apenas a inserção do equipamento portátil, mas uma maneira

³² Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

de dar a notícia através de uma comunicação semelhante a do público. E esse seria um mecanismo para prender a atenção do telespectador na hora do telejornal.

Figura 12: Repórter Felipe Valentim



Fonte: Cedida do acervo de Ana Sousa (2018)

A terceira reportagem da série apresenta as novas formas de produção e divulgação da cultura através do celular, trazendo como exemplo um cineasta que produz filme através do *smartphone*, uma dançarina que usa as redes sociais para divulgar a arte, e os cordelistas que usam as plataformas digitais para divulgar as suas criações.

O repórter Marcos Vasconcelos começa a reportagem conversando com o telespectador e durante toda a reportagem apresenta um discurso que gera uma comunicação mais próxima com o telespectador. Ao analisar os vídeos é possível ver que a equipe utiliza equipamentos específicos na gravação, a exemplo de estabilizador de imagem, tripé e luz para o celular, que dão apoio a construção desse conteúdo com formato móvel. A imagem abaixo (figura 13), mostra a equipe durante a gravação, e o que chama a atenção é a

desconstrução no padrão de elaboração da notícia. Agora o entrevistado também participa da construção do produto. Nesse caso, a entrevistada é responsável por gravar um dos ângulos da imagem, e para isso ela utiliza um *smartphone* acoplado a um estabilizador de imagem, o gimbal. Enquanto que o cinegrafista também utiliza estabilizador com o celular, para gravar de um outro ângulo. Reforçando a ideia da equipe de trazer várias perspectivas de um mesmo conteúdo.

Figura 13: Repórter Marcos Vasconcelos, Cinegrafista Hoberdan Dias e a cordelista Anne Karolynne



Fonte: Cedida do acervo de Ana Sousa (2018)

Na imagem a seguir (figura 14) observamos outra situação em que o repórter aparece fazendo a entrevista diante de dois aparelhos celulares apontados para eles em busca do melhor ângulo para a reportagem. Enquanto um dos *smartphones* capta a imagem fechada do entrevistado, o outro dá opção do enquadramento com o repórter dentro da cena. Para captação de áudio ele utilizam um microfone lapela conectado ao celular, enquanto que no apoio para fazer a imagem é um bastão de *selfie*. Mas o que chama a atenção para esta

cobertura é que os três profissionais que aparecem nessa produção de conteúdo são: repórter, editor de imagem e editora de texto (figura 14). Em um exemplo claro de reconfiguração do trabalho jornalístico a partir da inserção das novas tecnologias..

Figura 14: Repórter Felipe Valentim, Editor de imagem André Almeida, Editora de Texto: Ana Sousa



Fonte: Cedida do acervo de Ana Sousa (2018)

Dentro do processo de elaboração do conteúdo telejornalístico a edição desponta como parte determinante no resultado final de tudo que foi executado pela produção e reportagem. É na edição que todo o material gravado na rua ganha forma e se transforma em reportagem após a finalização. No caso da série “pelas lentes do celular”, essa foi uma das etapas mais complexas, já que havia uma grande produção de vídeos em formatos diferentes e os editores foram desafiados a trabalhar esse conteúdo produzido através do celular.

A editora explica que o processo de edição foi difícil porque o formato do vídeo gravado pelo celular é diferente do vídeo feito pelas câmeras das equipes. Por isso, foi preciso converter os vídeos para outro formato para que o Premier³³ reconhecesse imagem e som corretamente para que o material fosse editado e pudesse ir ao ar. “Em relação a vídeos que são muito pesados nós enfrentamos essa dificuldade, principalmente porque eram vídeos

³³ Programa de edição de vídeos.

muito longos e de vários celulares e vinham em vários formatos e a gente precisava unificar em um único formato³⁴ (EDITORA - ENTREVISTA À AUTORA). O chefe de redação³⁵ observou essas dificuldades como uma oportunidade de aprendizado para toda a equipe que até então não tinha vivenciado uma experiência como esta e que deixou lições de como organizar uma edição nesse contexto da produção móvel.

