



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

**O JORNALISTA EM AMBIENTE MULTIPLATAFORMA:
DESAFIOS PROFISSIONAIS NA ERA DO JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL**

Amy Nascimento Brasileiro

JOÃO PESSOA - PB

2021

AMY NASCIMENTO BRASILEIRO

**O JORNALISTA EM AMBIENTE MULTIPLATAFORMA:
DESAFIOS PROFISSIONAIS NA ERA DO JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL**

Orientador: Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva

Dissertação de Mestrado apresentada como requisito parcial para obtenção do título de Mestra em Jornalismo no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba.

JOÃO PESSOA - PB

2021

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

B823j Brasileiro, Amy Nascimento.

O jornalista em ambiente multiplataforma : desafios profissionais na era do jornalismo pós-industrial. / Amy Nascimento Brasileiro. - João Pessoa, 2021. 153 f. : il.

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

1. Jornalismo pós-industrial. 2. Jornalista. 3. Televisão. 4. TV Borborema. 5. Multiplataforma. I. Silva, Fernando Firmino da. II. Título.

UFPB/BC

CDU 070(043)

AMY NASCIMENTO BRASILEIRO

**O JORNALISTA EM AMBIENTE MULTIPLATAFORMA:
DESAFIOS PROFISSIONAIS NA ERA DO JORNALISMO PÓS-INDUSTRIAL**

Aprovada em: 11 de fevereiro de 2021

Banca Examinadora:

FERNANDO FIRMINO DA SILVA

Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva (UEPB/UEPB)

Fabiana

Prof. Dra. Fabiana Cardoso de Siqueira (UEPB)

Verônica Almeida de Oliveira Lima

Prof. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima (UEPB)

JOÃO PESSOA - PB

2021

DEDICATÓRIA

Aos meus amados pais, Alexandre e Shirley,
base sólida da minha educação, por todo apoio que sempre me foi concedido.
Aos guerreiros jornalistas. Aqueles que lutam todos os dias, bravamente e nas condições mais
adversas, para combater a desinformação.

AGRADECIMENTOS

A pesquisa que aqui se apresenta é resultado do suporte de uma rede de apoio sem a qual essa jornada, surpreendente e desafiadora, não seria possível. O caminho para o trabalho desenvolvido nestas páginas partiu de inquietações pessoais, como eterna estudante do campo e profissional do mercado de trabalho, na tentativa de contribuir de alguma forma com os que atuam e os que ainda buscam uma formação na área da comunicação. Tais anseios foram permeados de inquietudes, fascínio com as possibilidades de novos caminhos para o jornalismo e, sobretudo, inseguranças, trazidas por uma realidade crua, dura, mas instigante da profissão. Em meio a já árdua tarefa de conduzir a rotina acelerada do jornalismo de TV, concomitantemente a dedicação exigida por um programa de pós-graduação, na reta final deste trajeto fomos todos pegos de surpresa por uma pandemia sem precedentes, que revirou nossas rotinas, nos tirou o chão e a vida de muitos colegas queridos. Além de incitar novas vertentes para aprofundamento científico, essa pesquisa é sobre tentar fazer a diferença por quem dedica amor a essa profissão, por aqueles que não tiveram a oportunidade de seguir esse caminho diante de fatores adversos e pelos que são resistência, em busca de um mercado de trabalho em jornalismo melhor. Expresso aqui minha profunda gratidão a todos, que direta e indiretamente, estiveram comigo nessa caminhada.

Em especial, ao orientador, professor e amigo, Fernando Firmino, que não desistiu de mim nos momentos mais aflitos dessa travessia acadêmica. Agradeço toda a disponibilidade, paciência, motivação, parceria e os nobres conselhos, fundamentais para alcançar os objetivos traçados nesta pesquisa. Sua sabedoria e autenticidade ao lecionar são verdadeiramente inspiradoras.

Às queridas professoras Verônica Almeida de Oliveira e Fabiana Cardoso de Siqueira, pela relevante contribuição nas bancas de qualificação e defesa de mestrado.

Aos meus queridos colegas, da melhor turma de mestrado que eu poderia ter, pelos momentos de descompressão nas redes sociais e por ninguém ter soltado a mão de ninguém até o fim: Camila Lima, Joana Rosa, Andréa Batista, Vieira Neto, Suely Porfirio, Thiago Figueiredo, Fabiano Diniz, André Resende, Enio Marx, Laura Luna, Irene Sá, Adriana Bagno, Saulo Queiroz, Steniel Vieira, Filipe Donner. Guardo vocês no coração.

Ao meu amado pai, Alexandre Brasileiro, por ser um exemplo de que a educação, a dedicação e a persistência, são o caminho para as conquistas. Você é o maior espelho que eu poderia ter nessa jornada profissional.

À minha mãe, Shirley Nascimento, a maior (e mais suspeita) fã do meu trabalho, pelo colo acolhedor e o coração infinitamente bondoso em todos os momentos que mais precisei. Sem seu amor eu nada seria.

Aos meus irmãos, Gabriela, Ian e Ísis, por quem tento ser cada dia um pouco melhor nesse mundo.

Às irmãs que a vida me deu, Ana Cláudia Conrado, Brenda Monte e Juliana Fernandes, por terem aguentado minhas ligações infinitas, minha ausência e mesmo com toda a distância, não medirem esforços para estar perto de mim.

Ao meu companheiro de vida, Gabriel Duarte Meira, pelo incentivo e apoio em todas as minhas empreitadas e por ter aguentado minhas oscilações de humor nos anos de pesquisa, do meu pior ao meu melhor, mas sempre ao meu lado.

Aos profissionais e amigos da TV Borborema, que gentilmente me receberam e prontamente colaboraram para que essa pesquisa pudesse acontecer. Dedico esse trabalho também à vocês e agradeço profundamente pela partilha.

A todos os profissionais do PPJ UFPB, da secretaria ao corpo docente, pela presteza, contribuição e suporte nesse processo.

RESUMO

Esta pesquisa visa compreender a reformulação da identidade do jornalista perante a realidade de um jornalismo pós-industrial. Em um contexto de reconfigurações na produção, no consumo, e distribuição da notícia, fomentados por meio da inserção de tecnologias disruptivas no cotidiano. Nosso objetivo é compreender o atual cenário de trabalho do jornalismo na contemporaneidade e de que forma os profissionais têm vivenciado tais transformações e atuado para garantir o seu espaço no mercado de trabalho. Para tanto, analisamos a rotina de produção na redação integrada da TV Borborema, em Campina Grande, tendo como objeto empírico os jornalistas que atuam na produção de conteúdo para multiplataforma. Utilizamos a observação não-participante, com aplicação de questionário e entrevista semiestruturada, voltada aos profissionais inseridos na TV Borborema. De natureza exploratória, o estudo de caso visa compreender as dimensões do perfil profissional do jornalista dentro de uma conjuntura de trabalho em múltiplas mídias. Os resultados obtidos apontam para a existência de um profissional polivalente, que vivencia diversas tensões relacionadas às novas formas de produção da notícia e tenta se adequar às inovações tecnológicas face à precarização das relações de trabalho nas instituições da comunicação.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalista. TV Borborema. Multiplataforma. Jornalismo Pós-industrial. TV.

ABSTRACT

This research aims to understand the reformulation of the identity of the journalist before the reality of post-industrial journalism. In a context of reconfigurations in the production, consumption, and distribution of news, fostered through the insertion of disruptive technologies in daily life. Our goal is to understand the current work scenario of journalism in the contemporary world and how professionals have experienced such transformations and acted to ensure their space in the job market. To do so, we analyzed the production routine in the integrated newsroom of TV Borborema, in Campina Grande, with empirical purpose being the journalists who work in the production of multiplatform content. We use non-participant observation, with the application of a questionnaire and semi-structured interview, aimed at professionals on TV Borborema. Through an exploratory character, the case study aims to understand the dimensions of the professional profile of a journalist within a context of work in media. The results obtained point to the existence of a multipurpose professional, who experiences several tensions related to the new forms of news production and tries to adapt to technological innovations in view of the precariousness of work relationships in communication institutions.

KEYWORDS: Journalist. TV Borborema. Multiplatform. Post-industrial Journalism. TV.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Desenho da pesquisa.....	14
2. PROCESSOS DE CONVERGÊNCIA E A MÍDIA TRADICIONAL.....	20
2.1 Divergências.....	26
2.2 A desterritorialização do jornalismo.....	29
2.3 O profissional multitarefa.....	32
3. O PÓS É O AGORA: DIÁLOGOS SOBRE A ERA PÓS-INDUSTRIAL.....	40
3.1 O jornalista e a máquina	45
3.2 Cultura da participação e reconfigurações no jornalismo de TV.....	53
4. RESULTADO: IDENTIDADE DO PROFISSIONAL JORNALISTA EM AMBIENTE MULTIPLATAFORMA.....	58
4.1 Caso TV Borborema - afiliada SBT PB.....	58
4.2 Vivência em campo: Relatos de um dia de imersão na redação da TV Borborema.....	62
4.2.1 O ambiente redacional.....	62
4.2.2 A rotina de trabalho.....	65
4.3 Reconfigurações do perfil profissional no mercado de trabalho.....	74
4.4 Desafios da produção multiplataforma: percepções dos jornalistas.....	85
4.4.1 Polivalência versus precarização.....	90
4.4.2 Caminhos possíveis para um pós-jornalismo.....	94
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	100
REFERÊNCIAS.....	105
APÊNDICES.....	111

1. INTRODUÇÃO

Se já é uma realidade que a cultura multiplataforma¹ veio para modificar de vez antigos padrões no fazer jornalístico, o profissional inserido nesse contexto também sente a necessidade de acompanhar as mudanças do mercado e as formas de consumo das notícias por parte da sociedade. Para responder a essas transformações culturais, é possível ver que antigos veículos de comunicação tiveram que se render às novas tecnologias para não perderem parcela significativa de seus públicos. De acordo alguns autores (SEARLS, 2001; ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2012; DEUZE, WITSCHGE, 2016) este contexto pode ser definido como de Jornalismo Pós-Industrial, ou seja, um jornalismo não mais organizado sob as normas de proximidade ou maquinário de produção, mas sim das possibilidades criadas pela tecnologia em um ambiente de crise nas organizações jornalísticas (ANDERSON, 2014); enquanto que para outros autores (JENKINS, 2009; SALAVERRÍA, NEGREDO, 2008; ÁVILES, MASIP, 2007) pode se chamar também convergência cultural ou convergência jornalística. Uma realidade na qual a ideia não é concorrer com as novas tecnologias e sim aliar-se a elas. A chave para tal processo está na integração da produção, distribuição e consumo de conteúdos jornalísticos, alcançando as esferas: empresarial, tecnológica, profissional e a audiência, perante a comunicação². (AVILÉS et. al, 2007; SALAVERRIA; NEGREDO, 2008; SILVA, 2013).

Antigos padrões já não fazem mais sentido em meio à realidade multiplataforma. Agora a construção das narrativas deve considerar o novo papel da audiência, do

¹ Alia diversas plataformas para distribuição de conteúdos, dos mais variados veículos, em consonância. Diferente dos veículos tradicionais, com difusão concentrada, a informação está pulverizada em vários meios. O principal objetivo aqui é acompanhar a migração da audiência e alcançar maior visibilidade midiática.

² A convergência na esfera **empresarial**, refere-se a formação de conglomerados de comunicação, por meio da integração entre os veículos de um mesmo grupo. A **tecnológica**, diz respeito às ferramentas utilizadas para produção e difusão de conteúdos multimídia. Desse modo, se torna uma condição prévia e essencial para que possa ocorrer qualquer outro tipo de convergência multiplataforma. Já a **profissional**, central em nosso estudo, corresponde ao trabalho conjunto de profissionais de diferentes meios e editoriais para a construção de conteúdos cada vez mais complexos. Nesse âmbito o profissional adquire função polivalente. A convergência de **conteúdo** diz respeito à construção de produtos com a absorção das diversas possibilidades multimídia, hibridização de gêneros e capacidade interativa, por meio de um fluxo contínuo. (AVILÉS et. al, 2007; SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008).

“prossumidor³” (TOFFLER, 1980): mais ativo e que nasceu em um ambiente no qual *touchscreen*, *wi-fi*, *links* e multi telas estão associados a práticas do cotidiano a partir de uma cultura do digital e das múltiplas plataformas. Quase todas as antigas relações de consumo e produção midiática estão se transformando e evoluindo na tentativa de corresponder a essas transformações sociais/culturais. Surgem diferentes níveis e formas de participação, assim como novos mecanismos comerciais, inovadoras práticas narrativas e mecanismos aperfeiçoados para ajudar a atingir as cobiçadas audiências (WARSHAW, 2009).

Na corrida pelo jornalismo do futuro, as organizações jornalísticas têm vivenciado uma onda intensa de reconfigurações, liderada pela integração das mais diferentes redações especializadas em um único espaço físico de produção para vários veículos de comunicação (SAAD CORRÊA, 2008).

Nesse contexto de tensões entre o velho e o novo, surgem diversos questionamentos quanto ao papel do jornalista. Fato é que o processo de digitalização trouxe consigo um campo de novos conceitos, possibilidades e tensões sobre o modo de fazer e consumir jornalismo em contexto multiplataforma. Rever o processo de produção jornalística, elaborar novos formatos e promover novos perfis profissionais se faz necessário diante de um novo modelo no qual o jornalismo tradicional se une às inovações digitais (PIQUÉ, 2008).

Diante deste cenário, questões emergem: Não estaria o jornalista fadado a um processo de precarização do trabalho frente à liberdade do ambiente da internet, no qual qualquer um pode noticiar? Como as rotinas de produção do jornalista se alteram no trabalho multiplataforma? Estas são algumas questões de pesquisa que norteiam o trabalho.

Para buscar apontamentos em torno destes questionamentos, usaremos como objeto de pesquisa a TV Borborema (afiliada SBT-PB), primeira emissora televisiva do estado da Paraíba e uma das líderes de audiência, segundo Kantar Ibope Media (2018), da cidade de Campina Grande. A escolha por esse objeto empírico se dá em razão da relevância do veículo para o interior do estado e das transformações ocorridas no ambiente redacional da empresa, tal como no corpo de profissionais, a partir do ano de 2017. O canal foi pioneiro, mais uma vez, na região, com a inserção do núcleo especializado em redes sociais. Nesse mesmo período ocorreu também a integração de parte da redação (portal e TV), com reconfigurações

³ Termo criado pelo economista Alvin Toffler (1980), escritor do best seller “A Terceira Onda“, para designar a nova realidade de consumidores criada pela internet - consumidores que, em rede, assumem o papel de produtores de conteúdo.

profundas no quadro de funcionários e na rotina de trabalho. Neste sentido, consideramos que a TV Borborema se constitui em um objeto empírico adequado para o desenvolvimento desta pesquisa visando se aprofundar, como estudo de caso, na relação entre o aspecto de produção ou distribuição multiplataforma e o perfil profissional dentro do contexto.

Diferente das mídias tradicionais, a web trouxe consigo uma nova linguagem. O que se via anteriormente era uma adaptação, sem mudanças profundas de formato do texto jornalístico de um veículo para os demais. Foi assim do impresso para o rádio e deste para a televisão. Já o ciberespaço criou um conjunto de normas, estética e lógica, próprias de seu meio. Aliado a web surgiram diversas possibilidades para a narrativa jornalística, por meio da interatividade, hipertextualidade, multimídia (convergência), personalização, memória e instantaneidade, para a produção de conteúdos (PALACIOS, 1999; PALACIOS 2002b; MIELNICZUK 2003 apud MIELNICZUK 2004).

Diante das reconfigurações no âmbito comunicacional, promovidas pela inserção do uso das tecnologias digitais na sociedade, compreender os rumos que o profissional está tomando frente às mudanças é entender também os caminhos para a renovação do jornalismo. Muito tem se estudado em torno dos processos de convergência e da parte técnica dessas transformações, mas é preciso antes de tudo ir mais além no que consiste a parte humana do processo. O jornalista, centro desse estudo, ainda está em sua maioria habituado a pensar de forma segmentada e voltada aos veículos de massa no sentido monomídia, ficando muitas vezes perdido na crescente e incessante gama de inovações do meio digital. Se é um fato a rápida ascensão da internet⁴ e as facilidades trazidas por ela para a comunicação, também é preciso entender de que forma o jornalismo pode se manter com a credibilidade e princípios que o guiam perante a audiência.

A escolha de uma empresa televisiva como objeto de análise foi feita a partir da constatação de que a TV ainda é o veículo de comunicação com maior poder de alcance de massas no Brasil. De acordo com Pesquisa⁵ Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) do

⁴ Fonte de informações via pesquisa do IBOPE (2015 e 2014), disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/pesquisa-e-inovacao/noticia/2016-09/pesquisa-mostra-que-58-da-populacao-brasileira-usa-internet> acesso em 22 abril 2019.

<https://www.kantaribopemedia.com/consumo-da-internet-pelos-jovens-brasileiros-cresce-50-em-dez-anos-aponta-ibope-media-2/>

⁵ Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/materias-especiais/20787-uso-de-internet-televisao-e-celular-no-brasil.html> acesso em 22 mar. 2019.

IBGE, até 2018, 96,4% dos domicílios brasileiros possuíam pelo menos um aparelho de televisão. Ao todo são mais de 76 milhões de casas particulares no país com televisores. Um outro dado mostra que a população tem se tornado cada vez mais multitela, pois segundo dados⁶ do Ibope 88% dos internautas assistem TV enquanto navegam na internet. Mais um fator que corrobora para a reinvenção das práticas jornalísticas frente ao trabalho com a chamada “segunda tela”⁷. Tais informações foram apuradas durante pesquisa para a monografia de conclusão de curso no qual abordei as transformações no jornalismo televisivo através da web.

O interesse por analisar o papel do jornalista em ambiente multiplataforma na TV Borborema surgiu em decorrência da representatividade do fenômeno multiplataforma em contexto de jornalismo pós-industrial tendo em vista a caracterização do objeto como redação integrada e produção sistemática entre as plataformas das redes sociais e a TV Borborema, de forma retroalimentar. Uma segunda justificativa está no fato de que o objeto fez parte do meu Trabalho de Conclusão de Curso e emergiu a necessidade de dar continuidade aos estudos e pesquisas do trabalho em decorrência da complexidade do tema e do objeto que um TCC não comportaria para analisar. No mestrado profissional esta perspectiva se amplia considerando o nível de pós-graduação. Em terceiro lugar, a minha proximidade geográfica com tal veículo em razão do trabalho profissional exercido em Campina Grande e, por outro lado, de acesso ao estudo de caso tendo em vista ter sido estagiária na TV Borborema por quase dois anos (2015/2016), pude acompanhar de perto a transição da emissora para o canal digital em 2016 e as consequentes transformações no ambiente redacional depois do advento tecnológico com a integração das redações e do novo fluxo de trabalho com característica multiplataforma. Vivenciar de perto as tensões geradas pela integração de mídias me fez ter a certeza em aprofundar os estudos centrados no papel do profissional no jornalismo pós-digital como dissertação de mestrado.

Além dos motivos já expostos, essa pesquisa também visa fomentar os estudos e o conhecimento por parte da categoria sobre os caminhos da profissionalização e do seu papel

⁶ Disponível em:

<http://www.iboointeligencia.com/noticias-e-pesquisas/88-dos-internautas-brasileiros-assistem-tv-e-navegam-na-internet-ao-mesmo-tempo/> acesso em 22 mar. 2019.

⁷ De acordo com a 2nd Screen Society, o termo refere-se a experiências com um outro dispositivo em tela aliado ao consumo da televisão. Disponível em: <http://www.mesalliance.org/communities/second-screen-society> acesso em 22 mar. 2019.

na realidade pós-industrial. Para acompanhar o ritmo das mudanças trazidas pelo ciberespaço, o jornalista deve estar aberto às inovações e em constante reciclagem profissional. Do mesmo modo, essa pesquisa contribui com a Área de Concentração do Programa em *Produção Jornalística* e linha de pesquisa em *Processos, Práticas e Produtos*.

A partir da problematização do objeto e da justificativa em relação ao estudo de caso, elencamos os objetivos propostos. Nosso objetivo geral é compreender as mudanças e desafios no exercício da função do jornalista inserido no contexto pós-industrial de redação multiplataforma. Em complemento, nossos objetivos específicos são: 1. Historicizar as mudanças ocorridas nas redações de jornalismo com a expansão do consumo pela internet e nos dispositivos móveis; 2. Delinear o perfil do jornalista em atuação na redação da TV Borborema diante do contexto da convergência; 3. Investigar as tensões e reconfigurações na rotina de produção de conteúdos para web e TV, considerando de que modo as mudanças nas redações têm impactado o trabalho do jornalista; 4. Caracterizar as funções desempenhadas pelo jornalista profissional dentro das empresas de comunicação no contexto pós-industrial.