Além da série de reportagem observamos também que a abertura do telejornal também foi feita utilizando o celular. O apresentador e chefe de reportagem, começa a escalada do JPB2 da redação, segue pelos corredores até chegar no estúdio da TV Paraíba. Percebe-se que em alguns momentos, enquanto o apresentador caminha, a imagem fica mais clara ou mais escura, e que também o áudio não é captado através do microfone específico para celular, e sim pelo próprio microfone do aparelho, que apresenta boa qualidade, mas com certas limitações por não captar o áudio direcionado e gravar parte do som ambiente. Mas apesar das limitações, a preocupação da equipe era elaborar o conteúdo em mobilidade sem se apegar as regras do modelo de produção tradicional (Figura 15)

³⁴ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

³⁵ Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

Figura 15: Apresentador Carlos Siqueira e o editor de imagem Rodrigo Rodrigues



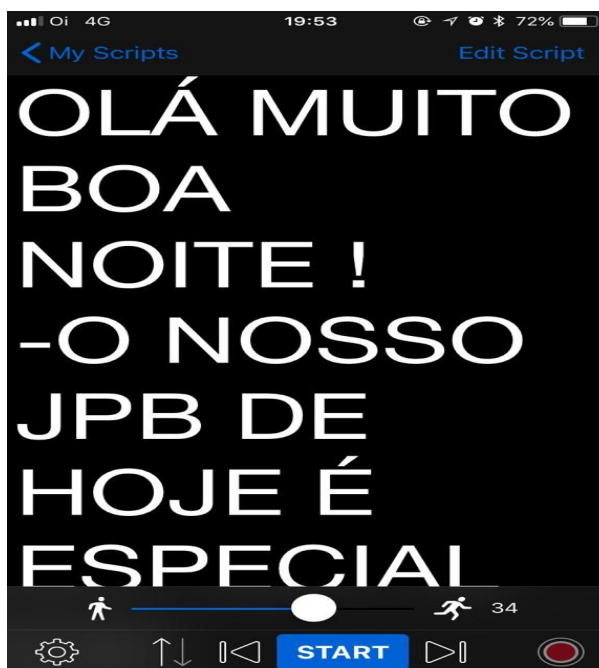
Fonte: Cedida do acervo de Ana Sousa (2018)

Os recursos utilizados pela equipe na gravação da escalada do JPB2 foram o *smartphone*, um estabilizador de imagem e um outro aparelho de celular que, segundo a editora³⁶, serviu como teleprompter³⁷ utilizado através do aplicativo “My Scripts” (Figura 16).

³⁶ Entrevista gravada em 07 de dezembro de 2019

³⁷ Equipamento acoplado às câmeras que exibe o texto a ser lido pelo apresentador

Figura 16: Print do aplicativo do *teleprompter*



Fonte: Cedida do acervo de Ana Sousa (2018)

Os experiências vivenciadas pela equipe da TV Paraíba nos últimos anos mostra que não dá para se pensar na produção jornalística de TV nos dias de hoje sem levar em consideração as mídias móveis. Ao analisar os vídeos elaborados a partir do celular e exibidos na emissora, percebemos que o conteúdo móvel trouxe aos telejornais da TV Paraíba características como dinamicidade e interatividade. A informação é dada em tempo imediato, o repórter apresenta uma comunicação mais próxima do público, muitas vezes trazendo as impressões das pessoas diante do fato e uma linguagem aproximada, o que acaba por gerar uma identificação do telespectador com a notícia.

Observamos também que a qualidade do material depende de um conjunto de fatores: qualidade de captação de áudio e imagem do celular, do uso de equipamento de suporte como estabilizadores, microfones e da habilidade do profissional com os recursos utilizados na produção da reportagem, por isso a importância de se investir em equipamentos de produção via *smartphone* e na capacitação dos profissionais para atuar com essa ferramenta.

A atividade jornalística, por tanto, que sempre impôs desafios aos repórteres de TV. Com a adaptação das tecnologias móveis faz despontar para esses profissionais uma ferramenta nova, com características e especificações próprias de um modelo de comunicação *online*, mas que seguindo a tendência convergente, precisa ser adaptada ao modelo profissional de produção televisiva. E esse processo de adaptação além de ferramentas, linguagem, formato de produção envolve também, rotinas de trabalho. Em consequência dessas transformações na atividade jornalística, a rotina profissional desses repórteres também é afetada, e eles se vêem diante de um novo modelo de trabalho para o qual não foram preparados e necessitam adaptar-se imediatamente para não perder espaço no mercado.

As experiências com o celular nas emissoras de TV se multiplicam a cada dia. Algumas ainda de forma tímida se utilizam do recurso em poucas situações, outras, no entanto, tornam o *smartphone* uma ferramenta de uso diário, indispensável para a produção jornalística, a exemplo da afiliada Globo no Rio Grande do Norte, A Inter TV Cabugi, que no final de 2019 integrou novos repórteres à equipe com a responsabilidade de trabalhar apenas com celulares, fazendo entradas ao vivo de vários pontos do estado durante os telejornais da emissora. E essa é só mais uma prova de que os recursos móveis estão ganhando lugar de destaque dentro do telejornalismo e que essa é uma tendência que está em pleno curso, carregada de novidades e mudanças na rotina dos profissionais.

Uma das preocupações dos repórteres diante desse contexto é quanto ao acúmulo de funções proporcionado por esse novo modelo de trabalho. O próprio repórter agora precisa ficar atento às diversas atividades que envolvem sua rotina e estar preparado para atuar nas mais diversas plataformas, pois há situações onde ele precisa dar a notícia na TV, no *site* da empresa, fazer um resumo no rádio sobre o mesmo assunto ou fazer uma chamada nas redes sociais da emissora. E durante o fazer jornalístico ele necessita executar múltiplas funções. Além de pensar no seu texto, em como vai dar a notícia, agora com a produção com *smartphones*, há também a preocupação com as questões técnicas. Através da entrevista observamos na fala dos repórteres uma inquietação quanto ao acúmulo de funções atribuídas a eles nesse modelo de trabalho convergente e móvel.

Em uma das oportunidades que eu saí para fazer um material exclusivamente com o celular eu fiquei muito preocupado também com a questão do enquadramento, da imagem, do som. Quando a gente tá com um cinegrafista, com o assistente, o cinegrafista tá lá preocupado com a imagem, enquadramento, som, o assistente tá lá para auxiliar ele. E quando o repórter tá com o celular e pensando naquela informação que vai ser transmitida, então, é mais uma função que o repórter tá acumulado, porque não tá pensando apenas na imagem dele, no texto que ele tá falando, mas em todos esses recursos que uma notícia tem que ter quando ela é passada na TV (REPÓRTER 2 - ENTREVISTA À AUTORA)³⁸.

Quando eu fui para o mercado ele tava em transformação e o *smartphone* era o que tava chegando com tudo. E com essa a invasão eu me tornei além de repórter, produtora, cinegrafista, fotógrafa para o G1. Então, você é meio "equipe", cinegrafista acaba sendo motorista, acaba fazendo uma imagem com a câmera e outra com celular para ter opção de imagens a mais. Então você tem que estar sempre pronto para aquela situação de proatividade. Você tem que ser mais do que aquela função para o qual está lá na sua carteira de trabalho (REPÓRTER 5 - ENTREVISTA À AUTORA)³⁹.

Os depoimentos atestam a prática de um modelo de trabalho multitarefa que é praticado pelos repórteres que trabalham na TV Paraíba. Elencamos aqui algumas das atividades desempenhadas pelos repórteres nos últimos anos e fazemos um comparativo entre a rotina jornalística tradicional e o modelo de produção móvel (Quadro 2).

Quadro 2: Atividade do Repórter Tradicional X Repórter em Mobilidade

TV Paraíba	Repórter Tradicional	Repórter em Mobilidade
Equipe/ apoio	Cinegrafista e Auxiliar	Cinegrafista
Equipamentos	Câmera, microfone	Câmera, Microfone, <i>Smartphone</i>
Atividades	Apura a notícia, elabora a reportagem para a TV	Apura a notícia, elabora a reportagem para a TV. Grava imagens, passagem, <i>stand ups</i> sozinho com o <i>smartphone</i> . Faz entrada ao vivo para a rádio do grupo, envia foto para o site da empresa e produz conteúdo para as redes sociais da emissora.

Fonte: Autora (2019)

³⁸ Entrevista gravada em 28 de novembro de 2019

³⁹ Entrevista gravada em 29 de novembro de 2019

O quadro acima auxilia na compreensão sobre as mudanças na rotina do repórter de TV nos últimos anos. Percebe-se que houve um enxugamento da equipe, com a retirada do auxiliar e o acúmulo de funções atribuídas ao repórter. Ao passo que as tecnologias permitem um leque cada vez maior de ações, novas práticas vão sendo submetidas a este profissional que antes se preocupava com a elaboração da reportagem para a TV e hoje precisa estar atento a outras funções que lhe foram atribuídas ao inserir o *smartphone* no seu dia a dia. Carregar o celular no bolso lhe trouxe a praticidade na apuração e na produção de conteúdo para os telejornais, mas por outro lado, lhe acrescentou obrigações a mais no trabalho. Sem contar que aos poucos ele é inserido em uma nova dinâmica de trabalho multiplataforma para atender aos vários meios de comunicação da empresa. Na rotina atual, ele trabalha para meios diversos e recebe apenas por um. Essa que tem sido uma prática das empresas atuais para enxugar gastos e aumentar a produtividade.