1.1 Desenho da pesquisa

A partir dos nossos objetivos de investigação, definimos a pesquisa como de caráter exploratório e visando compreender as mudanças e tensões que permeiam o campo profissional no território do jornalismo pós-industrial, de que modo os jornalistas estão lidando com as novas ferramentas de comunicação e quais os desafios de estar inserido no ambiente multiplataforma. Através do estudo de caso da TV Borborema (afiliada SBT), realizamos uma análise a partir da **etnopesquisa** por meio da abordagem etnográfica de campo. Como observadora, sem intervir na realidade deste grupo de profissionais, acompanhamos na redação os processos produtivos da emissora em convergência com suas redes sociais a partir da observação não-participante e o uso de diário de campo, além de coleta documental que puderam auxiliar na análise das práticas jornalísticas e na compreensão do estudo de caso nas suas dimensões. Tal método, como colocado por Sodré (2010), Lago e Benetti (2007), Tuchman (1978), pretende conhecer a realidade por tr s da empresa e aprofundar o conhecimento na práxis do jornalismo no mercado de trabalho, que

tem levado às mudanças significativas no perfil do jornalista dos veículos tradicionais de mídia com os processos de convergência e de integração das redações, no caso online e TV.

Como pesquisadora e integrante dessa mesma comunidade, compreender o grupo investigado se torna mais natural e ao mesmo tempo desafiador, uma vez que será necessário manter certo distanciamento para a imparcialidade necessária à análise. No procedimento observacional não-participante, como destacado por Lopes (2006, p.172), “o observador permanece fora da realidade a ser estudada. Seu papel é de espectador, não interferindo ou envolvendo-se na situação”. Desse modo é possível reduzir possíveis alterações no comportamento do objeto diante da presença do pesquisador, recolhendo informações mais espontâneas referentes à produção de conteúdos e reunindo dados complementares aos colhidos anteriormente à interação direta com o grupo. Nesse tipo de método, o cuidado maior será com as “mediações que podem contaminar os dados”. (LAGO; BENETTI, 2007, p.234). Portanto, consideramos essa etapa de observação pertinente para a coleta de dados de nosso estudo de caso, visando profundidade e condições de compreensão das dimensões do objeto e sua complexidade.

O estudo de caso (CRESWELL, 2007) possibilita ao pesquisador explorar em profundidade uma atividade ou processos, envolvendo uma ou mais pessoas, por meio de procedimentos de coleta de dados durante um período determinado de tempo. Para tanto, aliado ao caso escolhido, vamos dialogar com autores inseridos na temática por meio de pesquisa bibliográfica, utilizando vasto referencial teórico da comunicação e da sociologia do trabalho, com o objetivo de promover reflexões aprofundadas em torno dos caminhos e da realidade da profissão na era do jornalismo pós-industrial.

A etapa de pesquisa de campo se deu no período de 29 de outubro a 5 de novembro de 2019. Dedicamos uma semana em convívio direto no ambiente redacional integrado de televisão, portal e redes sociais, acompanhando conteúdos e produtividade por meio do núcleo de mídias digitais e televisão. Observamos dentro e fora das redações, as equipes de jornalismo em atuação. Acompanhamos desde as reuniões de pauta, até a execução e o compartilhamento das notícias.

Também investigamos as mudanças ocorridas dentro do ambiente redacional. A partir de 2016, com a reformulação das redações de TV, portal e núcleo de mídias sociais, a TV Borborema passou a ter um novo *layout* na divisão dos postos de trabalho. Os veículos

passaram a ser integrados em um só espaço. Desde então, o quadro de funcionários vem sendo modificado constantemente. Buscamos compreender como se deu esse processo, o que motivou demissões e novas contratações e de que forma acontece o trabalho convergente em multiplataformas. Analisamos também a preocupação da empresa com a audiência e com a mudança de hábitos de consumo do público que assiste a emissora de TV.

De acordo com Sodré (2010, p. 7), “não se pesquisa academicamente o jornalismo sem correlacionar esta prática com a cultura envolvente e suas transformações por efeito das novas tecnologias da comunicação e da informação”. Deste modo, analisamos não só o trabalho do jornalista, mas, de forma secundária, a recepção dele através da audiência em rede. Através da observação de dentro da redação integrada, com base no método proposto por Caseti, Chio (1999), Pereira Júnior (2000) e Lago, Benetti (2007), no qual o objetivo principal é captar a realidade de perto, sem as mediações que possam interferir na coleta de dados, observando como se dá o processo de interatividade entre os sujeitos, se a equipe utiliza de métodos de *gatewatching*, qual a diferença na narrativa usada na TV e na internet, como acontece a integração entre esses meios e a produção multiplataforma em geral.

Além da pesquisa não-participante (observação), também empreendemos a etapa de realização de entrevistas semiestruturada com dezoito jornalistas, visando complementar à observação direta, dentro da abordagem qualitativa. A aplicação dessa segunda etapa de coleta de dados por meio de entrevistas, de forma presencial, foi realizada com os **chefes de jornalismo, repórteres de TV, editores e jornalistas responsáveis** pelas redes sociais e site da emissora, além de outros personagens-chaves que identificamos durante o período de observação, fundamentais para entender os processos. Tal instrumento teve como objetivo o levantamento de dados que possam expressar o desempenho de funções, a produção e um perfil dos jornalistas envolvidos na pesquisa, além da percepção dos jornalistas sobre suas práticas jornalísticas de modo que o conjunto dos resultados dos dados nos permita concluir sobre as questões de pesquisa levantadas. Buscamos esclarecer ainda como os profissionais da redação têm desenvolvido o trabalho multiplataforma, qual a sua experiência, quais os aparatos oferecidos pela empresa para a realização desses trabalhos e o que mudou na rotina produtiva após a chegada do digital. Neste contexto, investigamos também se os profissionais das empresas em questão trabalham em outras empresas por fora. Para Deuze e Witschge (2016, p.11),

No ambiente midiático atual, precisamos de uma compreensão não só de como ocorrem as funções disruptivas de cada nível de influência sobre os jornalistas no trabalho, mas também – e talvez mais importante – como os jornalistas enquanto indivíduos e grupos agem dentro desse sistema.

A etapa de revisão de literatura foi contínua durante a pesquisa para poder fundamentar as discussões teóricas da dissertação a partir de conceitos como jornalismo pós-industrial, convergência, redes sociais, precarização das práticas jornalísticas, rotinas de produção, entre outros conceitos que nortearam a perspectiva teórico-conceitual.

Por fim, nosso objetivo maior foi delinear quais os possíveis caminhos profissionais do jornalismo por meio das frequentes mudanças em sua área de atuação. Com a convergência profissional em contexto multiplataforma e demais esferas que envolvem a produção da notícia nas empresas, que passaram ou estão passando pelo processo de digitalização e convergência: redações integradas, novas formas de narrativas, transmidialidade⁸ audiência, o profissional multitarefa e suas implicações. Para tanto, serão utilizados infográficos e quadros comparativos que demonstram o estágio no qual os profissionais se encontram diante das mudanças e o seu perfil como profissional no ambiente de jornalismo pós-industrial.

A dissertação está dividida em **quatro capítulos** mais as conclusões. No primeiro capítulo faremos uma breve introdução ao objeto em estudo, traçando definição dos processos metodológicos e do desenho da pesquisa. O delineamento do trabalho em torno da **etnopesquisa**, por meio de procedimentos observacionais, tendo como estudo de caso a TV Borborema - afiliada SBT na Paraíba - tem por objetivo buscar apontamentos que possam contribuir para o resultado final deste trabalho. Para tanto, entrevistamos profissionais da emissora, acompanhando as rotinas produtivas de forma não-participante, coletando dados que serão analisados no capítulo final.

O **segundo capítulo**, "Processos de convergência e a mídia tradicional" faz um parâmetro histórico das relações entre novas mídias e as mudanças no perfil profissional do

⁸ Conteúdo transmidiático é aquele que se sobressai a mídia. Ou seja, o conteúdo vai estar presente em diferentes mídias (meios de comunicação) porém de forma complementar. Em cada lugar haverá algo que acrescente na mensagem ao receptor (leitor/espectador). O termo foi citado pela primeira vez pelo professor Marsha Kinder, da University of Southern California (EUA), em 1991, mas apenas em 2003, Henry Jenkins deu profundidade a terminologia por meio dos estudos de narrativa.

jornalista. Para tanto, adentramos ao campo da convergência no intuito de melhor compreender uma nova cultura de consumo, pautada no desenvolvimento tecnológico, que modificou profundamente as necessidades e práticas de produção jornalísticas. Abordamos conceitos-chave em torno dessa nova realidade, trazendo à luz da pesquisa diálogos com autores sobre interatividade, a desterritorialização do jornalismo, integração de redações, contexto multiplataforma e a reconfiguração do perfil do jornalista, agora polivalente. O fato de ter que lidar com um excesso de informações, ferramentas, algoritmos e sistemas, acaba exigindo muito mais do profissional do que o conhecimento em tecnologia. Um papel de malabarista das possibilidades e tarefas exigidas. Por tanto, não devemos avaliar tais fenômenos de forma unilateral, através do viés convergente, mas sim de uma perspectiva mais ampla, abordando também as divergências diante do contexto multiplataforma.

No **terceiro capítulo** estabelecemos discussões em torno do jornalismo pós-industrial e as reconfigurações no jornalismo de TV. Com a ruptura de velhos padrões e a incessante gama de inovações, aumenta a preocupação em torno dos rumos que o jornalismo está tomando. Em tempos nos quais robôs, por meio do uso de inteligência artificial, já estão sendo implantados em organizações jornalísticas pelo mundo, substituindo o trabalho do jornalista, se torna fundamental compreender os caminhos possíveis para a manutenção da profissão. A nossa relação com as mídias está em constante mudança e para responder a tal conjuntura, na qual estamos inseridos, a forma de fazer jornalismo também deve mudar no intuito de se adequar a uma audiência cada vez mais participativa. Como aporte teórico, utilizamos o Relatório do Town Center de 2012, “Post-industrial journalism: adapting to the present”, da Universidade de Columbia, onde C.W Anderson, Emily J. Bell e Clay Shirky, além do Dossiê apresentado na revista do Instituto Humanitas Unisinos, “Caminhos para um pós-jornalismo” (2014), trazendo reflexões de autores como Ramón Salaverría, Antônio Brasil, John Pavlik, Cremilda Medina, Ivana Bentes, Luis Martins da Silva, Ronaldo Henn e Joshua Benton, que se debruçam sobre o tema.

Por fim, no **quarto capítulo**, analisamos os resultados do levantamento de dados colhidos durante o período de pesquisa. Faremos uma abordagem detalhada das entrevistas com os integrantes selecionados como amostra da redação da Tv Borborema, buscando conexões e divergências do comportamento destes profissionais no ambiente de trabalho multiplataforma. Com isso, delineamos apontamentos em torno da problematização levantada

no estudo. Diante da necessidade de pesquisas que ajudem a responder questionamentos emergentes centrados no papel do jornalista, os resultados poderão contribuir para o mercado de trabalho em comunicação, ajudando a repensar práticas, processos e conseqüentemente a criação de produtos e trazendo reflexões pertinentes ao contexto pós-industrial.

2. PROCESSOS DE CONVERGÊNCIA E A MÍDIA TRADICIONAL

Em uma realidade cada vez menos palpável e mais ubíqua, o jornalismo se encontra diante de uma profunda mudança de paradigmas. O avanço tecnológico e a criação de dispositivos de comunicação cada vez mais modernos fomentaram novas formas de consumo das informações por parte de uma sociedade amplamente conectada. Uma transformação para muito além dos aparatos técnicos. Um contexto intimamente ligado às mudanças de hábitos dos consumidores. Aqui é preciso compreender não só como a mídia tem alterado o comportamento da sociedade, mas sobretudo o inverso: como o comportamento da sociedade tem influenciado novas formas midiáticas. Nasce uma cultura de consumo, produção e distribuição completamente diferente do que se viu na indústria da notícia até agora.

Se por muito tempo os profissionais dos veículos de massa, com destaque para o rádio e televisão, tinham o poder de ditar, de dentro das redações jornalísticas, o conteúdo considerado relevante para a população na grade de programação (e o espectador por sua vez, se limitava a poder mudar os canais), com a presença do meio digital o jornalismo perde a exclusividade desta escolha, onde é possível ao público decidir o que se quer ver e em qual momento. As empresas de comunicação precisam se adaptar aos anseios de consumidores presentes em multiplataformas, se não quiserem perder uma parcela significativa de seu público. Tal adaptação a essa transformação cultural e de mercado é possível por meio dos chamados processos de convergência.

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. Convergência é uma palavra que consegue definir transformações tecnológicas, mercadológicas, culturais e sociais [...]. (JENKINS, 2009, p. 27).

Apesar da associação feita ao avanço da internet, os processos de convergência não são uma novidade. Eles já eram discutidos desde o século XVII em outros contextos de pesquisa e ciências. Apenas após a década de 60, com Negroponte e posteriormente com McLuhan - estudiosos da revolução digital - o termo passa a ser associado às mídias interativas. (PEREIRA, 2014). No jornalismo, o termo ganha significado ligado

principalmente a integração e concentração de redações profissionais de variados meios, como uma forma de adaptação ao contexto digital. Também passa a ser associado a um aumento da produtividade do jornalista em seu ambiente de trabalho por meio da distribuição multiplataforma. Para Quinn (2005), o principal objetivo é alcançar, deste modo, audiências massivas de forma constante, em um trabalho contínuo do profissional em uma frequência “24/7” (24h por dia em 7 dias da semana). Sendo assim o jornalista no contexto da convergência passa a distribuir informação em diversas plataformas, do modo mais adequado a cada uma delas.

No entanto, o conceito de convergência jornalística vai muito além da reorganização empresarial, com a aglomeração de veículos e redações, ou de uma visão reducionista ao setor produtivo. Não existe um consenso entre autores para o conceito de convergência jornalística, talvez exatamente por não se tratar de um estado permanente, mas sim processos em constantes transições. Com base na complexidade do fenômeno e no já proposto por pesquisadores do campo, na tentativa de definir tal conceito, temos que:

A convergência jornalística é um processo multidimensional que, facilitado pela ampla implantação das tecnologias digitais de telecomunicações, afeta o âmbito tecnológico, empresarial, profissional e editorial da mídia, favorecendo a integração de ferramentas, espaços, métodos de trabalho e linguagens, anteriormente separados, para que os jornalistas produzam conteúdo que é distribuído através de múltiplas plataformas, através das linguagens próprias de cada uma.⁹ (SALAVERRÍA; ÁVILES; MASIP, 2010, p. 59).

Em outras palavras, se antes o espaço físico de trabalho, a produção, distribuição e consumo das notícias eram pensados e organizados de forma monomídia, passam agora a formar uma conjuntura unificada, em todas as suas instâncias, para assumir um caráter convergente. Esse novo cenário traz consigo uma série de implicações e desafios, em níveis distintos, a serem superados de forma evolutiva, frente a nova cultura de consumo da informação, assunto que abordaremos em profundidade mais a frente. É importante lembrar,

⁹ Citação original: “La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una.” (SALAVERRÍA, 2010, p.59). Tradução própria.

que não se trata de um conceito fechado, por isso falamos em processos, uma vez que diante das constantes e rápidas transformações das formas de comunicação e interação, tais formulações assumem um caráter mutável.

Ainda de acordo com Salaverría et al. (2010), a convergência na comunicação é algo atual, mas também não deve ser tratada como algo novo. O jornalismo tem experimentado mudanças no ecossistema midiático bem antes da difusão da internet. Desse modo, o ciberespaço não deve ser visto como a linha final para as chamadas mídias tradicionais (impresso, rádio e TV), mas sim como um recomeço. Com a chegada da televisão, por exemplo, muito se ouviu falar no fim do rádio. Assim como a morte do impresso e da própria televisão, a partir da disseminação da internet e das infinitas possibilidades do meio digital. Porém, o que vemos é a sobrevivência desses meios através de adaptações ao novo. O suporte material, que por tanto tempo fez parte do cotidiano das produções jornalísticas, é que tem ficado para trás. Afinal, como diria Mark Warshaw (2009, p.8), “As velhas mídias não morreram. Nossa relação com elas é que morreu. Estamos numa época de grandes transformações, e todos nós temos três opções: temê-las, ignorá-las ou aceitá-las.”. Não se trata de um inimigo tecnológico a quem confrontar. Frente a tal realidade é preciso aliar-se aos diferentes *media* para acompanhar o curso migratório da audiência. Mudanças que,

incluem transformações nos processos de produção e de consumo. Pesquisadores e produtores veem as novas oportunidades de negócio para o mercado midiático enquanto as novas gerações de consumidores desenvolvem as habilidades para lidar com o fluxo de histórias e se tornam caçadores de informações de múltiplas fontes. (SCOLARI, 2015, p. 9).

Conforme estudo Target Group Index, do Kantar Ibope Media¹⁰, de 2010 até o ano de 2015 o consumo simultâneo de meios passou de 55% para 62% em todo o mundo. Um crescimento vertiginoso que apenas confirma a presença de múltiplas telas e fontes no nosso cotidiano e a conseqüente mudança de hábitos da população. No Brasil, de acordo com levantamento realizado em 2018 pelo Ibope Conecta¹¹, subiu para 95% o número de internautas que assistem TV e acessam a internet ao mesmo tempo. O fato é que vivemos em uma rede conectada 24h, através das mais diversas telas (computador, *smartphones*, *tablets*),

¹⁰ Disponível em:

<https://www.kantaribopemedia.com/a-jornada-do-consumo-televisivo-em-diferentes-plataformas/>

¹¹ Disponível em: <http://ibopeconecta.com/95-dos-internautas-brasileiros-assistem-tv-enquanto-usam-internet/>

onde as barreiras físicas se dissolvem perante o ciberespaço. Algo que o filósofo MacLuhan, ainda na década de 60, chamou de “aldeia global”¹², e que acaba por pressionar o jornalismo a se reinventar a cada dia para acompanhar o ritmo de uma sociedade mundialmente interligada. Desse cenário surgem novos níveis de participação, práticas narrativas e mecanismos econômicos.

Se os usuários utilizam várias plataformas simultaneamente, a solução é marcar presença nelas. Uma das formas de fazer isso é com a narrativa transmídia, conteúdo criado para diferentes ambientes que complementam a história principal. Outra forma é facilitar a integração com conteúdos disponíveis em várias plataformas [...]. (ROTHMANN, 2009, p. 63).

A maior parte dos grandes conglomerados do setor já vem passando por transformações gradativas em seus veículos desde o final da década de 90, incorporando processos de convergência nas várias esferas do fazer jornalístico. Os meios de massa, com ênfase aqui para a televisão, estão vivendo uma fase de adaptação e experimentação da nova conjuntura na qual estão inseridos. As ferramentas tecnológicas já estão à disposição, mas cabe às empresas de comunicação usufruírem mais das possibilidades oferecidas. Para Salaverría e Negredo (2008, p. 46),

A partir desse princípio, só cabe concluir que a convergência é um processo multidimensional. Colocar em prática um processo de convergência é como dirigir uma orquestra: se deseja conseguir um resultado harmônico e coordenado, tem que modular distintos conjuntos de instrumentos – corda, metal, percussão –. Nas empresas jornalísticas ocorre o mesmo. Para levar a cabo a convergência, não basta planejar uma nova disposição das mesas de trabalho em uma redação e reorganizar o trabalho dos jornalistas, também é necessário adotar medidas em outros âmbitos. De concreto, ao menos nas seguintes quatro esferas: tecnológica, empresarial, profissional e editorial.¹³

¹² Termo criado para designar a relação entre as novas tecnologias e a sociedade de modo a encurtar distâncias. Com isso MacLuhan propõe a redução do planeta a uma aldeia, lugar no qual todos estão interligados/conectados.