O que se observa é que há uma tendência de que o jornalista trabalhe de forma cada vez mais individualizada, acumulando o máximo de funções possível, produzindo com equipamentos portáteis e enviando conteúdo de onde estiver para os mídias do grupo para o qual trabalha. E se por um lado esse modelo pode ser visto como uma forma prática e barata de levar informação, por outro, há um forte debate em torno do acúmulo de funções desse profissional, da precarização do trabalho e da superficialização do jornalismo que passa a ser produzido em maior quantidade e com menor qualidade, sem haver uma preocupação com a profundidade do conteúdo.

CONCLUSÕES

Nos últimos tempos, as empresas de comunicação passaram por uma reestruturação na organização, desde a adoção de novos equipamentos a aplicação de novos modelos de trabalho e produtos diferenciados em função do avanço tecnológico e do processo de convergência vivido pelo jornalismo, e que modificou a lógica empresarial e o modo de pensar a notícia. A adoção de meios e técnicas *online* modificaram o jeito em que a notícia é pensada e produzida e isso tem resultado em novas formatações de conteúdo que vai ao ar todos os dias nos telejornais. A integração dos aparelhos portáteis ao dia a dia dos repórteres proporcionou aspectos de dinamicidade e instantaneidade a rotina jornalística, mas também exigiu o aperfeiçoamento de técnicas e a construção de um novo modelo de produção até então desconhecido por esses profissionais. O desafio, no entanto, é lidar com essas novas tecnologias, cada uma com metodologia própria e carente de uma linguagem específica para construir a informação.

Os suportes móveis, especialmente, causaram uma verdadeira revolução na atividade do repórter de TV. Com um aparelho portátil, ele pode dar a notícia de onde estiver utilizando apenas um celular, por onde troca informações com produtores, coleta dados, grava o conteúdo e envia, utilizando aplicativos de internet.

Esse estudo acompanhou a chegada dos *smartphones* na rotina de rua dos repórteres da TV Paraíba. As observações estiveram focadas no processo de adaptação desses profissionais ao uso das tecnologias móveis, nas mudanças na rotina de trabalho, e das produções feitas a partir do uso do celular na produção telejornalística da emissora nos últimos anos.

Assim como enxergava-mos na nossa hipótese, confirmamos que o *smartphone* criou um novo modelo de produção jornalística pautado pela mobilidade, dinamicidade e instantaneidade. Surgiu assim um formato de notícia com características próprias, onde não há um padrão jornalístico definido, mas que apresenta semelhanças na narrativa, na comunicação verbal e corporal dos repórteres, no formato de vídeo e de aparato de produção, com a adequação a um estilo jornalístico mais “solto”, menos apegado às regras do telejornalismo tradicional e com linguagem aproximada do público.

Percebemos nesta pesquisa que a adoção do celular como recurso para o repórter criou um formato de notícia semelhante aos *stand ups*, onde o repórter narra o fato diante da câmera e em poucos minutos sintetiza a informação. Com a possibilidade de enviar vídeos pelo celular, foi adotado então o *stand up self* em que o repórter sozinho grava o texto usando a câmera frontal do *smartphone* para capturar a sua imagem enquanto faz a descrição do fato.

Observamos também que a rapidez com que a notícia é produzida e enviada através do celular alterou a lógica da edição dos telejornais da emissora analisada, tornando possível maior abrangência de informações vindas de todo o estado e maior agilidade ao telejornal, que pode dar a notícia em primeira mão, muitas vezes quando o fato ainda está em curso, através dos vídeos produzidos pelo *smartphone* e que chegam à edição através do *WhatsApp*.

No caso da TV Paraíba os repórteres passaram por uma reformulação no trabalho com a introdução das novas tecnologias na rotina. Eles tiveram que se adaptar ao manuseio desses equipamentos e a adoção de um novo formato de trabalho. Nesse caso, o recurso móvel chega para atender novas demandas comunicativas da empresa e para ir aonde os meios tradicionais de produção de conteúdo não conseguem chegar. A exemplo de imagens em locais onde a câmera utilizada pelo cinegrafista não consegue atender a proposta da reportagem, como numa situação de entrevista dentro de um carro apertado em movimento, onde o celular atende perfeitamente a adequação de espaço que o repórter dispõe para gravar.

Verificamos, portanto, que na emissora em questão, a produção com o celular não passou por uma decisão editorial planejada e estudada para se colocar em prática pelas equipes. Mas que foi sendo incorporada gradativamente por alguns repórteres com intenção de dinamizar o trabalho. Assim, após as primeiras experiências, outros profissionais passaram a aplicar as mesmas práticas, e com a aprovação editorial da empresa, essa se tornou uma experiência concreta de produção jornalística móvel aplicada nos últimos três anos na TV Paraíba.