¹³ Citação original em espanhol: “A partir de ese principio, sólo cabe concluir que la convergencia es un proceso multidimensional. Poner en práctica un proceso de convergencia es cómo dirigir una orquesta: si se desea conseguir un resultado armónico y coordinado, hay que modular distintos conjuntos de instrumentos - cuerda, metal, percusión...-. En las empresas periodísticas ocurre lo mismo. Para llevar a cabo la convergencia, no basta con planificar una nueva disposición de las mesas de trabajo en una redacción y reorganizar el trabajo de los periodistas, también se necesita adoptar medidas en otros ámbitos. En concreto, al menos en las siguientes cuatro esferas: tecnológica empresarial, profesional y editorial.” (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.46, tradução própria).

Sendo assim, cada dimensão da convergência é fundamental para que se chegue a um resultado satisfatório para com os usuários multiplataforma. Tendo como base a divisão também proposta pelos autores Salaverría, García Avilés, Masip (2010), tal processo pode ser visto através de quatro dimensões básicas, ligadas entre si. A primeira delas, a esfera **tecnológica**, se refere às ferramentas utilizadas para produção e difusão de conteúdos multimídia. São os aparatos técnicos necessários ao suporte do trabalho jornalístico, tal como meio de veiculação de notícias e a chegada até o consumidor. Desse modo, se torna uma condição prévia e essencial para que possa ocorrer qualquer outro tipo de convergência através de diferentes plataformas.

A dimensão **empresarial**, por sua vez, refere-se aos grupos de comunicação e a formação de conglomerados. O objetivo é trabalhar com a diversificação de seus conteúdos por meio da integração entre seus veículos, no intuito de alcançar públicos de diferentes mídias e consequentemente a liderança comercial na corrida pelas audiências. Tal esfera é muito utilizada como justificativa para a necessidade de jornalistas polivalentes, que assumam a responsabilidade de gerir diversas demandas, em jornadas de trabalho mais densas. O modo como a maior parte das organizações jornalísticas têm lidado com o processo convergente dentro de seus veículos, também colaborou para a precarização da profissão na atualidade. Decorrente da falta de suporte ao profissional e diante de exigências cada vez maiores, muitas organizações jornalísticas no Brasil acabaram por criar ambientes convergentes, que na realidade não funcionam de forma convergente. Essa realidade nos leva a analisar com mais profundidade a dimensão seguinte.

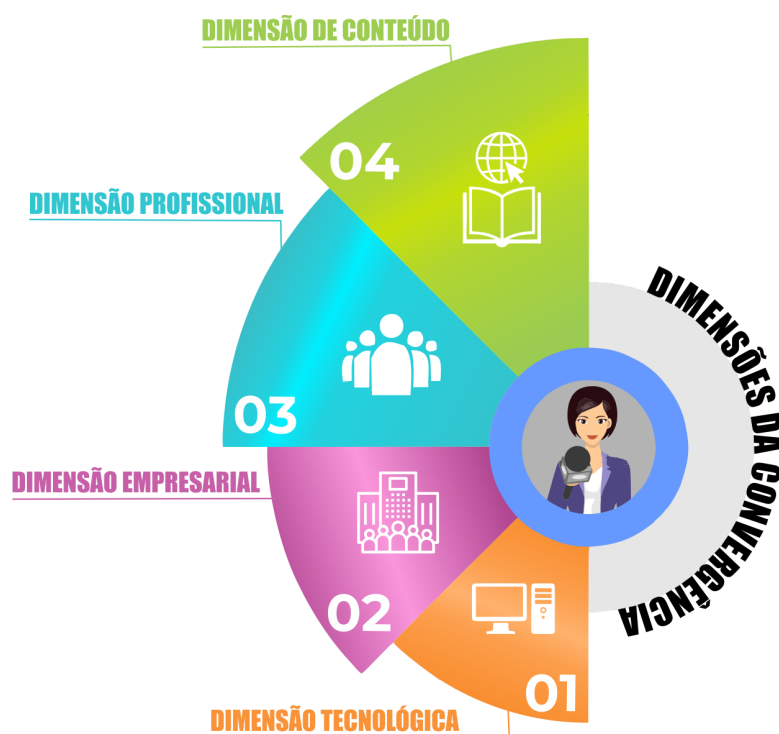
A esfera **profissional**, foco principal do nosso estudo, corresponde ao trabalho conjunto de profissionais de diferentes meios e editoriais para a construção de conteúdos cada vez mais complexos e transmidiáticos¹⁴. Nesse âmbito o profissional adquire função polivalente, ou seja, precisa desempenhar diferentes papéis dentro do ambiente redacional a fim de produzir narrativas, de forma rápida e contínua, que respeitem as especificidades de cada meio. Podemos tomar como exemplo um repórter de televisão: se antes ele recebia uma pauta e realizava a execução da matéria unicamente para a emissora na qual trabalhava, hoje

¹⁴“Uma história transmídia desenrola-se através de múltiplas plataformas de mídia, com cada novo texto contribuindo de maneira distinta e valiosa para o todo. Na forma ideal de narrativa transmídia, cada meio faz o que faz de melhor – a fim de que uma história possa ser introduzida num filme, ser expandida pela televisão, romances e quadrinhos; seu universo possa ser explorado em games ou experimentado como atração de um parque de diversões.”. (JENKINS, 2009, p. 141).

esse mesmo repórter pode fazer a sua pauta e executar diferentes matérias de um mesmo conteúdo para TV, rádio, portal de notícias, redes sociais e demais veículos de uma mesma organização. Analisando o jornalista como peça fundamental dentro da engrenagem que move a relação entre meios de comunicação e público, entender o que acontece com esses profissionais ajuda a compreender também o funcionamento da convergência em sua dimensão mais complexa: o conteúdo produzido nas redações e fora delas.

A quarta e última dimensão, talvez a mais difícil de ser alcançada, a convergência de **conteúdo** diz respeito às possibilidades de construção de produtos com a absorção das diversas possibilidades multimídia, hibridização de gêneros e capacidade interativa, por meio de um fluxo contínuo. Capacidades que só podem ser desempenhadas em sua plenitude através do bom funcionamento das demais esferas citadas (figura 1).

Figura 1 - Dimensões da convergência em níveis evolutivos



Fonte: Elaborado pela autora, com base em Salaverría, García Avilés, Masip (2010)

2.1 Divergências

Apesar de concordarmos com os apontamentos feitos pelos autores anteriormente abordados, a respeito do fenômeno convergente entre os meios tradicionais e os novos, também é necessário considerar a complexidade das novas relações propiciadas por esse contexto e os tensionamentos. O caminho para entender essas conexões não é um terreno sólido e nem deve ser absoluto. Em um cenário de instabilidades e incertezas, devemos refletir também as relações de alteridade. É preciso analisar não só o movimento convergente, mas também o ponto de vista das divergências desses processos.

Para Fausto Neto (2016), muito tem se observado os fenômenos comunicacionais de uma perspectiva causalista, principalmente no que diz respeito aos laços de oferta e consumo. O problema de se limitar a esta visão, segundo o autor, seria atribuir uma força determinística que não atende de forma suficiente as diferentes dimensões existentes e os elementos do seu funcionamento. Compreender esse enredamento, cercado por um caminho de obscuridades, vai além da visão simplista da junção de dispositivos e fornecimento de informações em diferentes suportes disponíveis ao consumidor. Não é mais o produtor que dita as regras de consumo, como outrora acontecia com os veículos tradicionais. A nova realidade cultural e tecnológica trouxe consigo profundas transformações nos vínculos e estruturas de produção, circulação e recepção, que precisam ser pensados agora como uma via de mão dupla. Para o autor, essa conjuntura

Afeta a fisionomia da circulação na medida em que as clássicas relações entre produtores e receptores de mensagens passam a se estruturar em torno de novas lógicas e operações de circuitos de diversas naturezas e que são fundadas - insistimos neste aspecto - sobre lógicas de diferenças. (FAUSTO NETO, 2016, p.69).

O progresso das novas tecnologias possibilitou a queda dos custos na difusão de conteúdos, oferecendo portas abertas para um novo mercado de produtores. O que antes era de poderio exclusivo de grandes conglomerados, hoje tem participação de pequenos geradores de conteúdo em rede. Apesar da convergência possibilitar a distribuição sob o aparato de multiplataformas, o que vemos por meio desse discurso é uma grande variedade de veículos de comunicação nas mãos de poucos detentores empresariais. De certo modo, mesmo com a

diversificação de meios, acaba existindo um monopólio. Segundo Tárzia (2015), os consumidores passam a reagir a esse regime de imposições normativas. Dessa dinâmica da convergência surgem desajustes e assimetrias por meio de suas manifestações emergentes, o que acaba evidenciando certas divergências.

A insatisfação tem extravasado do off-line para o on-line e do on-line para o off-line, de maneira que modos de ver, tempos e espaços se encontram cada vez mais enredados e tensionados pelas lógicas de transmissão característica das mídias de massa e as lógicas de compartilhamento, marca das conexões em redes digitais. (TÁRCIA, 2015, p. 189)

Diante da capacidade de compartilhamento em rede, os conteúdos passam por processo constantes de apropriações e reapropriações. A relação entre mídia e recepção não acontece mais de forma unilateral e se torna complexa, permeada por multiplicidade de trocas. Se antes eram vistos como campos isolados, agora fica evidente a existência de uma dinâmica entre os dois. As reformulações do conteúdo, uma vez em rede, já não estão mais sob o controle do desenvolvedor. Esse quadro, tal como colocado por Fausto Neto (2016), Dal Zotto e Lugmayr (2016), aponta certa defasagem no sistema de recepção e produção, uma vez que um se apropria da característica do outro, diante das possibilidades do receptor também produzir e compartilhar e o produtor acabar consumindo também dessa fonte. Em outras palavras, é preciso abandonar a visão de receptor e emissor em dois extremos e começar a avaliar a interação entre eles de forma ativa e complexa dos dois lados.

Considerando a convergência e a divergência como aspectos de um mesmo processo, também se faz necessário compreender as complexidades quanto à circulação de conteúdos. (APPELGREN, 2004). A crescente oferta de produtos midiáticos em diferentes meios acabou fomentando a pulverização da audiência, que ao contrário do fluxo convergente, proporcionou em grande parte dispersão nas relações existentes. A portabilidade dos dispositivos e as diversas telas presentes no cotidiano contribuíram para um cenário de migração dos consumidores para toda e qualquer parte, de acordo com o interesse individual. Para Fausto Neto (2009), essa realidade pode ocasionar em dois tipos de movimentos: “Ou traz o receptor para o centro dos processos produtivos midiáticos, ou faz migrar para novas buscas de meios e de protocolos de consumo, abandonando velhos pactos de fidelização com antigas mídias.”. Os consumidores têm a liberdade de escolher os caminhos que melhor se enquadrem em seu

perfil. O fato das empresas de comunicação estarem presentes em multiplataformas, por si só, não é suficiente para garantir que a audiência esteja acompanhando tal processo migratório. Apesar de existirem diversas estratégias que possam ajudar a fisgar a atenção do público consumidor, o modo como acontece os laços de consumo ultrapassa o controle das mãos do produtor, o que reforça a ideia de que,

A convergência de conteúdo pode levar à distribuição e, portanto, à divergência de consumo. Como tal, o conceito de convergência de mídia não se refere apenas a uma mudança tecnológica, mas inclui mudanças dentro dos paradigmas industriais, culturais e sociais de nosso ambiente, refletindo tanto os processos de convergência quanto de divergência.¹⁵ (DAL ZOTTO; LUGMAYR, 2016, p.3).

Dentro dessa teia de possibilidades, com consequências positivas, negativas e principalmente incertas, o fato é que convergência se trata de um conceito em evolução. A indústria, enquanto principal fonte produtora da notícia, precisa procurar entender a problemática e complexidade em torno do fenômeno e adaptar-se a essas múltiplas operações considerando suas complexidades se quiser sobreviver ao mercado. Não se trata apenas de lógicas econômicas ou tecnológicas, mas, muito além disso, um processo de mudanças culturais e simbólicas. Ainda de acordo com Dal Zotto e Lugmayr (2016, p.5),

Ao que parece, para recuperar a eficiência e o sucesso, os modelos de negócios de mídia devem não apenas reagir à tendência de convergência, mas também ao processo de convergência de mídias: isso significa compreender o significado multifacetado da convergência de mídias, incluindo efeitos de divergência e coexistência, desenvolver uma visão mais voltada para o cliente e inovar fundindo elementos tradicionais com novos elementos.¹⁶

¹⁵ Citação original: “Content convergence can lead to distribution and thus consumption divergence. As such, the media convergence concept does not only refer to a technological shift but it includes changes within the industrial, cultural and social paradigms of our environment reflecting both media convergence and divergence processes”. (DAL ZOTTO; LUGMAYR, 2016, p.3). Tradução própria.

¹⁶ Citação original: “ It thus appears that, in order to regain efficiency and success, media business models should not only react and adapt to the convergence trend, but also—and first of all—proactively factor in causes and effects of the media convergence process: this means to understand the multifaceted meaning of media convergence, including divergence and coexistence effects, develop a more customer oriented vision as well as to innovate by merging traditional with new elements, too”. (DAL ZOTTO; LUGMAYR, 2016, p.5). Tradução própria.

O grande desafio do jornalismo na atualidade, e talvez no futuro, é saber trabalhar com excelência todas essas dimensões, do ponto de vista da convergência, divergência e demais desdobramentos, tornando-se atrativo ao público de forma inovadora. A provocação para essa conjuntura talvez esteja exatamente em parar de fazer mais do mesmo, como temos presenciado nos conglomerados jornalísticos. No centro dessas tensões, recai a responsabilidade sobre o papel do jornalista. Se tal como colocado por Salaverría e Negredo (2008) a convergência é como uma orquestra, o jornalista seria então o agente dessa ação: maestro responsável por fazer todas as outras dimensões funcionarem de forma eficaz.

2.2 A desterritorialização do jornalismo

Conforme a discussão estabelecida sobre os processos de convergência e de jornalismo pós-industrial, situamos também que no campo profissional do jornalismo ocorre, a partir da emergência de novas tecnologias e conexões sem fio, processos desterritorializantes da produção ou da transmissão de conteúdos. Ao que para os geógrafos seria em seu conceito base uma desterritorialização. De acordo com Deleuze e Guattari (1992 *apud* BRUCE; HAESBAERT, 2009), o termo pode ser definido como uma mudança de vínculos, uma perda do que nos une ao território que por tanto tempo foi de nosso domínio, seja de caráter econômico ou simbólico. Não seria esse o atual estado do jornalista dentro das rápidas e profundas mudanças que têm enfrentado no seu campo de atuação?

A primeira grande mudança nesse processo de perda territorial vem de dentro das próprias redações e organizações jornalísticas. Se outrora o ambiente de trabalho era organizado de forma setorializada, com cada veículo trabalhando de forma independente entre si, editorias bem separadas e postos de trabalho individualizados em ilhas, hoje, aspectos como esse, já não fazem mais sentido. No cenário do jornalismo pós-industrial¹⁷, as fronteiras dentro das redações também se dissolvem. Diferentes veículos, editorias e profissionais passam a trabalhar em um só ambiente, a fim de facilitar a produção de conteúdo multimídia e o intercâmbio de informações. De acordo com Silva (2013), na era da convergência não basta apenas a adaptação entre velhas e novas mídias no meio digital. A integração das redações e

¹⁷ Cunhado por Doc Searls em 2001 para designar o jornalismo que não é mais organizado sob as normas de proximidade ao maquinário de produção. Utilizado para tratar de uma crise nas organizações de jornalismo diante das possibilidades do futuro criadas pela tecnologia. (ANDERSON, 2014).

dos profissionais é um dos aspectos fundamentais do desenvolvimento do jornalismo em multiplataforma. Salaverría e Negrodo (2008, p.51) definem a integração como,

a confluência de dois ou mais unidades ou correntes em uma única. No âmbito jornalístico, atualmente refere-se à fusão de duas ou mais equipes redacionais em apenas uma, de modo que uma vez formalizada a integração, a redação resultante trabalha reunida em um mesmo ambiente físico, sob um mesmo gerenciamento editorial e com uma infraestrutura tecnológica comum. Do ponto de vista teórico, portanto, uma redação integrada é aquela com capacidade de alimentar de conteúdos dois ou mais meios a partir de uma única unidade de produção¹⁸

No entanto, é preciso lembrar que a descentralização da produção, com um sistema de apuração da notícia menos hierarquizado, não garante efetivamente a união das equipes e redações especializadas dentro das redações. Por isso é preciso que o profissional também passe pelo processo convergente para criação de narrativas mais atrativas. O trabalho integrado diz respeito principalmente a um sistema colaborativo.

Se o papel do jornalismo nasce para corresponder a necessidade da sociedade se comunicar e estar atualizada sobre os acontecimentos em diferentes escalas, nada mais natural do que o campo sentir o impacto de ter de acompanhar o passo acelerado dessas transformações culturais fomentadas pelas novas tecnologia de comunicação (internet e dispositivos móveis). Criar produtos multimidiáticos, que se tornem imersivos e prendam a atenção da audiência é um dos grandes fundamentos para o alcance desse complexo jornalismo adaptado a esse novo quadro mercadológico.

A sociedade da mobilidade se configura como um fluxo internacional de imagens, informação, migrações, turismo, fluxo de capital financeiro, que nos coloca em meio a uma sociedade dos fluxos planetários (Castells, 1996). Esses fluxos globais já haviam sido detectados por pensadores como Deleuze (1986), Lefebvre (1986), Augé (1995), Sasken (2001), Castells (1996), Graham e Marvin (1996), Wheeler, J.O, Aoyama, Y. e Warf, B. (2000), entre outros, trazendo a idéia de que pensar a sociedade é pensar em termos de territorializações e desterritorializações, em termos de mobilidade urbana, de não-lugares intercambiáveis, de cidades globais. (LEMOS, 2005, p.6).

¹⁸ Citação original: “La integración es la confluencia de dos o más unidades o corrientes en una sola. En el ámbito periodístico, hoy día alude sobre todo a la fusión de dos o más equipos redaccionales en uno solo, de modo que una vez completada la integración la redacción resultante trabaja reunida en un mismo entorno físico, bajo un mando editorial único y con una infraestructura tecnológica común. Desde un punto de vista teórico, por tanto, una redacción integrada es aquella capaz de nutrir de contenidos a dos o más medios mediante una única unidad de producción” (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.51, tradução por SILVA, 2013)

A quebra das barreiras físicas gerou uma hibridização nas relações de trocas, que pode ser vista como um fluxo positivo dentro de uma construção colaborativa, independente de espaços, na construção de conteúdos e na produção da informação. Algo que Bauman (2001) coloca como uma adaptação dentro de uma realidade fluida, do que ele chama de liquidez da modernidade. O tempo no qual estamos inseridos revela a perenidade dos produtos, laços, ideias. Um contexto que nos trás a sensação de imprevisibilidade e a conseqüente necessidade de esforços para a compreensão da conjuntura social e seu vínculo com o consumo de mídias.

Essa sociedade em rede, na qual a informação está na palma da mão, a um *click* do usuário, deve ser pensada como parte integrante da construção do jornalismo. Uma vez que a cibercultura¹⁹ acabou por fomentar também uma cultura cada vez mais participativa. A figura do espectador, que consome a notícia de forma unilateral, não representa mais a maior parte dos consumidores das informações. De acordo com pesquisa Video Viewers 2018²⁰, da Google, apenas 18% das pessoas que possuem uma “segunda tela²¹” em casa, declaram dar atenção exclusiva a televisão. Nos últimos três anos esse percentual caiu quase 25%. Os dados apontam a necessidade de interagir, através de comentários, compartilhamentos, entre outras ferramentas que possibilitam a participação da população por meio das redes. Assim como afirma Shirky (2011, p. 25), “as pessoas gostam de consumir, mas também gostam de produzir e compartilhar. Sempre gostamos dessas três atividades, mas até pouco tempo a mídia tradicional premiava apenas uma delas.”. O telespectador deixa de ser meramente passivo para ir ao centro do debate e das reflexões sobre as produções televisivas através das redes. Ele quer fazer parte da produção de conteúdo. Sente a necessidade de poder escolher o que quer ver e não somente o que a grade de programação das empresas midiáticas determinam. Nesse contexto, por si só, a palavra telespectador já se torna obsoleta. Uma vez que coloca o usuário em um papel passivo.

¹⁹ Trata-se de comunidades virtuais, interconectadas, tendo a juventude metropolitana escolarizada como grupo líder. (LÉVY, 1999).

²⁰ Disponível em:

<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/> acesso em 22 ago. 2020.

²¹ De acordo com a entidade americana 2nd Screen Society (Sociedade da Segunda Tela) trata-se de toda qualquer experiência de engajamento da audiência que inclua uma tela adicional (smartphones, tablets, notebooks, entre outros) de forma interativa enquanto se assiste a televisão.

Com a entrada das tecnologias digitais, novas formas de circulação da informação surgem. Ao modelo “Um-Todos” dos media tradicionais, opõem-se o modelo “Todos-Todos” , ou seja, uma forma descentralizada e universal (tudo pode ser convertido em “bits” - sons, imagens, textos, vídeo...) de circulação das informações. Os novos media, como Internet por exemplo, permitem a comunicação individualizada, personalizada e, além do mais, bidirecional e em tempo real. (LEMOS, 1997, p.3).

A portabilidade e os dispositivos móveis também proporcionaram o empoderamento das audiências, tornando seus agentes prossumidores²² - produtores/consumidores - e cada vez mais integrantes dos processos de construção da notícia. A liberdade em rede atribuiu o poder de qualquer pessoa conectada, em qualquer lugar do mundo, poder gerar conteúdo e informação a qualquer momento. Desse modo, Deuze (2016, p.10) afirma que “nessa era digital, todo mundo, em alguma medida, pratica “atos de jornalismo” (Stearns, 2013, p. 2), usando o que são consideradas técnicas jornalísticas e tendo responsabilidade por suas consequências.”. Muitas vezes fica até difícil identificar o texto feito por um profissional ou um simples usuário nas plataformas digitais. Recuero (2012) relaciona esse fenômeno a efervescência das redes sociais, onde novas formas de circulação das informações acabam por reposicionar os veículos de jornalismo e a notícia. O papel do jornalista nesse contexto parece ser o de legitimador dos fatos e acontecimentos, o que acaba por aumentar ainda mais sua responsabilidade e o desafio de tirar o máximo de proveito dessa situação para a construção de um jornalismo sólido e colaborativo.

2.3 O profissional multitarefa

Com pontos positivos e também negativos, as mudanças no modo de produção, consumo e distribuição do jornalismo influenciaram diretamente a rotina de trabalho dos jornalistas. O perfil do profissional inserido nas antigas redações dos veículos tradicionais precisou ser repaginado para acompanhar o novo ritmo dos acontecimentos em rede. Antes do advento da internet, até o final da década de 90, era comum ver profissionais designados para o exercício de uma única função, de forma específica ao seu veículo de comunicação, com

²² Termo criado pelo economista Alvin Toffler, escritor do best seller “A Terceira Onda”, para designar a nova realidade de consumidores criada pela internet - consumidores que, em rede, assumem o papel de produtores de conteúdo.cad

deadline extenso e pré-estabelecido para veicular o material produzido. Hoje, com a integração das redações e a busca por públicos consumidores das mais variadas fontes de informação, o jornalista se tornou polifuncional: desempenhando simultaneamente diversas funções (redator, repórter, editor, apresentador, fotógrafo, etc.), dentro e fora das empresas, com uso de diversos dispositivos tecnológicos que possam contribuir na produção de conteúdos de forma mais ágil. Na prática isso representa rotinas de trabalho mais intensas. O jornalista do formato pós-industrial precisa estar pronto para tudo, a qualquer hora em qualquer lugar. “a produção de notícias cada vez mais se faz tanto dentro quanto fora das organizações profissionais jornalísticas, bem como dentro e por meio de múltiplas formas e formatos midiáticos.” (DEUZE; WITSCHGE, 2016, p. 9).

Um exemplo claro dessa conjuntura surgiu no início dos anos 2000, com a criação do chamado “kit correspondente”. Um conjunto de equipamentos portáteis, utilizado pela rede Globo em coberturas internacionais, para auxiliar o trabalho dos correspondentes da emissora. O kit, desenvolvido por uma empresa europeia, trata-se de uma maleta/mochila com notebook, câmeras, antenas dobráveis e um telefone via satélite, onde o repórter pode rapidamente montar sozinho, em qualquer lugar, para realização de qualquer cobertura. De acordo com Esperidião (2007), o advento de equipamentos ligados a internet, além da implementação de dispositivos móveis, facilitaram a transmissão e produção de conteúdos a longa distância. Além disso, segundo a pesquisadora, os custos operacionais diminuíram significativamente, já que a “geração via satélite” (tecnologia anterior) era mais cara, limitada e o conteúdo não chegava completamente editado, precisando de mais profissionais envolvidos para a execução da reportagem. O primeiro registro do uso por brasileiros foi em 2001, na cobertura dos ataques terroristas conhecidos como “ atentado de 11 de setembro”, em Nova Iorque. Segundo Cavalcanti (2015, p. 11),

O equipamento permite que uma equipe ou que um correspondente sozinho filme, edite e faça o envio do material para a emissora via internet. [...] incorporando novos dispositivos tecnológicos como a câmera do celular e a webcam, além do “via internet”. Era o telejornal, em tempos de interatividade e convergência tecnológica.

Desde então, outros métodos têm ganhado espaço na rotina jornalística. Os equipamentos se tornaram mais modernos, rápidos e portáteis. Com um único aparelho

conectado a rede é possível fazer todas as partes do processo de produção, reportagem, edição e até mesmo transmissões em tempo real. Recentemente, encontramos registros de que a própria Globo, em algumas de suas praças pelo Brasil, eliminou o papel do cinegrafista e passou a exibir reportagens feitas inteiramente pelo celular. No interior da Paraíba, o primeiro caso registrado foi em Julho de 2018, em cobertura da TV Paraíba, na cidade de Campina Grande, transmitida também pela TV Cabo Branco²³, sobre o acesso do Treze Futebol Clube à série C do Campeonato Brasileiro²⁴. O repórter Artur Lira acompanhou de perto a recepção da torcida, meio a multidão, com o dispositivo móvel. Pelo celular ele, sozinho, gravou entrevistas e capturou imagens sem o auxílio de um equipe. Segundo Lira (2019), “foi a primeira matéria da emissora feita pelo celular. Vídeo, texto e gravação” (figura 2).

Figura 2 - Captura de tela da primeira reportagem feita pelo celular na TV Cabo Branco - afiliada Globo PB



Fonte: Globo Play - Globo Esporte PB (2018)

Uma publicação da página “Virei Jornalista”²⁵, da rede social *Instagram*, mostra os bastidores de uma reportagem da RPC TV (figura 3), afiliada Globo em Maringá - Paraná, onde a repórter exerce a função de jornalista e cinegrafista através do uso do aparelho celular. A página de entretenimento, com mais de 52 mil seguidores, mostra os bastidores da notícia e

²³ A emissora, sediada na cidade de João Pessoa (PB), é integrante da Rede Paraíba de Comunicação junto a TV Paraíba. As duas compartilham conteúdos em uma transmissão integrada. A TV Cabo Branco tem registros de reportagens feitas através do celular antes mesmo da TV Paraíba.

²⁴ Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/6862322/>; Minutagem de vídeo: 3'30”, acesso em: 12 jun. 2019.

²⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/vireijornalista/>; Acesso em: 12 jun. 2019.

realiza publicações diárias voltadas para jornalistas profissionais e em formação. A publicação da foto da equipe Paranaense²⁶, em Julho de 2018, repercutiu em rede e gerou 205 comentários, inclusive de outros jornalistas brasileiros que se identificaram de algum modo com a forma de trabalho exibida na imagem.

Figura 3 - Repórter da RPC TV - Maringá fazendo uso do celular em substituição ao cinegrafista



Fonte: Instagram @VireiJornalista (2018)

Diante da competitividade com a velocidade do mundo virtual, surge por parte das empresas jornalísticas uma necessidade de estar por toda parte, cobrindo todo e qualquer evento, na tentativa de absorver a característica de ubiquidade própria da internet. “Isto caracteriza centralmente o jornalista multitarefas que realiza uma maior variedade de funções – incluindo aquelas que são tradicionalmente realizadas por outras profissões (como designers, profissionais de marketing, publicitários ou editores)”. (DEUZE, 2016, p.10).

Como produto desse fluxo cada vez mais híbrido entre as mídias tradicionais e o ciberespaço, o jornalista perde o caráter segmentado da produção e assume diferentes habilidades para geração de conteúdos desde a sua apuração até a edição de matérias dentro e fora dos limites das redações. Outra mudança significativa vem das relações entre emissor/receptor e autor/leitor, que abandonam o caráter de passividade para assumir a

²⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/p/BlosuJ8lcrS/> ; Acesso em: 12 jun. 2019.

interatividade (PRIMO; TRÄSEL, 2006). As redes sociais, por exemplo, se tornaram um termômetro da audiência, uma vez que o “receptor” pode compartilhar e comentar instantaneamente o que está consumindo nos veículos de comunicação (televisão, rádio, jornais e portais). Mais do que isso, criou-se uma cultura do que Axel Bruns (2005; 2011) chama de *gatewatching*,²⁷ onde os jornalistas se pautam através da seleção de notícias que estão gerando comentários e repercussão meio aos internautas. Esse papel veio como substituto ao já conhecido *gatekeeper*²⁸, figura comum nas antigas redações das chamadas mídias tradicionais, onde a escolha do que é ou não notícia estava nas mãos dos profissionais, passando por rigorosas chancelas editoriais.

Porém, voltamos a dizer que é preciso estar atento às divergências dessa nova realidade. Se por um lado os aparatos tecnológicos podem contribuir para mobilidade e agilidade no trabalho jornalístico, inclusive no que diz respeito ao trabalho de apuração e fontes das pautas diárias, por outro lado, com um único profissional desempenhando múltiplas funções, a tendência é que as redações fiquem cada vez mais enxutas. Na contramão da diminuição do quadro de funcionários, as empresas cobram por um aumento da produtividade e uma maior capacitação do profissional. Um quadro que acaba por fomentar a precarização dos postos de trabalho na área, principalmente “levando-se em conta as horas que trabalha, a quantidade de conteúdo que produz, as diferentes mídias que atende e as funções que exerce” (BARBOSA E SILVA et al., 2013, p.51).

Nesse contexto, Salaverría e Negredo (2008) afirmam que os jornalistas exercem dois tipos de polivalência: uma funcional (correspondente ao acúmulo de funções) e a outra midiática (capacidade de produzir conteúdos para diferentes canais). No entanto, eles afirmam ainda que: “también es preciso que las empresas tengan en cuenta que pocos periodistas son diestros en todas las disciplinas y que el mejor redactor puede ser un pésimo fotógrafo, así como el mejor locutor de radio puede no tener idea de escribir.”²⁹. (2008, p.49). Nesse

²⁷ Segundo proposto por Bruns (2005), o termo *gatewatcher* - em livre tradução “observador de portas” - designa o cidadão ou profissional que avalia a importância das informações em rede, filtrando-as, ao invés de descartá-las, de acordo com o que está causando repercussão meio ao público consumidor.

²⁸ O termo “*Gatekeeper*” - em livre tradução: porteiro, controlador de portas - foi usado pela primeira vez na comunicação em 1950 por David Manning White . Segundo Traquina (2005, p.150), “nesta teoria, o processo de produção da informação é concebido como uma série de escolhas onde o fluxo de notícias tem de passar por diversos *gates*, isto é, “portões” que não são mais do que áreas de decisão em relação às quais o jornalista, isto é, o *gatekeeper*, tem de decidir se vai escolher essa notícia ou não”).

²⁹ “También é preciso que as empresas levem em consideração que poucos jornalistas são qualificados em todas as tarefas e que o melhor redator pode ser um péssimo fotógrafo, da mesma forma que o melhor locutor de rádio pode não ter a menor idéia de escrever.” (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p.49 - tradução própria).

sentido, o profissional precisa do aporte para que possa desenvolver suas habilidades de forma eficiente no contexto multiplataforma.

O papel polivalente, sem o aparato empresarial de investimentos no setor, tem propiciado um cenário de fragilização da notícia e da categoria no mercado de trabalho. O desempenho de tarefas variadas, sem que haja o preparo do profissional ou condições de trabalho adequadas, afeta a qualidade com que o jornalista se entrega e se dedica ao desempenho de suas atividades. Dentro da rotina corrida das redações, para noticiar antes da concorrência e não levar o chamado “furo” de reportagem, sair do factual e superficial é um trabalho que exige esforço extra. Para Gordon (2003, p.72),

Não estamos necessariamente nos movendo para uma era em que um único jornalista precisa fazer tudo - relatar, escrever, tirar fotos, filmar e editar vídeos, e apresentar suas histórias na web. Sempre haverá a necessidade de especialistas que façam uma coisa particularmente bem. Mas nas organizações de mídias convergentes do futuro, os jornalistas que melhor entenderem as capacidades únicas de múltiplas mídias serão os que terão mais sucesso, impulsionarão as maiores inovações e se tornarão líderes no amanhã.³⁰

É preciso entender que já estamos inseridos em tal conjuntura e que o futuro é o agora, o que tem sido feito dentro e fora das organizações. O papel do jornalista é fundamental nesse contexto, mas não funciona sem o apoio conjunto de uma equipe. Como apontam alguns autores (DEUZE, 2008; SAAD, 2016; SALAVERRÍA, 2010), a organização que deseja implementar a produção de conteúdo convergente de forma inovadora deve fortalecer o trabalho do jornalista para obter um resultado satisfatório de produção e distribuição de conteúdo. Caso contrário, será apenas uma repetidora de notícias rasas, como várias outras que existem no mercado.

Figura 4 - Mudanças no perfil profissional inserido no contexto convergente

³⁰Citação original: “we are not necessarily moving into an era when a single journalist needs to do it all -- report, write, take pictures, shoot and edit video, and present their stories on the Web. There will always be a need for specialists who do one thing particularly well. But in the converged media organizations of the future, the journalists who best understand the unique capabilities of multiple media will be the ones who are most successful, drive the greatest innovations and become the leaders of tomorrow.” (GORDON, 2003, p.72). Tradução própria.



Fonte: Elaborado pela autora

Diante de uma nova cultura de consumo, nunca se viu transformações tão profundas no jornalismo como na contemporaneidade. Não é arriscado dizer que o campo deve passar por transformações ainda maiores nos próximos anos. A notícia passa a ser feita de forma cada vez mais colaborativa; a produção de conteúdos abre espaço ainda maior para a participação de um consumidor empoderado; as empresas devem buscar maneiras de se reinventar rotineiramente para manterem seu público ativo; e o profissional, agente fundamental nesse processo, deverá se adequar ao terreno de constantes pressões para manutenção do seu espaço no mercado de trabalho.

A composição da profissão está mudando em sua práxis. As exigências organizacionais, atreladas a gradual erosão dos valores e métodos utilizados no exercício do batente, cobram ainda mais do jornalista o seu papel deontológico. Sendo o meio *online* o espaço onde todos podem partilhar, criar e se apropriar das características da notícia jornalística para divulgar informações (verdadeiras ou falsas), cabe unicamente ao profissional se apropriar das amplas ferramentas oferecidas para construção de narrativas

inovadoras. É preciso manter o olhar atento e a sensibilidade, características da profissão, para cumprir o papel cívico, aproximando o público de sua realidade com responsabilidade ética. Como diria Alsina, (2009, p.212). “o profissionalismo jornalístico se caracteriza, acima de tudo, pelo papel social da competência comunicativa que lhe é atribuída aos jornalistas, na geração das imagens da realidade coletiva.”. Mudam as tecnologias, os meios e as formas de consumo, mas os preceitos básicos da profissão permanecem em qualquer circunstância para dar voz aos interesses da comunidade e garantir o direito à informação correta. No âmbito da convergência, é preciso que as empresas de comunicação repensem seus formatos e passem a avaliar o que realmente interessa ao público, sem abandonar o seu dever sociocultural, para garantir a manutenção das audiências e evitar o enfraquecimento da indústria da notícia.

No capítulo a seguir, ampliamos as discussões abordando novos conceitos e diálogos em torno dos cenários de crise e tensões vivenciados pelas organizações jornalísticas no contexto do jornalismo pós-industrial. Apesar do termo indicar algo posterior à realidade da indústria da comunicação, na verdade o “pós” representa o agora. Momento repleto de complexidades que precisam ser estudadas e compreendidas nas diferentes esferas da produção e consumo de informações.

3. O PÓS É O AGORA: DIÁLOGOS SOBRE A ERA PÓS-INDUSTRIAL

Para falar sobre a presente conjuntura do jornalismo é preciso entender também sua relação com o passado. Por trás das transformações vivenciadas pelo setor, existe uma história que envolve mecanismos culturais, sociais, políticos, econômicos e tecnológicos. Apesar do desenvolvimento de novas práticas jornalísticas nos últimos séculos está entrelaçado a introdução de maquinários produtivos, não podemos olhar tal cenário por um determinismo da tecnologia. Para não cair em discussões simplificadas em torno do tema, é preciso compreender diferentes dimensões do contexto no qual a indústria da notícia opera.

Se lançarmos um olhar a partir do XVIII, a Revolução Industrial trouxe consigo uma série de mudanças econômicas e trabalhistas. A substituição da mão de obra artesanal pelo uso das máquinas fortaleceu o aquecimento do mercado internacional. O período, que compreende até o início do século XX, se caracterizou por grandes descobertas tecnológicas e invenções voltadas ao setor industrial. Consequentemente, novas ideias e articulações brotaram no campo social. O conjunto de mudanças provocadas pela expansão da indústria e o progresso técnico e científico levaram também a uma revolução nas comunicações. (BRIGGS, BURKE, 2006).

As inovações industriais possibilitaram o aprimoramento de novas máquinas de impressão e ferramentas de trabalho que tornaram fértil o campo para o surgimento de um jornalismo a nível industrial. Lima e Bezerra (2010, p.1-2) situam que:

Com o desenvolvimento da imprensa no século XVIII, é que surgem os profissionais especializados para a comunicação social, ou seja, os jornalistas, e equipamentos são criados para agilizar e propagar a informação na sociedade. Na continuidade desse processo evolutivo, a história do jornalismo e dos jornalistas encontra-se atrelada ao desenvolvimento de técnicas que constantemente inserem mudanças nas rotinas profissionais da categoria.

Em análise, podemos dizer que as transformações vivenciadas por profissionais de jornalismo podem se relacionar com as transformações na economia política do capitalismo. Em paralelo ao início do desenvolvimento da profissão, a realidade fabril de produção implementada por Henry Ford, no começo do século XX, trouxe uma nova forma de organização do trabalho.

Com longas jornadas, baixo custo ao empregador e vínculos empregatícios mais rígidos, o Fordismo implementou uma forma corporativa de estruturação dos negócios. Postos de trabalhos bem definidos e fixos, além de padrões rigorosos de curto tempo de produção, associados à intervenção estatal, levaram ao aumento da produtividade com redução nos custos. No método, inspirado nos princípios Tayloristas³¹, o empregado não precisava mais conhecer todo o processo produtivo, mas ser especializado em uma única função. O modelo, que começou na fábrica de carros por volta de 1914, através de uma linha de montagem bem definida, atravessou décadas e virou o exemplo da época de como tornar o capitalismo do período entre e pós-guerra dinâmico. Para Harvey (2008, p.121), o fordismo trouxe

o reconhecimento explícito de que produção de massa significava consumo de massa, um novo sistema de reprodução da força de trabalho, uma nova política de controle e gerência do trabalho, uma nova estética e uma nova psicologia, em suma, um novo tipo de sociedade democrática, racionalizada, modernista e populista.

Os meios de comunicação também acabaram acompanhando essa cultura produtiva de conteúdos voltados às massas, intensificada com a popularização da televisão a partir da década de 50, assunto que trataremos mais adiante ainda neste capítulo. Por enquanto vamos nos ater às mudanças no mundo do trabalho, uma vez que as instituições passaram a acompanhar este fluxo do sistema produtivo industrial e suas mudanças.