Para isto, os profissionais precisaram adaptar-se com poucas condições tecnológicas, sem equipamentos como celulares e suportes (estabilizadores de imagem, tripé para celular...) disponibilizados pela empresa, utilizando assim os próprios aparelhos na elaboração do conteúdo para os telejornais.

Esta pesquisa observou também que a adaptação ao modelo de produção móvel por parte desses profissionais se deu de forma independente, na busca pessoal de cada um por conhecimento referente a elaboração de conteúdo utilizando o celular. Ocorreu dessa forma porque os repórteres não foram preparados para atuar com essa tecnologia móvel na criação de conteúdo para os telejornais, mas que essa adaptação aconteceu de forma intuitiva, de acordo com os conhecimentos prévios de cada um sobre a tecnologia em questão.

O fato é que agora o jornalista precisa compreender essa estrutura que envolve a produção móvel, buscar conhecimento técnico das ferramentas, aprender novos conceitos jornalísticos, novas linguagens e passar por uma transformação no jeito de dar a notícia. É necessário entender que a profissão de jornalista vive um processo de mudança e que nesse novo cenário o profissional é desafiado a ser multiplataforma e ter habilidades para atuar nas diversas mídias ao mesmo tempo. E se por um lado a tecnologia serviu como apoio para os jornalistas, por outro ela trouxe uma sobrecarga de trabalho para esses profissionais que agora não se limitam apenas a apurar e narrar fatos, mas que simultaneamente, produzem, gravam, editam, e acumulam várias funções em uma só. O resultado dessas transformações ainda não se sabe, por isso que essa pesquisa desponta como uma pequena luz acesa sob as novas práticas jornalísticas, e o que se espera é que ela ilumine outras análises e estudos que faça compreender os caminhos do jornalismo dessa era tecnológica.

O jornalismo móvel é uma realidade dentro das emissoras de TV, e esse movimento de adoção dessas tecnologias para a produção dos telejornais é algo que se intensifica a cada dia com a modernização dos equipamentos, a mudança de comportamento do público consumidor e com as necessidades que surgem ao jornalismo atual diante de uma sociedade que consome cada vez mais conteúdo *online*. E esse processo de produção de conteúdo multiplataforma carrega especificidades e gera desdobramentos que necessitam ser compreendidos para encontrarmos as respostas para questões inerentes ao jornalismo pós-moderno. É necessário ainda entender para onde caminha o jornalismo atual, buscar um padrão de notícia em mobilidade e trazer novas reflexões necessárias para entender esse momento de ebulição da profissão.

REFERÊNCIAS

AGUADO, Juan Miguel; CASTELLET, Andreu. **Contenidos digitales en el entorno móvil: Mapa de situación para marcas informativas y usuarios informativos.** In: BARBOSA, Suzana; MIELNICZUK, Luciana (orgs). *Jornalismo e Tecnologias Móveis*. Covilhã: Labcom, 2013.

ANDERSON, C.W; EMILY, Bell; CLAY, Shirky. **Jornalismo Pós-Industrial: Adaptação aos novos tempos.** Tradução de Ada Félix, São Paulo-SP, Revista de Jornalismo ESPM, Edição Abril, Maio, Junho de 2013.

BALBIM, Renato. **Mobilidade: Uma abordagem sistêmica. Cidade e Movimento: Mobilidades e Interações no Desenvolvimento Urbano.** BALBIM, Renato; KRAUSE, Cleandro; LINKE, Clarisse Cunha. Instituto de Pesquisa Econômica e Aplicada. 2016. Brasília.

BARDIN, Laurence. 1995. *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

BARDOEL, Jô. DEUZE, Mark. Network Journalism: Converging competences or old and new media professionals. In: **Australian Journalism Review** 23 (2), 2001. Disponível em <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.474.823&rep=type=pdf>. Acesso em: 20 agosto. 2019.

BARBOSA, S. **Sistematizando conceitos e características sobre o jornalismo digital em base de dados.** In: BARBOSA, S. (org). *Jornalismo digital de terceira geração*. Portugal. Labcom, 2007.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais.** In: CANAVILHAS, J. *Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis*. Covilhã, PT: Livros LabCom, 2013, p. 33-54. Disponível em: <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.878.4768&rep=rep1&type=pdf#page=41>. Acesso em: 09 de setembro de 2019.

BELOCHIO, Vivian de Carvalho. *Convergência e a atualização do contrato de comunicação de veículos noticiosos multiplataforma: Buscando marcas no dispositivo jornalístico.* **Intexto**, Porto Alegre, UFRGS, n.26. p. 18-37, jul. 2012.

CAMARGO, Isadora Ortiz de. **Caracterizações, processos de produção e tendências do jornalismo em mobilidade: um estudo do caso do The New York Times.** Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo. São Paulo. 2015.

CANAVILHAS, J. *Jornalismo móvel e Realidade Aumentada: o contexto na palma da mão.* **Verso e Reverso**, XXVII(64):2-8, janeiro-abril 2013. doi: 10.4013/ver.2013.27.64.01 - ISSN 1806-6925. Disponível em: <http://labcom-ifp.ubi.pt/publicacoes/201304282129-realidadeaumentada.pdf> > Acesso em: 02/09/2019.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CHAVES, E.O.C. **Multimídia - conceituação, aplicações e tecnologia**. Campinas: People computação. 1991. 327p.

COMSCORE. **Digital Omnivores: How Tablets, Smartphones and Connected Devices are Changing U.S. Digital Media Consumption Habits** - comScore, Inc

DAVID, Domingo. **Four Dimensions of Journalistic Convergence: A preliminary approach to current media trends at Spain**. (2007). Disponível em: <file:///E:/DISSERTA%C3%87%C3%83O/CONVERG%C3%8ANCIA/Domingo.pdf>

FILHO, Souza Washington; SÁ, Sônia; SERRA, Paulo. **A Televisão Ubíqua**. Labcom. 2015.

FINGER, Cristiane. *Crossmedia e Transmedia: desafios do telejornalismo na era da convergência digital*. **Em questão**, vol. 18, núm. 2, mayo-agosto, 2012, pp. 121-232. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4656/465645975009.pdf> . Acesso em 22 de Agosto de 2019.

GRANDIM, Anabela. **O jornalista multimídia do século XXI**. In. FIDALGO, António; SERRA, Paulo (orgs). *Jornalismo Online*. Universidade da Beira do Interior. Informação e comunicação online 1, Projeto Academia, 2003. Corvilhã. Portugal. 2003.

GORDON, Rich. **Convergence defined**. In: **Online Journalism Review**. 2003. <http://www.ojr.org/ojr/business/1068686368.php> Acesso em: 01 de setembro de 2009.

JORGE, Thais de Mendonça; OLIVEIRA, Vivian Rodrigues. O jornalista atuante nas novas mídias móveis: o perfil do editor de conteúdo noticioso para plataformas tablets e smartphones. **Comunicação & Inovação**, PPGCOM/ USCS. v. 16, n.31 (113-129). Maio-ago 2015.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Tradução Susana Alexandrina. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMOS, André. **Cybercultura e Mobilidade: A Era da Conexão**. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005.

LEMOS, André. *Cultura da Mobilidade*. **Revista FAMECOS**. Nº 40. Porto Alegre. Dez/2009. Disponível em: <https://pt.scribd.com/doc/56965207/Cultura-da-Mobilidade-AndreLemos>.

LEMOS, André. Celulares, funções pós-midiáticas, cidade e mobilidade. **Revista Brasileira de Gestão Urbana (Brazilian Journal of Urban Management)**, v. 2, n. 2, p. 155-166, jul./dez. 2010.

LEMOS, André. **Arte e Mídia locativa no Brasil**. In. LEMOS, Andre; JOSGRILBERG, Fábio. Comunicação e Mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil. ADUFBA. Salvador, 2009. 92 p.

LIMA, Luciellen Souza. **A travessia do analógico para o digital: as mudanças no processo de produção de notícia na TV Paraíba**. (Dissertação de mestrado). João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2015.

LUSVARGJI, Luiza. **O cinema na era digital: a consolidação dos conteúdos cross-media no Brasil, de Big Brother ao caso Antônio**. In XXX Congresso de Ciências da Comunicação. Intercom Nacional, Santos, 2007. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/R1059-2.pdf>. Acesso em 23/08/2019.

MANZINI, Eduardo José. **Entrevista semi-estruturada. Análise de objetivos e roteiros**. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL SOBRE PESQUISA E ESTUDOS QUALITATIVOS, 2,2004, Bauru. A pesquisa qualitativa em debate. Anais.Bauru: USC, 2004.

MELO, Rostand de Albuquerque. **Telejornalismo e cotidiano: A construção de enquadramentos sobre a vida urbana no JPB 1ª edição**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Culturas Midiáticas). Universidade Federal da Paraíba. 2010.