No jornalismo, o fordismo teve forte presença no processo de profissionalização do mercado. Segundo Fonseca (2005), essa influência se fez notar a partir da década 1960 com a chamada “modernização da imprensa”, processo que teve início com reformas gráficas e editoriais nas redações. Nessa fase, a atividade de construção da notícia acontece como numa linha de montagem industrial. As funções de cada jornalista são bem definidas, em uma hierarquia verticalizada de cargos e responsabilidades que acabavam por respeitar a experiência dos funcionários no veículo para assumir os postos mais altos. Funcionários com mais tempo de empresa realizavam uma espécie de escalada de cargos, começando geralmente com a função de pauteiro, até chegar ao exercício da chefia. Diante da quantidade

³¹ "Taylorismo - também conhecido por Administração Científica - é um sistema de organização do trabalho formulado pelo engenheiro norte-americano Frederick Winslow Taylor (1856-1915), baseado nos princípios da divisão de tarefas, a fim de se conseguir, com o mínimo de tempo e de esforço, o máximo de rendimento." (MICHAELIS, 2020).

de segmentações na produção do trabalho, o número de pessoas em uma redação também era maior, sendo comum ver diferentes papéis, como: editor chefe, sub-editor, editor de imagem, chefe de reportagem, secretário/chefe de redação, pauteiro, repórter, editor de texto (redator ou copidesque), diagramador, escuta, editorialista, ombudsman, hoje boa parte destes já extintos. Tomando por exemplo o jornal impresso, mas sendo aplicável a outros veículos de comunicação, Fonseca (2005, p. 196) diz que,

Nessa forma de organizar o trabalho no ambiente de produção jornalística, a redação, cada profissional executa uma tarefa, [...] Cada uma dessas fases, do levantamento das informações que permite a formulação da pauta até a impressão do jornal, comporta um tipo de trabalhador especializado e uma determinada rotina.

Assim como em um sistema de organização fordista, cada um é responsável por uma parte do processo de construção, que passa por várias etapas para que se chegue ao produto final: a notícia. Para tamanha organização do trabalho, os jornalistas possuíam mais tempo e capacitação no desempenho de cada função, assim como melhores remunerações e *deadlines* dentro de uma jornada de trabalho definida.

Precisamos considerar que em tal período a concorrência com as empresas de comunicação ainda era reduzida e que foi fomentada gradativamente com o auxílio do desenvolvimento tecnológico. O poder da difusão de informações estava exclusivamente na mão de um número pequeno de grandes conglomerados detentores de vários veículos. Um produto integrante da engrenagem da mídia convencional, fornecido de poucos produtores para muitos consumidores, seguindo a lógica da produção e consumo de massa, onde a notícia é considerada muito mais uma mercadoria que um bem social (MEDINA, 1988). Essa é uma das formas mais evidentes de manifestação do processo de globalização das comunicações. O investimento para além das fronteiras locais, com visão transnacional, criaram um movimento global de expansão das atividades.

Apesar de diferentes autores considerarem abordagens diversas para explicar o processo evolucionário das organizações, Castells (2005) destaca pontos de concordância entre eles. As transformações do setor tinham por objetivo principal lidar com as incertezas e instabilidades das mudanças no ambiente econômico empresarial. Desse modo, introduziu um “modelo de produção enxuta”, com ampla utilização de tecnologias, para eliminação de tarefas e automação de trabalhos. Não houve necessariamente uma ruptura no modo de

operação, mas sim uma reestruturação, “procedimentos de sistemas específicos de meios voltados para o aumento da produtividade e competitividade no novo paradigma tecnológico e na nova economia global”. (CASTELLS, 2005, p.211). A globalização surge em face ao mercado diversificado e o incentivo ao acelerado ritmo das transformações tecnológicas industriais e informacionais. A tendência de reconfigurações alcançou gradativamente as redações, tendo início principalmente nos Estados Unidos e na Europa, se espalhando pelas organizações mundiais.

Em razão disso, a passagem para o século XXI é marcada pelas fusões, que implicam aportes substanciais de recursos no setor, com o objetivo de otimizar as cadeias produtivas e explorar o potencial multimídia, e pela reestruturação organizacional das empresas. O novo modelo das corporações define-se depois de eliminadas as regulamentações consideradas rígidas, substituídas por normas mais flexíveis. (FONSECA, 2005, p.220).

A diversificação de mercados e públicos, com a presença multimidiática (impresso, rádio, televisão) atrelados ao aumento crescente da competitividade fomentada pelo aporte tecnológico - onde produções locais acabam confrontando com outras de alcance global - mostram que antigos padrões já não dão mais conta da nova realidade.

O problema no modelo fordista era a falta de flexibilidade. A recessão dos anos 70 e 80 (período da Guerra Fria), com estagnação da produção de bens de consumo, alta inflação nos preços, queda do poder aquisitivo e aumento da concorrência, levaram ao colapso do modelo e a necessidade de reestruturação do mercado. Com alto índice de desemprego, era o fim da organização rígida do trabalho pelo modelo fordista. Surge o que David Harvey (2008, p. 140) chama de acumulação flexível,

Ela se apoia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional.

Diante de um cenário de incertezas econômicas, o setor trabalhista perde força. Para dar conta da mão de obra excedente em um período de crise financeira, o trabalhador também passa por novas experiências de flexibilização. Os cargos fixos dão lugar aos contratos temporários, a compressão espaço-tempo fomenta a reconstrução de atividades laborais e os

altos índices de desemprego, além da baixa oferta, corroboram para redução salarial, erosão da força sindical e consequente precarização das relações de trabalho. É nesse contexto que se materializa a sociedade pós-industrial.

No campo do trabalho, esta nova lógica produtiva rompe com padrões de escala em massa e se volta para uma produção que tem por objetivo excluir excedentes. Em oposição ao inflexível fordismo nasce o Toyotismo³², para atender públicos cada vez mais específicos, com produtos variados, fabricados em menor escala, respondendo a uma nova demanda conhecida por “*Just in time*”³³ (ou, em livre tradução, de produção imediata). (KUMAR, 1997). Este novo regime possibilita que diferentes mercados se adaptem com maior agilidade e menos custos às constantes mudanças tecnológicas e nos padrões de consumo. Harvey (2008) defende que não houve uma inovação ou uma quebra do fordismo para o pós-fordismo, mas adequações às necessidades de mercado de acordo com a dinâmica do capitalismo contemporâneo. Segundo Harold Perkin (1996), neste contexto, após a revolução industrial, surge uma terceira era revolucionária, desta vez em escala global, a qual chama também de revolução profissional.

Podemos afirmar que a globalização trouxe em certa medida uma desigualdade de alcance mundial, marcada por mecanismos de desemprego, mas também a necessidade por capacitação da atividade laboral, tendo em vista o alto investimento no fomento de uma sociedade tecnocientífica-informacional. “Discussões em torno de temáticas como globalização, sociedade informacional, paradigma produtivo, relações de trabalho etc., tem muito a contribuir para o entendimento do momento em que se encontra o trabalho do jornalista.”. (BEZERRA; LIMA, 2010, p.7). O “pós” é o campo onde o profissional é obrigado a se reinventar constantemente para manutenção dos seus postos de trabalho.

³² Sistema de produção industrial, implementado na fábrica de carros da marca Toyota a partir da década de 1960, pelo engenheiro mecânico japonês Taiichi Ohno. Se caracteriza pela flexibilização dos vínculos trabalhador-empregador, produção just in time e terceirização de serviços. O toyotismo é considerado um dos expoentes do pós-fordismo. (RIBEIRO, 2015).

³³ (JIT) “é uma filosofia de gerenciamento japonesa aplicada na manufatura, que envolve ter os itens certos, com a qualidade e quantidade certa, no lugar certo e na hora certa. Tem sido amplamente divulgado que o uso adequado do JIT na manufatura resultou em aumentos de qualidade, produtividade e eficiência, melhor comunicação e diminuição de custos e desperdícios. [...] Por esses motivos, o JIT se tornou um método muito popular atualmente, sendo investigado por muitas organizações em todo o mundo.”. (CHENG, T. C. ; PODOLSK, 1996, p. 2 - tradução própria).

3.1 O jornalista e a máquina

A inserção de diversas tecnologias alteraram não só as rotinas produtivas mas também a forma de consumo da informação no cotidiano social. Se antes as pessoas tinham o hábito de folhear vagarosamente grandes páginas por sessões de um jornal impresso ou mesmo esperar os horários fixados dos telejornais para consumir notícias, após a década de 90, com a popularização da internet, este tipo de cultura perdeu sua base material e passou a criar novas exigências do que se espera do jornalismo. Considerando a facilidade de acesso à conteúdos, disponíveis 24h por dia, em qualquer lugar, através de dispositivos móveis, computadores e plataformas digitais inteligentes - a exemplo das *Smart TVs* e *Smartwatches* - de modo personalizável, favoreceu o florescer de um cenário convergente entre mídias, no qual a chamada imprensa tradicional - no seu *modus operandi* - se tornou insustentável.

Com a criação de um sistema de comunicação conectado em escala planetária, o qual Castells (2005) chama de “sociedade em rede”, qualquer um pode produzir conteúdos e relatar acontecimentos em tempo real, fazendo com que a própria indústria da notícia esteja superada e já não consiga mais sustentar antigos moldes de produção. O jornalista, tido por muito tempo como dono exclusivo da propriedade do papel de porta-voz da sociedade, assistiu aos poucos o empoderamento do lugar de fala de uma população interconectada, capaz de disseminar opiniões, notícias, informações e conteúdos diversos em rede, de alcance global. Aqueles que outrora costumavam ser leitores, ouvintes ou telespectadores, passaram a sentir a necessidade de deixar de ser meros receptores de conteúdos midiáticos. O mercado da comunicação presencia o nascimento de novos anseios por participação e interação.

A articulação dessa sociedade midiaticizada, que constantemente produz e busca informações - seja através de nichos específicos ou interesses diversos - acabou aumentando a demanda produtiva nas redações e colocando sob tensão o jornalismo tradicional e seus profissionais. E é a esse contexto de pressões e incertezas - no centro das mudanças sociais, políticas e econômicas discutidas no início deste capítulo - que os pesquisadores intitularam de **jornalismo pós-industrial**. O termo, cunhado em 2001, pelo jornalista norte-americano Doc Searls, versa sobre um “jornalismo sem rotativas”, cercado de incertezas e possibilidades, diante do uso da tecnologia, não mais organizado sob lógicas do maquinário de produção. A necessidade por compreender este cenário e as condições para sobrevivência

profissional na conjuntura de transformação do campo de atuação levou C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky (2012) a publicarem um dossiê intitulado *Post-Industrial Journalism*, editado pelo Tow Center for Digital Journalism da Columbia Journalism School, onde realizam um diagnóstico em torno de Jornalistas, Instituições e Ecossistemas. É preciso deixar claro que apesar de utilizar o prefixo “pós”, não se trata de apontamentos sobre o futuro, de algo que está por vir, mas sim sobre o presente. O pós é o agora.

Em uma redação na cidade de Los Angeles, nos EUA, um robô escreve uma postagem sobre um terremoto, destacando locais atingidos, com levantamento dos últimos eventos climáticos na região, respeitando todos os critérios de noticiabilidade e publicando a notícia em primeira mão, à frente da concorrência. Tudo isso sem a ajuda de nenhum jornalista. Pode até parecer uma história futurista, mas o caso em questão aconteceu em 2014, quando o *LA Times* noticiou um evento sísmico em Westwood, Califórnia, utilizando o *Quakebot*: um robô, criado pelo editor de conteúdo digital Ken Schwencke, programado para escrever matérias utilizando apenas bases de dados. O caso não é único. Outras formas de inteligência estão sendo implementadas por grandes empresas de comunicação - a exemplo do *The Guardian*³⁴, que já tem uma edição mensal feita inteiramente por bots - para publicações mais rápidas com menor utilização de mão de obra profissional. (COSTA, 2014).

O caso nos faz questionar se o papel do jornalista pode ser tão facilmente substituído, ou até mesmo se a profissão está ameaçada de extinção. Em todo o mundo o cenário de reconfigurações tenciona profissionais da área, seja pela inserção de robôs na rotina produtiva, de novas tecnologias, da presença de milhares de “prossumidores” cometendo os chamados atos de jornalismo com aporte tecnológico ou mesmo pela forte crise dos veículos tradicionais diante da queda de anunciantes. Em análise do quadro atual do jornalismo pós-industrial, Anderson, Bell e Shirky (2013, p.33) realizam uma constatação sobre mudanças necessárias e alicerces básicos que fazem do jornalismo fundamental à sociedade e, historicamente, um sobrevivente de grandes revoluções informacionais:

Partimos de cinco grandes convicções:

- O jornalismo é essencial.
- O bom jornalismo sempre foi subsidiado.

³⁴ Um dos mais premiados e reconhecidos jornais britânicos, O The Guardian, que já possuía plataforma online nos Estado Unidos, lançou em 2014 o #Open001, edição impressa com notícias do jornal que causaram maior repercussão nas redes sociais. Todo o processo de edição e diagramação foi feito por robôs através do uso de algoritmos. (COSTA, 2014).

- A internet acaba com o subsídio da publicidade.
- A reestruturação se faz, portanto, obrigatória.
- Há muitas oportunidades de fazer um bom trabalho de novas maneiras.

[...] o papel do jornalista – como porta-voz da verdade, formador de opinião e intérprete – não pode ser reduzido a uma peça substituível para outro sistema social; jornalistas não são meros narradores de fatos. Precisamos, hoje e num futuro próximo, de um exército de profissionais que se dedique em tempo integral a relatar fatos que alguém, em algum lugar, não deseja ver divulgados, e que não se limite apenas a tornar disponível a informação (mercadoria pela qual somos hoje inundados), mas que contextualize a informação de modo que chegue ao público e nele repercuta. (tradução FÉLIX, 2013, p. 33).

Muita coisa mudou, mas os preceitos básicos e objetivos do jornalismo sério - o *hard news* - permanecem os mesmos. Iniciativas independentes, desvinculadas de grandes grupos de comunicação e do aporte publicitário na internet, têm mostrado que existem opções para o mercado além das organizações já conhecidas de rádio, televisão e até da mídia impressa (nomes consolidados deste meio já passaram ou se encontram em um estado de transição, se desvinculando da insustentável matéria prima do papel e convergindo para a realidade online). Podemos citar diversos exemplos deste jornalismo independente e fora do ambiente das clássicas redações, como: a cobertura da primavera árabe em 2011 pelo jornalista Andy Carvin³⁵, da emissora norte-americana de rádio *NPR*; o site internacional *ProPublica*³⁶; e aqui no Brasil o emblemático nascimento da *Mídia Ninja*³⁷. Iniciativas que geraram com nenhum ou quase nenhum investimento financeiro, mas com ajuda colaborativa e acabaram ganhando espaço e se consolidando nos seus espaços. Neste quesito os autores sustentam que sempre

³⁵ Jornalista da empresa *NPR*, Carvin decidiu produzir um conteúdo independente da redação, tornando público bastidores da produção de conteúdo sobre a Primavera Árabe de 2011. Instalado em Washington, ele fez uso do twitter para divulgar diversas informações em alta velocidade. O ritmo de postagens foi tão intenso que virou o centro de uma rede para o público nos Estados Unidos e outros jornalistas que acompanhavam os fatos. (IHU, 2013)

³⁶ Fundada nos Estados Unidos, entre 2007/2008, é uma corporação de jornalismo investigativo, independente e sem fins lucrativos. O time, que hoje conta com mais de 100 jornalistas, tem como missão “Expor abusos de poder e traições da confiança do público por parte de governos, empresas e outras instituições, usando a força moral do jornalismo investigativo”(tradução própria). Firmou parceria com mais de 50 organizações de notícias no mundo, divulgando notícias em grandes redações, como: *NY Times*, *LA Times*, *Washington Post* e *Huffington Post*. Foi o primeiro portal de notícias na internet a vencer o disputado Prêmio Pulitzer. Disponível em: <https://www.propublica.org/> . Acesso em: 03.06.2020

³⁷ Intitulada Mídia de Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação (NINJA), ficou conhecida por uma rede colaborativa de esquerda, com militância sociopolítica, que ganhou destaque após os protesto brasileiros em junho de 2013 (também conhecidos por Jornadas de Junho). Hoje a rede conta com um portal de notícias e páginas em diversas redes sociais para a transmissão de notícias. O grupo utiliza de dispositivos móveis para transmissões e coberturas, se apresentando como uma alternativa à mídia tradicional. Disponível em: <https://midianinja.org/> . Acesso em: 03.06.2020

existirá subsídio para o bom jornalismo e os exemplos mostram que essa, de fato, não é a principal preocupação.

Embora tenha de fato abalado muitas instituições, a internet também ajudou a criar várias outras. Em grande medida, o futuro da indústria jornalística será decidido não por aquilo que está sendo extinto, nem por aquilo que está chegando, mas pelo modo como novas instituições passam a ser velhas e estáveis e como velhas instituições se tornam novas e flexíveis. (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 56).

O principal ponto aqui é que antigos moldes adotados por meios de comunicação, principalmente os baseados nos alicerces comerciais, estão ameaçados. A internet dissolve os altos subsídios da publicidade - nos quais emissoras de TV, rádio e jornal, sustentam suas programações a custos astronômicos - e concomitantemente coloca em risco o funcionamento dessas empresas e a empregabilidade, pautadas neste aporte financeiro. Este é um momento de colapso, mas também uma oportunidade de ressurgimento.

Além de repensar a engrenagem da organização institucional e práticas para mídias tradicionais, torna-se ainda mais essencial repensar o papel do jornalista neste contexto. Sabemos que o trabalho jornalístico do pós-industrial trouxe consigo uma série de exigências como:

- A rápida adaptação às constantes inovações técnicas
- disponibilidade de produção para além da carga horária dentro das redações, acompanhando o fluxo de informações em rede numa dinâmica praticamente *full-time*.
- Capacidade produtiva de conteúdos multiplataforma
- Agilidade produtiva (perante novas dinâmicas estabelecidas pela rápida disseminação de conteúdos em rede)
- Atuação polivalente (assumindo diferentes postos de trabalho)
- Flexibilidade nas relações de trabalho

Com tantas tarefas, pouco espaço livre para capacitação e um tempo cada vez mais reduzido para produzir, na cultura de imediatez estimulada pela internet, oferecer um trabalho jornalístico de qualidade se transformou em uma verdadeira missão aos profissionais.

As transformações técnicas e econômicas que atingem as organizações da mídia jornalística ao longo do tempo transformam não apenas a sua organização institucional, suas rotinas de produção e o perfil dos jornalistas, como também a natureza do jornalismo e com isso a identidade sócio-profissional do jornalista. [...] Justamente pela necessidade de fornecer o máximo de informações precisas num tempo cada vez mais comprimido, o jornalista afasta-se da sua condição de mediador crítico, daquele que relata, explica, interpreta e analisa questões de interesse público para a sociedade, contribuindo para a formação da opinião pública. O padrão que parece se delinear é o de um jornalismo basicamente informativo, prestador de serviços, adaptado a lógica capitalista da corporação, um mediador de retórica técnico-objetivista. (LIMA; BEZERRA, 2010, p.9-10).

O jornalismo é tensionado através da prática de uma cultura cada vez mais imaterial, com implementação uso de novas mídias, redes sociais e da tecnologia ubíqua, mas, lembramos que o discurso de flexibilidade do trabalho e de profissionais polivalentes muitas vezes acaba acobertando uma realidade de precarização do setor.

Experiências por todo o mundo mostram que não basta apenas substituir suportes tecnológicos ou simplesmente trocar o meio material pelo imaterial. Se a indústria passa a se reinventar, o jornalista - agente responsável por movimentar esta engrenagem produtiva - se torna o principal foco das transformações. Porém, a percepção - centrada no profissional - muitas vezes é colocada em segundo plano pelas empresas de comunicação, que acabam apostando exclusivamente na inserção de novas tecnologias nas redações sem o preparo adequado de quem vai fazer uso delas, sem investir em seus profissionais. Segundo o relatório do *Tow Center* esse é um dos motivos que tem feito muitas empresas falharem no processo transitório ou até mesmo falirem perante a realidade pós-industrial.