MIELNICZUK, L. **Jornalismo na web: Uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Culturas Contemporâneas). - Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia. Salvador, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. **O estudo da narratividade no ciberjornalismo**. In: Metodologia para o Estudo dos Cibermeios. Salvador, 2008.

NETO, Fausto. **Fragmentos de uma “analítica” da midiaticização**. Revista Animus, Santa Maria: UFSM, 2007.

NISHIYAMA, Alexandra Fante; SILVA, Tiago Matias da. **Jornalismo móvel digital: Novas práticas e apropriações da informação**. Trabalho apresentado no GT 2 - Comunicação, Interfaces Digitais e Sistemas Inteligentes, evento componente do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva. 2016. Disponível em: <file:///E:/DISSERTA%C3%87%C3%83O/CONVERG%C3%8ANCIA/Nishyama%20Jornalismo%20m%C3%B3vel%20e%20digital.pdf>

PALACIOS, Marcos; BARBOSA, Suzana; FIRMINO, Fernando; CUNHA, Rodrigo. Aplicativos jornalísticos vespertinos para tablets: cartografia do fenômeno ante o desafio de uma produção original e inovadora. **Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo**. Vol.3, nº2, 2014, p.40-55.

PAIVA, Cláudio Cardoso; NETO, José Cavalcante Sobrinho; SANTOS, Raissa Nascimento. Um olhar sobre o jornalismo móvel: A forma e o estilo do portátil. **Revista Latino-americana de Jornalismo/Âncora**. ANO 3 VOL.3 N.1 | JAN./JUN. 2016 | p. 81 a 99 | João Pessoa – Brasil, 2016.

PAVLIK, John. (2014). **Ubiquidade: O 7.º princípio do jornalismo na era digital**. p.159-184. In: CANAVILHAS, João (org). *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014. Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf Acesso: 21/11/2019.

Pesquisa Nacional por Amostra em Domicílios Contínua (PNAD C). INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2019/08/28/uso-da-internet-no-brasil-cresce-e-70percent-da-populacao-esta-conectada.ghtml>

Pesquisa de Administração e Uso das Tecnologias da Informação nas Empresas. Fundação Getúlio Vargas de São Paulo.2019. Disponível em: <https://epocanegocios.globo.com/Tecnologia/noticia/2019/04/brasil-tem-230-milhoes-de-smartphones-em-uso.html>

PICCININ, Fabiana. **Do analógico para o digital: notas sobre o telejornal em transição**. In: SOSTER, Demétrio de Azevedo; SILVA, Fernando Firmino da. (Org.) *Metamorfozes jornalísticas 2: a reconfiguração da forma*. Santa Cruz do Sul. EDUNISC, 2009. P.155.

QUINN, Stephen. **Convergent Journalism**. The Fundamentals of Multimedia Reporting. Nova Iorque, Peter Lang Publishing, Inc., 2005.

QUINN, Stephen . *Jornalismo Móvel: a última evolução na captação de notícias*. **Revista Parágrafo**. Tradução de Fabíola Tarapanoff. v. 2, n. 2. 2014.

RASERA, Marcela; MOSCHETTA, Andressa Pacheco. **Jornalismo na implosão da convergência midiática**. In. LARANGEIRA, Álvaro; CAETANO, Kati; QUADROS, Cláudia (Orgs.). *Labcom Books*, 2011. Disponível em: https://www.academia.edu/3133398/Jornalismo_e_Converg%C3%Aancia_ensino_e_pr%C3%A1ticas_profissionais Acesso em: 10 de setembro de 2009.

SALAVERRÍA, ALIAGA, R.; GARCIA AVILES, J.A; MASIP,P. (2007). *Convergencia periodística. Propuesta de definición teórica y operativa*.

SALAVERRÍA, Ramón. **¿Uno para todos y todos para uno?: Dimensiones y desafíos de la convergencia periodística**. In: AEDE. Libro Blanco de la Prensa Diaria. Madrid: Aede, 2008. p. 401-4015.

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

SALAVERRÍA, Ramón. **Multimedialidade: Informar para os cinco sentidos**. p. 25-51. In: CANAVILHAS, João (org). Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

SILVA, Fernando Firmino da. Smartphones e tablets na produção jornalística. **Revista Latino-americana de Jornalismo/ Âncora**. Programa de Pós-graduação em Jornalismo – UFPB. ANO 1 VOL.1 N.1 | JUL./DEZ. 2014 | p. 23 a 40/ João Pessoa – Brasil.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo Móvel**. Salvador, Brasil: Edufba. 2015.