De forma inquestionável, a introdução de novas tecnologias facilitaram a rotina produtiva dos jornalistas. Dispositivos móveis, internet em alta velocidade, narração de fatos em tempo real, facilitam o alcance do jornalismo e sua prática, uma vez que não é mais preciso sair das redações para se ter tudo o que precisa na palma da mão. A pandemia do coronavírus³⁸ em 2020, com a necessidade por distanciamento social, fez com que os

³⁸ A mutação de um vírus transmissor de uma nova doença infecto-contagiosa, conhecida como Covid-19, afetou o mundo em escala planetária (pandemia) em 2020. A falta de medicamentos e a agressividade da doença - de fácil contágio e letalidade em alguns grupos - fez a Organização Mundial da Saúde recomendar isolamento social mundial. As pessoas receberam orientações para iniciar um processo de quarentena doméstica até a diminuição dos níveis de transmissão da doença. O jornalismo foi considerado um dos serviços essenciais do período e manteve seus profissionais na ativa, garantindo o direito à informação em um dos períodos - reconhecidos pela OMS - como o mais difícil para a humanidade dos últimos séculos. Disponível em: <https://www.who.int/portuguese/countries/bra/pt/> . Acesso em: 05 jun. 2020.

jornalistas fizessem matérias inteiras à distância, via transmissão online e boa parte das apurações não presenciais. Uma prova da geração imaterial da notícia e da capacidade do jornalismo de se reinventar para cumprir sua principal missão: informar com confiabilidade. Mas essa é uma relação de ônus e bônus. Se faz necessário dosar a utilização dos equipamentos para obter o melhor dos dois mundos. Não se trata de um embate entre jornalistas *versus* máquina *versus* prosumidores em redes sociais. Essas tensões devem ser tratadas de modo complementar, extraíndo o que cada esfera tem para oferecer no complemento ao trabalho jornalístico. Com base no exposto por Anderson, Bell e Shirky (2013) no dossiê do jornalismo pós-industrial, relacionamos abaixo o que os autores apontam como “o melhor” que cada parte deste ecossistema midiático pode oferecer à prática do jornalismo na atualidade.

Vantagens das redes sociais:

- multiplicidade de narradores para acontecimentos em qualquer lugar do mundo. Uma pessoa que esteja do outro lado do mundo pode registrar um fenômeno natural, um crime, um fato histórico, no momento em que acontece e servir como fonte de imagens e de relatos. Algo que o jornalismo não seria capaz de alcançar sozinho, já que conta com o número limitado de profissionais nas redações e a dificuldade de deslocamento para algumas regiões. “Em muitos acontecimentos de relevância jornalística, é cada vez mais provável que a primeira descrição dos fatos seja feita por um cidadão conectado, não por um jornalista profissional.” (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p. 43)
- grande número de autores formam um grande banco de dados. A disponibilidade de recursos nas mãos de uma verdadeira multidão de produtores amadores gera discussões, debates, fóruns, grupos e páginas inteiras de conteúdo sobre um assunto que causou repercussão em rede. Uma multiplicidade de dados fornecidos através do que usuários compartilham e publicam (fotos, vídeos, relatos). Essa coleta, muitas vezes incontável, de dados também não seria possível exclusivamente pelo trabalho de jornalistas.

Vantagens da máquina:

- Garimpar grande quantidade de informações/dados em alta velocidade. Através do uso de algoritmos é possível filtrar e organizar o conteúdo disponível em rede, com base no interesse, de forma rápida. Essa busca veloz e de alcance universal elimina uma grande quantidade de profissionais que seriam necessários para lidar com a vastidão do meio online. O trabalho mecanizado para simples divulgação de informações preliminares já provou eficiência e maior agilidade quando se trata de conteúdo digital. Um exemplo é o *The Homicide Report*, inteligência criada pelo site *LA Times*³⁹ que faz uso de banco de dados para mapear e acompanhar homicídios da região, publicando um lead básico sobre as ocorrências policiais com mortes.

Vantagens do jornalista:

- O jornalista ainda é o único capaz de fazer uma leitura interpretativa dos dados e um trabalho investigativo aprofundado. Nenhuma máquina substituiu o papel do homem neste sentido, principalmente quando os dados disponíveis para tal processo estão fora do meio digital, a exemplo de discussões em audiências e sessões parlamentares.
- Prestação de contas: esse é um papel de cobrança dos jornalistas às instituições e também algo que o próprio jornalismo tem a cumprir. Existe sobre o jornalista a responsabilidade do que se publica, afinal ele respeita a normas, regras e uma ética profissional. Neste sentido, o uso de dados por algoritmos, por exemplo, ainda é muito questionável. “Determinar de quem é o risco da publicação de conteúdo é legalmente importante (e se tornará ainda mais), tanto no terreno da imputação de responsabilidade como no da defesa de direitos”. (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013, p. 45)
- Eficiência na produção de notícias. O jornalista, diferente da máquina, não é mero transmissor de fatos. Só através de uma entrevista detalhada, uma apuração com presença interpessoal e um olhar aguçado para o que muitas vezes passa despercebido para muitas pessoas (pela falta de preparo) é capaz de dar vida a narrativas

³⁹ Disponível em: <https://homicide.latimes.com/> ; acesso em: 05 jun 2020.

envolventes e esmiuçar informações transformando pequenos detalhes em grande reportagem.

- Originalidade. No processo criativo para contar histórias de formas diferentes, inovadoras, é preciso ter bagagem cultural.
- Carisma. O poder de cativar para conquistar fontes, informações e envolver pessoas através das palavras escritas. O jornalista assume um lugar de “humanização” dos dados frente às tecnologias. Esse diferencial faz com que notícias com ares literários (como o que é defendido no *new journalism*⁴⁰) tenham ganhado maior repercussão e empatia das pessoas em rede.

Para uma comunicação eficaz, voltada a essa nova cultura de uma sociedade em rede, é fundamental a busca harmônica na convivência dos sujeitos envolvidos no sistema midiático. A presença do jornalista nestes processos é indispensável, mas dentro do complexo mundo do pós, a responsabilidade dos profissionais aumenta. Para Medina, ele assume muito mais do que o papel de informar, mas de um autor, com capacidade de transformar a complexidade da realidade na forma de narrativa jornalística. O jornalista-autor é o profissional “preparado para lidar com o real com equipamento técnico eficiente, sensibilidade dialógica ou cumplicidade ética e narrativa inovadora”. (MEDINA, 2014, p.35). O jornalismo deixou de ser feito exclusivamente por pessoas capacitadas, de dentro das redações, e passou a reconhecer novas formas de participação. Redes sociais, prosumidores, algoritmos e jornalistas possuem aptidões diversas e singulares, que podem funcionar de forma complementar. Não dá mais para voltar aos antigos modos de fazer e tampouco combater os novos. Os caminhos apontam para a prática de um jornalismo cada vez mais colaborativo.

⁴⁰ Também conhecido por Jornalismo Literário, o New Journalism surgiu na década de 60, nos EUA, tendo como expoente o autor Truman Capote. A corrente defende a recuperação de um jornalismo escrito de forma mais humanizada, com traços envolventes de um bom conto literário, porém escrito de forma investigativa, detalhada, em fatos. O estilo, que recupera a valorização à grande reportagem, ganhou defensores como Tom Wolfe, Gay Talese e Norman Mailer, entre outros. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/mudanca-radical-na-imprensa-completa-50-anos/>. acesso em: 05 jun. 2020.

3.2 Cultura da participação

A história da humanidade sempre foi permeada pela necessidade de se expressar e interagir com outras pessoas, grupos e ferramentas. Seja em contextos econômicos, políticos, culturais, o fato é que somos seres sociáveis. Se antes essas relações eram feitas de forma exclusivamente física, - através de encontros presenciais, grupos de reunião, clubes - a partir do final do século XX, o meio virtual trouxe possibilidades inovadoras com a criação de comunidades inteiras, interagindo socialmente, sem sequer sair de casa, através do meio online. O ciberespaço encurtou distâncias, otimizou o tempo das relações e ampliou as possibilidades interativas. Vivenciamos uma nova cultura das conexões humanas mediadas pela tecnologia.

No contexto das relações promovidas pelo meio *online* é preciso compreender não só como as novas mídias têm transformado as formas de convivência sociais, mas sobretudo como as mudanças nos hábitos da sociedade têm influenciado o cenário midiático. Dispositivos diversos do cotidiano - telefones, relógios, TVs, computadores, tablets - são o retrato de uma vida cercada por telas conectadas em escala global. Consumimos mídias (de forma direta ou indireta) nas ruas, nas residências, no trabalho, em áreas de lazer, quase que em tempo integral. Deslizar os dedos rapidamente por teclados ou *touchscreen*, ativar funções por comando de voz, digitar no celular ou notebook enquanto se assiste TV, são cenas já naturalizadas na rotina urbana. O que algumas décadas atrás seria um futuro distante, já se tornou uma realidade mutável a passos curtos. Compreender tais transformações sociais ajudam a entender as reconfigurações no jornalismo, uma vez que não basta apenas informar, mas principalmente alcançar o público de forma eficiente, pautado nos anseios de uma comunidade com papel cada vez mais ativo no processo comunicacional. (BRASILEIRO, 2017).

O jornalismo colaborativo já vem sendo praticado em redações de todo o mundo, basta observar o número de vídeos e fotos creditados como “imagens da internet” ou mesmo conteúdo “enviado por telespectador/leitor”. Segundo Munhoz e Palacios (2007, p.65),

O crescimento do jornalismo cidadão e a sua expressão em formatos especificamente gerados para a Internet - como o Blog - coincidem, em grande medida, com o desenvolvimento de tecnologias de alta velocidade de acesso e com ela a explosão da circulação de imagens na Web. [...] Com efeito, pode-se dizer que foi através da fotografia que a participação do leitor enquanto produtor direto da informação jornalística incorporada a um veículo de imprensa realmente se inaugurou. No que concerne à produção de textos escritos, o leitor sempre teve seu espaço bastante limitado e claramente demarcado em termos espaciais.

Apesar das limitações existentes, o cidadão tem ocupado um papel cada vez mais ativo na produção de notícias. Na tentativa de aproximar o público e estimular o compartilhamento de informações entre quem observa e quem faz jornalismo, algumas emissoras de TV criaram quadros inteiros contando com a participação do telespectador (agora também produtor de conteúdo). Em 2006 a *CNN* lançou o *IReport*⁴¹, um projeto de jornalismo colaborativo, onde qualquer pessoa poderia enviar conteúdos e escrever inclusive relatos completos sobre acontecimentos a serem postados na plataforma digital de mesmo nome. O modelo ajudou jornalistas da emissora a cobrirem eventos nos quais os profissionais tiveram dificuldade de acesso, como atentados e terremotos na Europa e Estados Unidos.

A iniciativa, que inicialmente contemplava apenas uma rede social criada pela *CNN*, onde as notícias eram publicadas sem checagem, passou a ter espaço mensal também na programação televisiva. Para ser exibido na TV, o relato tinha que passar pelo crivo editorial e checagem jornalística e então ser aprovado. O canal chegou a lançar inclusive uma premiação - *IReport Awards*⁴² - para as melhores colaborações em diferentes categorias do noticiário. Mas não precisa ir muito longe para colher exemplos do estímulo que os veículos de comunicação tem feito à participação do público. Na Paraíba, a TV Correio - afiliada Record no estado - dedica, desde 2018, um espaço nos principais programas da casa para o quadro “Sou Repórter Correio⁴³” (figura 5). O espaço é dedicado a vídeos de telespectadores, onde eles assumem o papel do repórter através do uso de dispositivos móveis, produzindo conteúdos de denúncias, flagrantes ou relatos sobre pautas do dia. A emissora, que disputa o primeiro lugar geral na audiência⁴⁴ local acirradamente com a TV Cabo Branco (afiliada

⁴¹ Disponível em: <http://edition.cnn.com/CNN/Programs/ireport/> acesso em 14 set. 2020

⁴² Disponível em: <https://edition.cnn.com/2012/06/23/us/ireport-awards-recipients/index.html> acesso em 14 set. 2020

⁴³ Disponível em: <https://portalcorreio.com.br/telespectador-da-tv-correio-pode-ser-reporter/> ; <https://www.youtube.com/watch?v=NKLYYZ8dTrg> acesso em 14 set. 2020

⁴⁴ Disponível em: <https://portalcorreio.com.br/tv-correio-lidera-ibope-na-paraiba/> acesso em 14 set. 2020

Globo), aposta em um jornalismo mais cidadão e tira proveito das informações e materiais fornecidos pelos participantes do quadro para realização de reportagens.

Figura 5 - Quadro “Sou repórter correio” no programa Cidade Alerta



Fonte: YouTube TV Correio - Título: “Quadro Sou repórter Correio está de volta” (2018)

A colaboração para a construção da notícia é uma tendência do pós-industrial, onde não dá mais para ignorar o papel participante do público. Para Deuze (2005), esse sistema narrativo de maior complexidade representa oportunidades fascinantes e dilemas vexatórios. Como já discutido anteriormente, a relação com prosumidores pode trazer benefícios, quando bem empregadas, para os profissionais. Mas recai também uma maior responsabilidade sob as organizações de deixar clara a distinção e importância entre o papel do cidadão e o do jornalista como atores no campo de novas mediações entre fontes/prosumidores e a construção da notícia.

A literatura que analisa as causas e consequências dessas tendências aponta para duas questões relacionadas: novas tecnologias de mídia (e especificamente a Internet) e aumento do ceticismo entre o público em geral em relação aos produtos do jornalismo. [...] sinaliza uma crise de credibilidade da mídia em todo o setor, e autores como Rosen (1999), Pavlik (2001), Bowman e Willis (2003) e Gillmor (2004) anunciam novos papéis para os jornalistas como facilitadores de baixo para cima e moderadores de conversas de nível comunitário entre cidadãos, em vez de funcionar como contadores de histórias de cima para baixo para um público cada vez mais desinteressado. De qualquer forma, a conclusão parece ser que o jornalismo deve se envolver novamente com o público como concidadãos, em vez de clientes em potencial. Lasica descreve isso como o surgimento de um jornalismo participativo, enfatizando a natureza simbiótica das relações em evolução entre os principais meios de comunicação e os populares. (DEUZE, 2005, p.3)

A verdade é que muito se fala sobre um jornalismo de terceira geração - também chamado de 3.0 - movido pelas novas possibilidades do meio digital, mas na realidade o Brasil tem caminhado a passos curtos para esse cenário moderno. As formas de participação desenvolvidas por veículos tradicionais ainda são primárias e isso explica muito sobre a crescente perda da audiência na televisão e a mudança no perfil de quem ainda assiste aos telejornais nacionais. De acordo com a pesquisa Video Viewers⁴⁵ 2019, encomendada pelo Google e apresentada em setembro do mesmo ano no evento YouTube Brandcast, nos últimos cinco anos o consumo de vídeo na web cresceu 165%, enquanto o de TV cresceu apenas 24%. Ainda de acordo com o levantamento, o principal motivo para essa migração de plataforma - 80% - é a procura por conteúdos que não são oferecidos pelas emissoras de televisão.

Fica clara a necessidade de uma mudança urgente no relacionamento com o público. A produção transmídia, como já falada no primeiro capítulo, seria um dos caminhos estratégicos para manter a audiência (se é que ainda pode ser chamada por esse termo antiquado e passivo) presa a uma narrativa diversa, plural, e cativante. A introdução de ferramentas imersivas, com utilização de infográficos e capacidade de explorar o potencial gráfico/tecnológico nas reportagens, também tem se mostrado positiva perante as inquietações dos consumidores em desbravar possibilidades. No entanto, a maior parte dos veículos ainda se limita a uma

⁴⁵ Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com>
<https://canaltech.com.br/eventos/youtube-brandcast-confira-tudo-o-que-rolou-na-quinta-edicao-aqui-no-br-150647/>
<https://www.ecommercebrasil.com.br/noticias/youtube-videos-online/> ; acesso em 13/06/2020.

narrativa *crossmedia*⁴⁶, trazendo o mesmo conteúdo, com pouca ou nenhuma adaptação, em todas as plataformas e canais utilizados pela mesma organização. O resultado é a repetição maciça e desinteressante das notícias. Já está claro que os chamados prosumidores querem ter o poder de escolher o conteúdo, interagir, participar, possuir novas ferramentas, independente do meio. Não à toa, as *smart tvs* tem se tornado a preferência na hora de adquirir um aparelho televisor. Não se trata apenas da tecnologia, mas das possibilidades oferecidas a um público com fome de inovação das formas participativas. Gradim (2007, p.91) diz que,

Há consenso entre os peritos, e todos são unânimes. No futuro, o conteúdo vai ser rei, e com a pulverização das audiências, de meios e de oferta, desempenhar um papel ainda mais importante que o que lhe reservam os dias de hoje. É a questão da Economia da Atenção, de que falava o Prof. Fidalgo num trabalho recente. O público até pode ser convencido a visitar um site, mas as pessoas só voltarão a ele, e só se tornarão utilizadores frequentes, se este tiver algo a oferecer-lhes, sejam conteúdos ou serviços. Aí a credibilidade, a fiabilidade, a imagem de marca, e a accountability serão valores também em alta.

A citação - 13 anos depois - merece apenas uma correção: não estamos mais falando de um futuro, mas sim do presente. As audiências estão pulverizadas e agindo de acordo com interesses individuais. Quem seleciona o que quer ver é o público. Com a internet ele tem esse poder. O jornalista não é mais detentor do controle do interesse coletivo, mas aumenta sua responsabilidade como observador do que deve ser relevante para sua produção diária de acordo com repercussões em rede. Além do seu trabalho habitual, o profissional é incumbido de filtrar e checar uma quase infinita quantidade de informações compartilhadas em rede e introduzi-las com a mesma responsabilidade, em espaço de tempo comprimido, aos noticiários.

⁴⁶ Diferente do transmídia, o termo *crossmedia* (ou *crossmedia*) é utilizado para designar um conteúdo que se repete em múltiplos meios, sem mudança da narrativa original e se distribui apenas através de um cruzamento de plataformas. (CANAVILHAS, 2013).

4. RESULTADOS: IDENTIDADE DO PROFISSIONAL JORNALISTA EM AMBIENTE MULTIPLATAFORMA

Os resultados da pesquisa no Mestrado Profissional em Jornalismo se constituíram de entrevistas, aplicação de questionário, uso de roteiro⁴⁷ de observação na pesquisa de campo a partir da inserção na redação. Nosso estudo de caso, a TV Borborema, será apresentado a seguir em termos de histórico e contexto e na sequência exploraremos os resultados da investigação empreendida a partir do cruzamento dos dados que coletamos durante o período empírico, de modo a compreender a dinâmica da prática jornalística e as transformações.

4.1 Caso TV Borborema - afiliada SBT PB

Para melhor compreender o cenário atual onde estão inseridos os profissionais que nela trabalham, faremos aqui uma breve contextualização do histórico da TV Borborema e as mudanças sofridas pela emissora desde sua fundação. A implantação da TV Borborema em Campina Grande teve início em 1961, construída no edifício Rique, no centro da cidade, onde se encontra até os dias de hoje. Na época, o local era um dos poucos prédios do município, sinônimo de modernidade, tal como a proposta da chegada da emissora. Em setembro de 1963 ela entrou no ar pela primeira vez, em fase de testes, com uma programação de apenas 2h por dia, apresentada e liderada pelo jornalista Hilton Motta (in memoriam). Apesar de uma longa fase experimental, só foi inaugurada oficialmente em março de 1966. (AZEVEDO FILHO, 2016).

Fundada pelo visionário Assis Chateaubriand (empresário, jornalista, escritor, advogado e político brasileiro), também responsável pela instalação da primeira emissora de Televisão no Brasil, em 1950, a TV Borborema surgiu como parte de um sistema de comunicação já existente de Diários e Rádios Associados. Na época foi tida como um marco a ser incorporado no patrimônio artístico e cultural de Campina Grande, símbolo de

⁴⁷ Os roteiros completos, utilizados para nortear as entrevistas semi-estruturadas e o processo de observação na pesquisa do campo, podem ser consultados - respectivamente - nos apêndices A e B desta dissertação.

desenvolvimento e progresso para o município. A cidade foi a primeira no Estado e também da região Norte e Nordeste a contar com uma emissora televisiva. De acordo com Azevedo Filho (2016, p.52), “na época Campina Grande era o 13º município do país em termos de importância econômica, à frente de muitas capitais. Esse foi um dos motivos para a escolha da cidade como sede”. Na década de 60, Todos os programas eram produzidos localmente e com um público limitado a região, tendo em vista que as TVs não possuíam capacidade tecnológica para transmitir nenhum conteúdo a nível nacional.

Durante mais de 50 anos no ar, a Televisão Borborema foi afiliada da Rede Bandeirantes (Band), em 1980, em um contrato breve que se rompeu em 1981, quando passou a ser afiliada da Rede Globo. Em 1986, mais uma mudança: a Globo fechou contrato com uma nova emissora local, a TV Paraíba, passando o contrato da TV Borborema para a extinta Rede Manchete. Desde 1989, a TV Borborema retransmite o sinal do Sistema Brasileiro de Televisão (SBT), atualmente através do canal digital 9.1⁴⁸.