SILVA, Fernando Firmino da. (2013). **Jornalismo móvel digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. (tese de Doutorado, universidade federal da bahia, salvador, brasil). Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/13011>. Acesso em 10 de agosto de 2019.

SOUSA, Ana Maria. **Telejornalismo, interação e redes sociais. Convergências na TV Cabo Branco e TV Paraíba.2014**. 32 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal de João Pessoa (UFPB). João Pessoa, 2014.

TEIXEIRA, Juliana. **Jornalismo Audiovisual para dispositivos móveis: um estudo das formas de inserção de conteúdos audiovisuais em produtos exclusivos para tablets**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas, da Universidade Federal da Bahia (UFBA). Salvador, 2015.

TRAVANCAS, Isabel. Etnografia da produção jornalística - estudos de caso da imprensa brasileira. **Brazilian Journalism Research**, vol. 6, n. 2, 2010

URRY, John. **Mobilities**. Cambridge: Polity: 2007

URRY, John. **Moving on the Mobility Turn**. In. CANZLER, Weert; KAUFMANN, Vincent; KESSELRING, Sven. (Orgs.) Tracing Mobilities. Towards a Cosmopolitan Perspective. Abingdon, New York: Routledge, 2008. Livro eletrônico, não paginado.

APÊNDICES

Apêndice A - Roteiro de Entrevista semiestruturada

1. Como as tecnologias móveis passaram a integrar a rotina jornalística da TV Paraíba?
2. Em quais situações o *smartphone* é escolhido como recurso para produção da notícia?
3. As equipes foram preparadas para se adaptar a essa nova forma de trabalho?
4. Quais são os recursos técnicos móveis disponibilizados pela empresa para o trabalho e como funcionam?
5. Quais as principais mudanças na rotina de trabalho percebidas pelas equipes de rua a partir da introdução do *smartphone* na produção de vídeos para os telejornais?
6. Quais as limitações técnicas sentidas pelas equipes?
7. Quais os desafios do repórter que precisa atuar em plataformas diferentes?
8. Há um padrão estabelecido para o formato da notícia em mobilidade para o telejornalismo?
9. A adoção de tecnologia móvel como *smartphone* alterou a lógica da edição dos telejornais?
10. Quais as principais contribuições da produção móvel para o jornalismo da TV Paraíba?

Apêndice B - Questionário para pesquisa sobre o uso dos equipamentos móveis nas reportagens da TV Paraíba

Nome:

Idade:

Tempo de profissão:

Quanto tempo trabalha ou trabalhou na TV Paraíba?

Qual função ocupa ou ocupava?

Durante o período de trabalho na TV Paraíba você utilizou alguma tecnologia móvel como smartphone e mochilink?

Marque com o X as que já utilizou:

() Smartphone

() Mochilink

Caso já tenha usado alguma dessas tecnologias, descreva como foi a experiência e anexe o link da respectiva reportagem.

Caso haja fotos de bastidores da reportagem, onde você utiliza alguma dessas tecnologias móveis, por favor, anexar a este arquivo.

Apêndice C - Ferramenta para análise de vídeos produzidos através de celular nos telejornais da TV Paraíba

Nome da reportagem:

Telejornal que foi veiculado:

Repórter:

Data da observação:

Horário da observação:

URL do caso analisado:

1. Qual recurso móvel utilizado na reportagem?

Smartphone

Mochilink

Outro. Especificar: _____

2. Em qual tipo de conteúdo esse recurso móvel é aplicado?

Factual

Matéria fria

3. Qual tipo de vídeo

Gravado

Ao vivo

4. Há outros suportes que auxiliam o repórter na gravação?

Sim

Não

5. Se sim, quais?

Microfone

Tripé

Lentas

Outros. Especificar: _____

6. Há outros profissionais envolvidos na gravação?

Sim

Não

Se sim, quais?: _____

7. Há imagens gravadas em recurso móvel que ilustram o conteúdo produzido pelo repórter?

Sim

Não

Se sim, essas imagens são produzidas com qual recurso? _____

8. A narrativa do vídeo apresenta alguma marca na linguagem que aproxime o repórter do público?

Sim

Não

Se sim, quais? _____

9. Os vídeos apresentam marcas semelhantes de formato e linguagem?

Sim

Não

9.1 Se sim, o que podemos destacar como principal semelhança?

Enquadramento do repórter

Linguagem da narrativa

Linguagem corporal do repórter

10. O vídeo apresenta qualidade boa de áudio?

Sim

Não

11. A imagem do vídeo pode ser considerada de boa qualidade?

Sim

Não