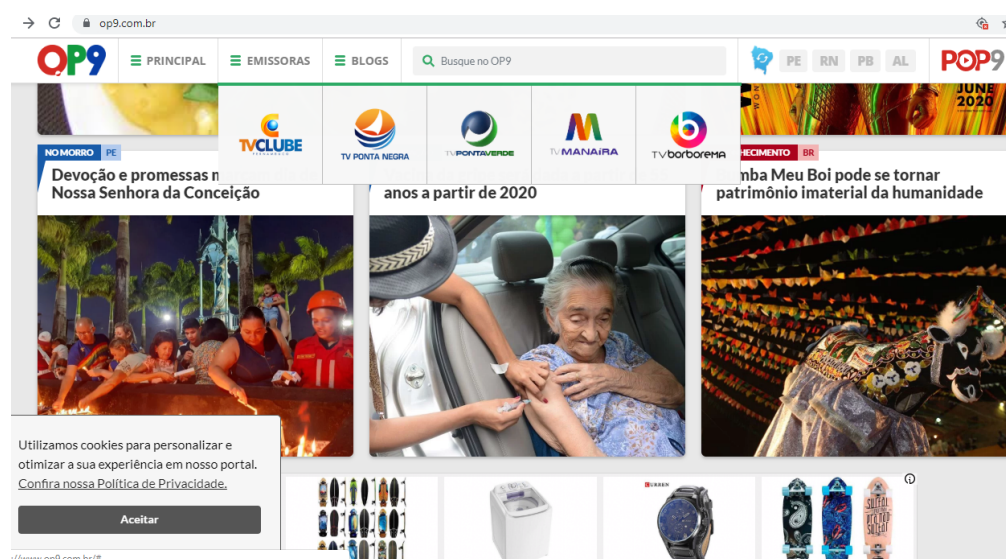
Em 2014, a dissolução do grupo Diários Associados no Brasil fez com que a empresa fosse vendida ao Sistema Opinião, braço do grupo Hapvida de saúde no setor da comunicação. Com a compra da emissora, diversas mudanças foram implementadas, a começar pela modificação no quadro de funcionários e a inserção de novas tecnologias atreladas a TV. No mesmo ano, a TV Borborema passou a investir nas redes sociais e em maio de 2018 anunciou a abertura do portal de notícias OP9⁴⁹, um site com conteúdo integrado de todas as emissoras do grupo (figura 6), além de conteúdos exclusivos voltados para o público da internet. O sistema passou a contar também com um núcleo, dentro da redação, voltado para as redes sociais, onde profissionais trabalham para gerenciar as páginas do Instagram (@tvborborema) , Facebook (facebook.com/TVBorborema) e Whatsapp da emissora ((83) 99109-6808). O principal objetivo, segundo a gerência de jornalismo da TV, foi expandir a audiência e criar maior proximidade com o telespectador.

⁴⁸ A emissora adotou o modelo de transmissão digital em março de 2016. Até então a transmissão em termos de som e imagem era exclusivamente analógica, sendo a emissora uma das últimas no estado a fazer a adaptação exigida pelo Ministério das Comunicações e Anatel. A novidade foi anunciada pelo diretor responsável da TV Borborema, Cacá Martins, junto a uma nova programação e identidade visual da emissora.

Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=r01Rxr_n9Eg ;
https://www.jornaldaparaiba.com.br/vida_urbana/sinal-analogico-de-televisao-e-desligado-em-13-municipios-pa-raibanos-nesta-quarta-feira.html ;
encurtador.com.br/sFIOX

⁴⁹ Disponível em: <https://tvborborema.op9.com.br/> acesso em 22 dez. 2019.

Figura 6 - Página do site OP9



Fonte: op9.com.br (2019)

Levando em consideração o espaço cedido pela rede nacional SBT, a TV Borborema exhibe em sua grade fixa de transmissão local cinco programas televisivos, de segunda à sexta-feira, ao vivo, com diferentes perfis de produção de conteúdo:

- Tudo de Bom⁵⁰: Espécie de revista eletrônica televisiva de variedades e entretenimento, com 30 minutos de duração, apresentado pela jornalista Sabrina Lima e o comunicador Cléber Oliveira. O programa vai ao ar às 11h00 da manhã, com duração de 30 minutos.
- Super Esportes⁵¹: é o segundo programa da grade diária de programação local, trazendo as principais notícias da área esportiva na região. O programa é apresentado por Rostand Lucena, a partir das 11h35

⁵⁰ O programa foi retirado da grade de programação da casa no primeiro semestre de 2020, durante a pandemia da Covid-19, que trouxe um cenário de fragilidade econômica para várias empresas de comunicação movido pela crise mundial em saúde provocada pelo Coronavírus. De acordo com a direção da empresa, o principal motivo foi a contenção de gastos. Até a finalização desta pesquisa, a emissora ainda não tinha um prazo para o retorno do programa.

⁵¹ Também retirado da programação durante a pandemia da Covid-19, com a mesma justificativa do Tudo de Bom. Até a finalização desta pesquisa, a emissora ainda não tinha divulgado um prazo para retorno do programa.

- A Patrulha da Cidade: Traz as principais notícias da área policial na região. Um dos programas mais antigos da emissora e de maior audiência, tem o comando do apresentador José Cláudio (Zé Cláudio), a partir do meio-dia.
- Hora do Povo: Com início às 13h10 e duração de uma hora de apresentação, é comandado pela jornalista Kalilka Vólia. O programa tem um perfil comunitário, trazendo apelos da população e histórias comoventes do cotidiano da região.
- Borborema Notícias: Jornalístico noturno apresentado até março de 2020 pela âncora Dessana Araújo e posteriormente pela jornalista Raíza Tavares. A partir das 19h20 da noite, o BN, como também ficou conhecido, traz as principais notícias do dia de Campina Grande e região em um formato mais tradicional de noticiário.

Segundo a última pesquisa realizada pela Kantar Ibope Media⁵² (maio de 2019), a emissora ocupa o primeiro lugar de audiência da programação local em Campina Grande no horário entre 11h00 e 14h15, com os programas Patrulha da Cidade e Hora do Povo, ficando atrás da concorrente TV Paraíba (afiliada Globo) no horário da noite.

De acordo com descrição na página oficial da TV Borborema no Facebook⁵³: “A emissora, que se destaca pela criatividade de sua programação, atravessou várias décadas numa ascendente trajetória de sucesso. Jornalismo dinâmico e conteúdo identificado com o telespectador garantem a liderança na programação local.” O pioneirismo da TV Borborema comprova a relevância da emissora para o estado da Paraíba e para a história da televisão no Nordeste. Reportando fatos que marcaram a história da cidade, a emissora cumpre seu papel como guardião da memória regional e porta-voz das comunidades que nela vivem.

⁵² Disponível em:

<https://blogdopp.com.br/2019/06/10/tv-borborema-segure-lider-de-audiencia-em-cg-aponta-pesquisa-ibope/>
 acesso em: 10 jun. 2019.

<http://paraibadebate.com.br/ibope-programas-da-tv-borborema-alcancam-lideranca-de-audiencia/> acesso em: 22 jul. 2019.

<https://www.polemicaparaiba.com.br/paraiba/ibope-campina-grande-tv-paraiba-leva-o-primeiro-lugar-nos-noticiarios-da-noite-e-deixa-tv-borborema-na-vice-lideranca/> acesso em: 22 jul. 2019.

⁵³ Disponível em: <https://www.facebook.com/TVBorborema> acesso em: 22 jul. 2019.

4.2 Vivência em campo: relatos de um dia de imersão na redação da tv borborema

Dentro do contexto de pesquisa exploratória do estudo de caso, o período de trabalho com abordagem etnográfica contribuiu para uma análise mais clara da realidade vivenciada pelos profissionais no contexto multiplataforma. Através do olhar da pesquisadora, com realização da observação na rotina produtiva dentro do ambiente redacional da TV Borborema, foi possível extrair informações sobre as mudanças vivenciadas na redação e também na rotina de trabalho, antes mesmo da realização das entrevistas com os profissionais. Aqui, traremos o relato do processo de análise observacional da dinâmica no ambiente profissional da emissora, realizado no dia 29 de outubro de 2019, com acompanhamento do início ao fim de um dia do expediente dentro da redação. Apesar de acompanharmos o trabalho no ambiente redacional durante o período de uma semana na emissora, escolhemos este dia - sendo o mesmo, o primeiro da nossa presença na redação - exclusivamente para observar e narrar a rotina, com o objetivo de conseguir maior naturalidade dos profissionais no *modus operandi*. Essa escolha se justifica como parte do planejamento de pesquisa de poder acompanhar um dia na redação e complementar essa observação, com entrevistas nos dias seguintes, para poder identificar as práticas jornalísticas e as percepções dos jornalistas sobre suas atividades. Logo, nossos resultados serão apresentados, inicialmente, a partir do relato das descrições do Diário de Campo, das imagens capturadas e das entrevistas, de modo a compor um quadro do contexto das rotinas de produção na redação.

4.2.1 O ambiente redacional

Ao chegar na redação, às 8h da manhã, a sensação era quase a mesma de quatro anos atrás, época na qual trabalhei na emissora. A estrutura, do antigo edifício Rique, no centro da Cidade, a mesma desde a fundação da televisão (1966), pouco mudou de lá pra cá. Passando do Hall de entrada, as primeiras mudanças foram percebidas. A edição, que outrora fora em uma sala no andar superior, agora estava de frente a porta da redação de jornalismo. Três ilhas, com equipamentos novos e antigos misturados, divididas parcialmente por uma estrutura de gesso e vidro, onde cada editor de imagem pode acompanhar e ouvir o trabalho

do outro (Figura 7). Era o primeiro anúncio do que seria uma tentativa de integração, através da maior proximidade dos profissionais.

Figura 7 - Ilhas de edição parcialmente integradas



Fonte: registro fotográfico da pesquisadora (2019)

Logo à direita, no mesmo lugar que estava salvo na minha memória, o ambiente redacional me pareceu um pouco mais deteriorado. As mesas de trabalho permaneciam nos mesmos lugares (mas agora em maior quantidade), encostadas nas paredes, dando a volta na sala da redação, onde o meio permanecia livre para o fluxo de pessoas, apenas com a mesa de reuniões ao centro. A única divisão existente é a da sala da chefia, ainda em um modelo aquário. No entorno do espaço de trabalho são perceptíveis infiltrações, pintura desbotando, computadores e cadeiras que não seguem de nenhuma forma um padrão estético ou

tecnológico. Mas o que mais chamou atenção foi uma parede nova, adesivada, colorida e chamativa, meio ao bege envelhecido das paredes ao redor, anunciando a chegada do portal de notícias OP9⁵⁴ (Figura 8). Tal investimento pontual demonstra que a prioridade por ali parece ter mudado de foco, de veículo.

Figura 8 - Redação de TV integrada com portal



Fonte: registro fotográfico da pesquisadora (2019)

Um lance de escadas separa o andar da redação do andar superior, onde fica o estúdio da televisão. Mais uma vez, a integração se mostra parcial. No andar, também estão a sala de operação dos programas e o master, responsável pelo acompanhamento da programação da rede (SBT nacional) e do tempo dos programas. No trajeto até o estúdio, muitas salas vazias: incluindo os estúdios da antiga Rádio Clube AM, desativada meses antes da chegada do *hub* digital, mas que ainda mantinha a mesma estrutura daquela época. Postos de trabalho, antes ocupados por profissionais, que se foram após as reconfigurações realizadas na empresa, estavam ali como lugar abandonado. Soube que a intenção da chefia era deixar tudo em um

⁵⁴ O portal foi inaugurado pelo Sistema Opinião de Comunicação em maio de 2018, implantando o conceito de redação integrada dentro de emissoras do grupo em várias cidades e estados, incluindo Campina Grande-PB. Disponível em: <https://www.op9.com.br/pb/>

andar só, desativando a parte inferior, mas até o momento sem previsões de quando essa reforma poderá acontecer.

Nos estúdios os cenários eram os mesmos dos meus tempos de estágio (2016). Naquela época novos, agora visivelmente envelhecidos e com remendos feitos com fita colável transparente. Tudo de Bom, Patrulha da Cidade, Hora do Povo e Borborema Notícias, todos os cenários dos programas dividem o mesmo espaço, mudando apenas o ângulo de filmagem para cada um e com acréscimos de tapumes no caso do Tudo de Bom e do jornal da noite. Nos bastidores, na sala do *switcher*, as antigas telas de tubo sintonizadas na concorrência local e equipamentos também desgastados das lembranças que tinha da minha primeira passagem por ali (figura 9).

Figura 9 - Sala do *Switcher*



Fonte: registro fotográfico da pesquisadora (2019)

4.2.2 A rotina de trabalho

O número de profissionais trabalhando aparenta realmente ter dobrado (algo constatado posteriormente em entrevistas), mas o trabalho também foi ampliado. A redação de TV agora divide espaço com o jornalismo de portal e o núcleo de redes sociais. Logo às 8h da manhã, a redação já estava cheia. Uma redação rejuvenescida, onde uma grande

quantidade de estagiários e dos chamados “menor aprendiz” dividem postos com jornalistas mais experientes, que vivenciaram a transição do monomídia para o multiplataforma. Esses profissionais, mais antigos na empresa, ocupam em sua maioria cargos de chefia. São editores dos programas da casa, chefe de redação, apresentadores e mesmo uma minoria de produtores, que apesar de menor cargo na pirâmide hierárquica, exercem certa superioridade frente aos produtores mais jovens.

As equipes de reportagem passam pouco tempo na redação. Os repórteres chegam para o expediente e vão direto para uma mesa de canto identificada como espaço de disposição das pautas do dia. Ao identificar, através da descrição do documento, qual será a reportagem do dia, a equipe segue para as ruas e volta apenas para deixar cartões⁵⁵ com matérias a serem editadas ou, em alguns casos, apenas no final do expediente. Um dos repórteres logo nota a minha presença como observadora e questiona o motivo de estar ali, depois de deixar claro que minha presença se dá para fins de pesquisa em torno do trabalho do profissional jornalista, escuto : - podia ser melhor né? as condições de trabalho. - falou como quase que um em sussurro. Tive a impressão de ser vista como uma espécie de fiscal, alguém que estava ali para observar problemas, vista com certa desconfiança por alguns. Tal comportamento fez transparecer a preocupação dos profissionais com o ambiente de trabalho e determinadas precarizações.

Com as primeiras equipes de reportagens nas ruas, produtores e editores seguiam o trabalho em ritmo acelerado. No meio da manhã, por volta das 10h, o trabalho de todos é interrompido pelo barulho alto de uma buzina. Muitos se assustaram e chegaram a pular das cadeiras. O som partiu da sala ao lado, que abriga o setor comercial do Sistema. O contexto ali analisado aponta para a já conhecida relação de jornalismo e comercial, caminhando lado a lado dentro da empresa, onde um não opera sem o outro. A buzina é acionada todas as vezes que o setor de vendas de *merchandising* bate a meta financeira de parceiros comerciais. Ao fundo da redação deu pra ouvir a comemoração da chefia: “Olha o dinheiro entrando!”, frase seguida de um comentário quase que silencioso dentro da redação “ Se entrasse pelo menos na nossa conta”. A resposta surgiu com um ar de indignação, como se os funcionários soubessem que o dinheiro estava entrando na casa, mas que não estavam recebendo esse

⁵⁵ As reportagens da TV Borborema são gravadas em câmeras que utilizam cartões de memória. É através deles que os materiais produzidos são salvos nas ilhas de edição.

retorno. O piso do cargo jornalístico na emissora é de pouco menos de dois salários mínimos (R\$1.800,00) para uma jornada oficial de 6h de trabalho.

Após o susto, todos de volta ao trabalho são convocados para a reunião de pauta (10h15). Este é um ritual diário, que exige a presença de todos para ser iniciado (figura 10). Os editores e produtores levam sugestões de pauta que devem entrar em cada programa da grade. Os comentários da reunião vão desde o que a concorrência está dando na TV, passando pela abordagem que o repórter deve ter no texto e fontes importantes para a pauta. O diferencial das demais concorrentes também é levado em conta. Após discutir as sugestões e direcionamentos, passando minuciosamente pela chancela do gerente de jornalismo, aos poucos vão sendo liberados para a execução da produção. Um processo clássico de *gatekeeper* com o aparato da inserção do papel de *gatewatcher*, apontando o que está sendo comentado nas redes e precisa ganhar repercussão na TV. A reunião tem fim por volta das 10h30 da manhã.

Figura 10 - Reunião de pauta



Fonte: registro fotográfico da pesquisadora (2019)

Com a aproximação do início da transmissão da programação local, que começa às 11h, a correria toma conta dos jornalistas. Repórteres e cinegrafistas chegam aos poucos com as reportagens da rua para serem editadas e o ambiente se torna ainda mais agitado. Chega a faltar cadeiras para tanta gente sentar. A maior parte dos profissionais trabalha simultaneamente entre duas telas: a do computador e a do celular. Uma forma de dar conta do trabalho de forma mais ágil, para suprir a demanda dentro da carga horária. Quem está na reportagem também é responsável por enviar chamadas⁵⁶ das matérias, direto dos locais de pauta, gravadas através do celular para as redes sociais da televisão. Vídeos de câmeras de segurança ou imagens feitas por populares também são repassados via smartphones pelos repórteres para os produtores e estagiários do meio *on-line*. Já com o portal OP9, não existem trocas de informação constantes. Jornalista da TV não escreve texto para o portal. A troca de informações só acontece quando algum jornalista do portal procura o repórter para tirar alguma dúvida sobre uma mesma matéria feita à distância pelos redatores e pelo em loco pela equipe de reportagem.

Enquanto escreve o espelho⁵⁷ de um programa vespertino e olha rapidamente as redes sociais no *smartphone*, a editora lembra: - “ Eu ainda nem tomei café”.

Já era quase hora do almoço. Pausas para descanso praticamente não são vistas no expediente matinal. Na contramão da necessidade por agilidade, alguns funcionários reclamam do mau funcionamento das máquinas.

- “ (xingamento) Meu computador travou e preciso terminar o espelho do programa”, diz um editor.
- “Esses computadores são sucata de Natal”, comentou outra jornalista em referência aos computadores recém chegados de outra emissora do Sistema Opinião no Rio Grande do Norte.

Mesmo com o esforço dos funcionários, a produção jornalística acaba esbarrando na falta de aparatos profissionais adequados. Sinais de precarização que transparecem em meio à

⁵⁶ Pequenos vídeos gravados como uma espécie de resumo do conteúdo, para chamar o telespectador para assistir a reportagem completa durante o programa. As chamadas são exibidas durante a “escalada”, ou seja, no início do programa, em formato de manchetes do dia.

⁵⁷ O espelho - ou script - nada mais é do que o cronograma de reportagens a serem exibidas em um programa. Ele é montado previamente pela edição, levando em conta o tempo de cada exibição e a ordem na qual devem ser transmitidas.

rotina produtiva. Muitos acabam recorrendo aos equipamentos pessoais para dar conta do trabalho simultâneo entre telas, como é o caso dos estagiários das redes sociais. Na mesa, colada a parede do OP9, diversos *smartphones* são identificados com o nome dos programas. Cada um tem o seu próprio telefone para dar conta da demanda interativa das redes de forma individualizada. Porém, alguns equipamentos ficam parados por muito tempo. Questionei a pessoa mais próxima de mim sobre como funcionava o uso dos telefones e veio a resposta: - “Cada editor ou produtor fica usando o aparelho correspondente ao seu programa, mas muitas vezes acabamos usando o nosso mesmo. Nem sempre a internet dos daqui está boa e a nossa acaba sendo mais rápida, principalmente para gerar conteúdo em vídeo”.

A diferença de agilidade e comunicação dentro do ambiente redacional também é percebida de forma discrepante entre alguns novatos e veteranos. A maior parte dos funcionários que passaram pelo processo de transição entre mono-mídia e multiplataforma realizam o trabalho de forma mais isolada. Mesmo utilizando as redes, pouco se comunicam sobre o que estão fazendo para os demais. Geralmente param para conversar com os colegas de trabalho apenas para delegar funções ou em momentos de descontração. Já os mais jovens parecem se comunicar o tempo inteiro. Perguntam sobre o que os outros estão produzindo, dizem o que estão fazendo, questionam sobre o que está passando na TV e ao mesmo tempo comentam sobre a repercussão de algumas notícias circulando em rede, sem parar o trabalho para isso. Parece que apesar da convergência ter chegado na forma tecnológica, em sua forma de atuação ela ainda não foi alcançada por todos.

O alarme de uma das estagiárias do núcleo de redes sociais toca às 11h e, depois, às 12h e na sequência às 13h15. Com apenas dois meses de trabalho na redação integrada, parece ter o ritmo mais acelerado do ambiente redacional. Ao lado da mesa, um caderninho de anotações que divide a atenção da estudante de jornalismo com o celular e o computador. Na tela do computador faz a edição dos vídeos do site e das postagens que vão para *Facebook* e *Instagram* da TV. Tudo aberto em múltiplas abas. No caderninho, confere uma lista de tarefas e vai marcando as executadas. Pergunto então sobre o alarme: - “Eu coloco alarme na hora de todos os programas para saber a hora de subir e fazer os *stories*⁵⁸”. respondeu já caminhando para a porta. Acompanhei o trajeto rapidamente.

⁵⁸ Ferramenta da rede social Instagram destinada a vídeos curtos ou exibição de fotos com duração de 15 segundos e que expiram em 24h.

Já no andar superior, a estagiária comentou que apesar de passar por aqueles corredores todos os dias, não conhecia toda a empresa ainda. Não pelo tamanho da emissora, que comparada a outras no estado é considerada de pequeno porte, mas por falta de tempo para explorar e alguém para apresentá-la. Não sabia sequer a função do *master*⁵⁹, nem que o funcionário mais antigo da TV trabalhava ali. Seguiu para os estúdios onde fez vídeo dos apresentadores fazendo pequenas chamadas para o *Instagram* sobre o conteúdo do programa e também gravou com alguns convidados.

Nos estúdios, estagiários de jornalismo e menores aprendizes passam a cumprir funções técnicas com a entrada dos programas no ar. Um deles assume a passagem do teleprompter (TP)⁶⁰ e o outro a função de operador de GC⁶¹, colocando os créditos na tela do telespectador. Esse também é o momento que o editor de cada programa sobe para assumir a direção do que está no ar. Um diretor de câmeras e corte, além de um operador de áudio, auxiliam no trabalho durante toda a grade de programação local.

Após o fim dos programas, a transmissão continua de forma estendida através do *facebook* da TV Borborema. Os apresentadores comentam algum conteúdo que passou durante a programação ou respondem perguntas de quem acompanha pela web, usando uma linguagem mais leve e conversada. Na live existe um clima de bastidores, deixando a mostra a organização dos apresentadores, a conversa entre eles e a equipe do *switcher*⁶², tal como eventuais erros e falhas que possam surgir antes do programa ir ao ar. A transmissão online acontece de forma simultânea durante a programação de TV e de forma exclusiva minutos antes de começar o programa, nos intervalos e também com mais alguns minutos ao final. A

⁵⁹ O master é uma sala de controle mestre de uma emissora. O operador de master é o responsável por controlar - de acordo com a programação da rede nacional - a entrada de comerciais e programas locais a serem transmitidos na grade, alimentando a transmissão de todos os conteúdos do canal.

⁶⁰ Também conhecido como teleprompter, este é um equipamento que funciona através de um espelho - geralmente colocado na câmera do estúdio - onde o texto passa de forma visível para que o apresentador ou repórter consiga narrar na televisão sem a necessidade de memorizar aquele conteúdo. O TP costuma ser utilizado nos programas ao vivo para dar maior segurança na apresentação.

⁶¹ O GC - abreviação de Gerador de Caracteres - nada mais é do que a legenda que aparece embaixo da tela da televisão, descrevendo a notícia em poucas palavras e utilizando de textos curtos e fortes para chamar a atenção do telespectador através da leitura e contato visual. O GC é feito por uma pessoa, chamado de operador de GC, responsável por escrever estas pequenas frases e colocá-las no ar no momento certo durante o programa.

⁶² Também faz parte do controle mestre de uma emissora de TV. O setor funciona como o “cérebro de cada programa” e é responsável por controlar - através de equipamentos computadorizados - o corte de câmeras, a abertura de imagens e de áudio na tela, o enquadramento do apresentador, a comunicação com os repórteres do ao vivo, entre outras funções técnicas que são administradas por diversos profissionais, incluindo o diretor de programação. No switcher é definido o que vai ao ar em tempo real.

ideia é criar uma maior interação com o público da web, mas que nem sempre funciona diante dos imprevistos de bastidores.

Por volta de 13h, começam as trocas de expediente. Os funcionários da manhã aos poucos deixam a redação para que os da tarde assumam os postos de trabalho. É notável a mudança do fluxo de pessoas, que cai consideravelmente, já que neste turno existe apenas um programa da casa (Borborema Notícias). O espaço é ocupado por dois estagiários, uma produtora, a chefe de redação e a apresentadora do programa noturno. Na sala da edição de imagens, o número de editores cai de 3 para 1. Depois de um intervalo, o gerente de jornalismo permanece na redação até o fim do expediente. Na rua, duas equipes de reportagem. Neste dia em questão eram dois estagiários na função de repórter, já que um dos jornalistas contratados precisou se ausentar por estar doente e foi substituído pelo estudante de jornalismo responsável pelas redes sociais.

O cenário era de calma, apesar de se tratar da produção do jornal da noite. Várias cadeiras vazias e mesmo assim voltei a ouvir reclamações sobre os computadores.

- Meu Deus do céu, que computador lento! - reclamou uma das profissionais.

A impaciência para lidar com a questão mostrava que se tratava de um problema recorrente em todos os turnos. Porém, fora a reclamação, os profissionais pouco interagem entre si. Cada um voltado ao seu trabalho em postos distantes fisicamente um dos outros. A interação também se mostrou consideravelmente menor que a da manhã. A faixa etária profissional estava mais equilibrada, com jornalistas em sua maioria acima dos 30 anos.

Por volta das 16h os estagiários voltam para a redação com suas pautas. O *off*⁶³ da matéria, escrito no caminho para a redação, vai para a avaliação da chefia. O gerente de jornalismo lê o texto e faz correções antes que seja gravado para edição. O cargo de editor de texto não existe por ali. Os repórteres escrevem, gravam e apenas na edição de imagem é feito algum corte necessário pelo editor do programa que acompanha a edição de imagens. Porém, no caso do trabalho dos estagiários esse é supervisionado pela gerência de jornalismo.

Depois do texto aprovado ser gravado, o estagiário das redes sociais deixa a função de repórter e retoma as atividades de rotina. Já a outra estagiária, que também chegou da reportagem, passa a produzir pautas para o dia seguinte. A produtora mais antiga da redação cobra com constância o retorno da produtividade:

⁶³ Texto gravado pelo repórter, em formato de áudio, que serve para narrar as imagens que aparecem em uma reportagem. O *off* é correspondente a voz do repórter quando ele não está aparecendo no vídeo.

- Florzinha, tu tem pauta florzinha?
- Tenho! Você me enche de pauta! - respondeu a estagiária.

O diálogo aponta para certa sobrecarga da estudante, que produzia com agilidade para subir para o *switcher* pouco antes do horário do jornal, por volta das 18h40, onde também assume o papel técnico de gerador de caracteres. Enquanto ela desempenha 3 papéis, a produtora mais velha desempenha exclusivamente a sua função. Me pareceu de certo modo um fardo da hierarquia, do profissional versus estagiário, mas também revelou uma disparidade de adaptação às necessidades da empresa. Talvez também pudesse ser um comodismo contra a necessidade de conseguir uma vaga no mercado de trabalho, já que as duas estão em posições distintas como contratadas da empresa.

Cerca de duas horas antes do jornal entrar no ar, a apresentadora avisa aos demais que vai na loja parceira pegar seu figurino da noite. Não existe suporte por parte da empresa para essas tarefas não-jornalísticas. A apresentadora deixa a edição do *script*⁶⁴ para garantir a roupa que deve usar. Na volta, segue direto para o camarim. A chefe de redação fica também na edição do programa durante toda a tarde, ausente a maior parte do tempo do ambiente redacional neste período. Próximo às 19h, também precisa subir para assumir a direção do jornal noturno. Enquanto isso, uma outra equipe de reportagem chega para o turno da noite, fazendo os "ao vivo" do Borborema Notícias e a cobertura do horário noturno nas ruas.

Menos de dez minutos para o começo do telejornal noturno, a correria toma conta do andar superior. A apresentadora permanece ausente do estúdio e se arruma sozinha no camarim da empresa. A editora começa a gritar o nome da âncora pelos corredores, uma vez que é preciso passar as "cabeças"⁶⁵ do *script* no TP, testar som e imagem e fazer a interação na *live* das redes sociais, antes do início do programa. Faltando exatos três minutos para o começo da programação local, a apresentadora chega ao estúdio e coloca o equipamento de áudio às pressas. Enquanto o estagiário passa a leitura do TP, o diretor de corte deixa o *switcher* para ajustar as câmeras do estúdio, já que não existem mais cinegrafistas contratados para o trabalho interno no horário. As câmeras ficam sozinhas e o diretor retoma sua função para começar a exibição na TV. Não há mais tempo para a apresentadora fazer a interação nas redes sociais nem acabar de revisar o *script*, tudo é interrompido para o programa entrar no ar.

⁶⁴ Também conhecido como "espelho" de um programa (ver nota de rodapé 55).

⁶⁵ Texto de introdução do apresentador, que chama a reportagem, dentro do script de programação.

Com a falta de funcionários para executar funções técnicas e também nas câmeras do estúdio, a empresa passa a contar com a sorte de que nada dará errado. Uma vez que poucos profissionais exercem várias funções e quando o programa está no ar alguns postos ficam vazios, caso algum problema aconteça fica difícil imaginar como farão para dar conta de tudo. Todos ficam em alerta ao que acontece no estúdio, estando em outra sala, na parte de fora, onde fica o *switcher*.

Ao fim da transmissão pela TV do último programa do dia na grade de programação, a apresentadora segue no estúdio para conversar com quem acompanha através das redes sociais. Lê recados através do *smartphone* pessoal, manda abraços e beijos para quem está assistindo através das redes. A imagem é gerada para o facebook, ao vivo, através das câmeras da própria emissora. A equipe só é liberada com o fim do bate-papo *online*, que também dura em torno de dez minutos, às 20h. Apesar do expediente de todos se encerrar ali, a editora do jornal, que também é chefe de redação, desce para o andar inferior onde fecha os últimos detalhes do dia seguinte.

Com a empresa completamente vazia, a última jornalista a deixar a redação também tem a missão de desligar os equipamentos ainda em funcionamento (computadores, ar-condicionado, televisores e impressora), apagar as luzes da empresa e fechar o local, uma vez que o expediente do porteiro se encerra no final da tarde. Entre o fim dos afazeres, a profissional comenta que nunca consegue sair dentro de seu horário estabelecido do expediente. O dia se encerra com a clara percepção de que ali existe uma equipe disposta e multitarefa, dentro e fora do seu campo de atuação.

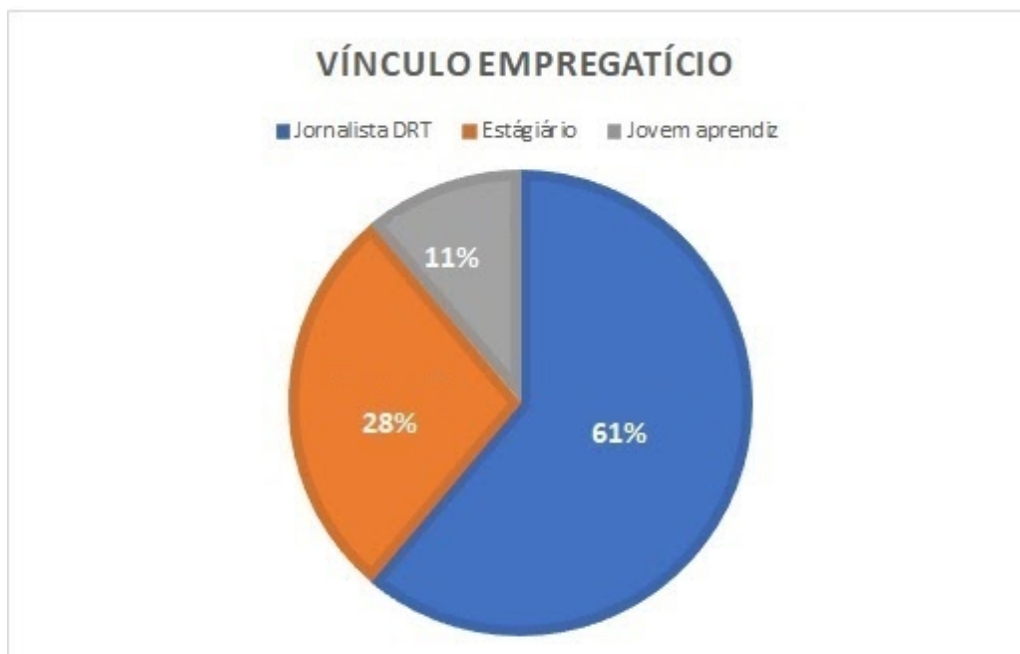
4.3 Reconfigurações do perfil profissional no mercado de trabalho

Após processo observacional do campo de pesquisa foram selecionados, de um universo de 30 profissionais, uma **amostra** composta de **18 funcionários** para responder a uma **primeira etapa** de questionários e, desta mesma amostra, **13 funcionários** para uma **segunda etapa** de entrevistas semiestruturadas. Como critério de seleção, participaram exclusivamente aqueles inseridos no ambiente de redação integrada entre TV, portal e núcleo de mídias sociais da emissora e que fazem parte de uma produção diária de conteúdos ligados ao jornalismo televisivo. As perguntas foram desenvolvidas na intenção de que possam esclarecer o perfil do profissional multiplataforma da TV Borborema e sentir os possíveis desafios e estratégias utilizados na adequação a essa realidade pós-industrial.

O primeiro questionário, contendo 10 perguntas padronizadas, foi submetido à apreciação de 18 funcionários da emissora, incluindo jornalistas, estagiários e jovens aprendizes. Através das respostas ao questionário, foi possível constatar quantitativamente: o tipo de vínculo empregatício (gráfico 1), a faixa etária dos profissionais (gráfico 2), a quantidade de homens e mulheres que trabalham na redação (gráfico 3), número de funcionários com formação acadêmica em jornalismo (gráfico 4), período de exercício profissional na empresa (gráfico 5), há quanto tempo exercem a função de jornalista (gráfico 6), número e tipos de funções desempenhadas por cada profissional (gráfico 7 e 8), quantos fazem uso de dispositivos móveis (gráfico 9) e a carga horária praticada na rotina de trabalho (gráfico 10) Os números levantados, apresentados em percentual, através da tabulação de dados e gráficos, seguindo exemplos propostos com base na metodologia de pesquisa aplicada anteriormente por Borin (1972) e Figaro (2013), ajudam na consequente avaliação qualitativa da amostra.

Inicialmente, vejamos através da análise conjunta obtida por meio do resultado das amostras no questionário preliminar:

Gráfico 1: Vínculo empregatício



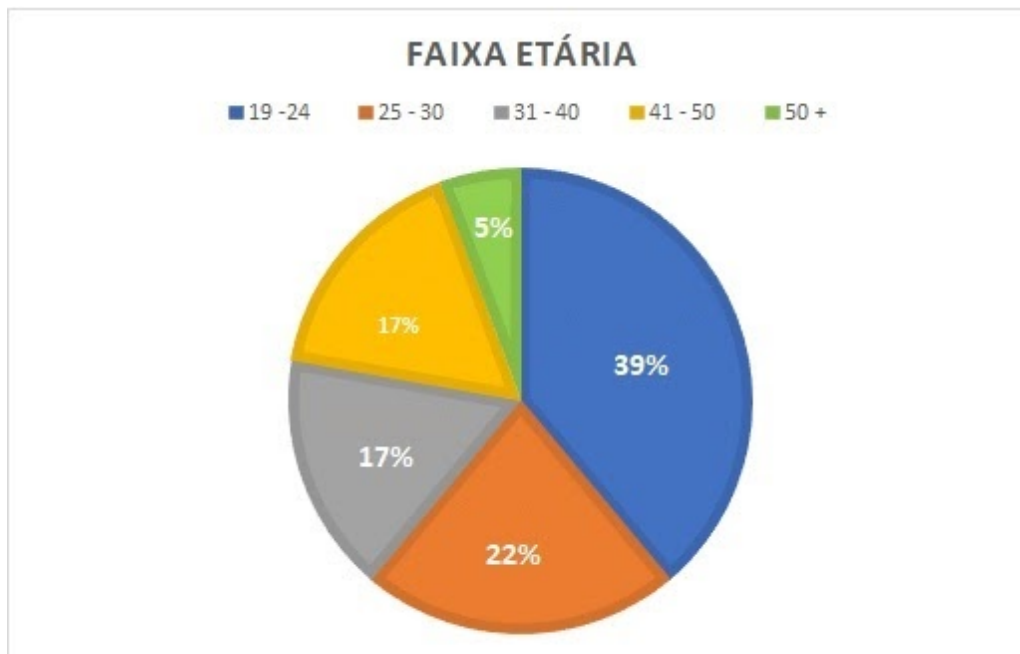
Fonte: Elaborado pela autora

Compreender o vínculo profissional dos funcionários da TV Borborema para com a emissora é fundamental no intuito de retratar a conjuntura de trabalho na qual os jornalistas estão inseridos na atualidade. A maior parte dos contratados pela empresa para o desempenho da função de jornalista possui Documento de Registro Técnico (DRT), ou seja, estão autorizados legalmente - de acordo com as leis trabalhistas - para o exercício da profissão. Conseqüentemente, estes são profissionais mais onerosos e com maior estabilidade nos cargos para os quais foram contratados (já que estão submetidos a CLT⁶⁶).

Em contrapartida, se avaliarmos o percentual somado de estagiários e jovens aprendizes, ou seja, aqueles que ainda estão em período de aprendizagem profissional, temos uma presença significativa de uma mão de obra com custo inferior para a empresa, menor experiência no mercado de trabalho/jornalismo e que também acaba por trazer maior jovialidade às redações, como veremos no quadro a seguir.

⁶⁶ A Consolidação das Leis do Trabalho, cuja sigla é CLT, regulamenta as relações trabalhistas no Brasil.

Gráfico 2: Faixa etária

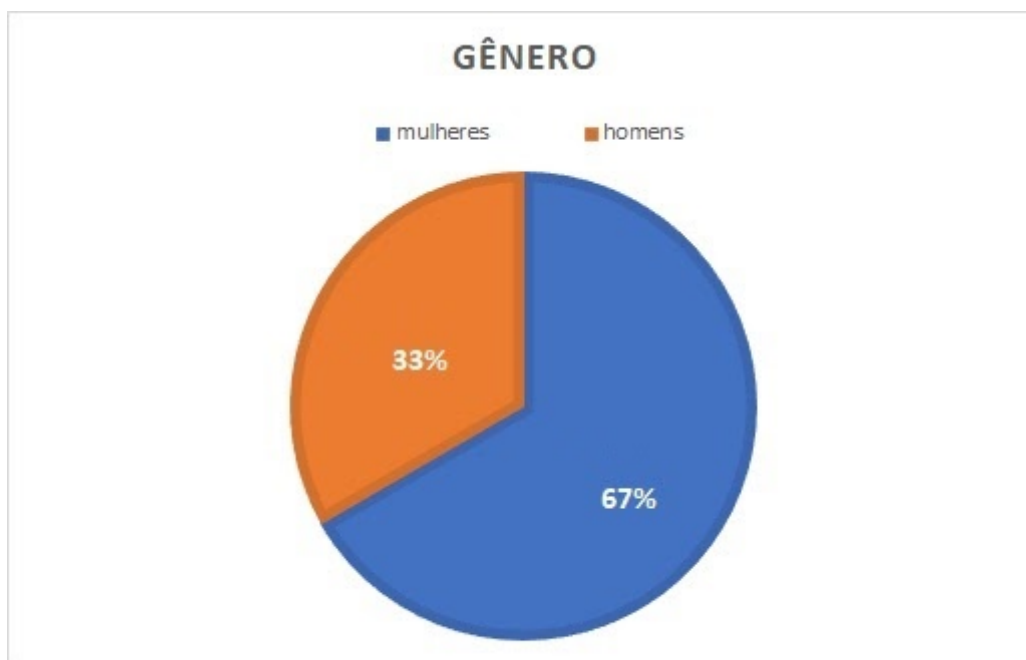


Fonte: Elaborado pela autora

A coleta de dados revela uma disparidade na presença daqueles considerados dentro de uma faixa etária jovem em comparação aos profissionais mais velhos. Enquanto 39% não chegam aos 25 anos, apenas 5% possuem mais de 50 anos. A amostra também apresentou um caráter diversificado. A existência de pessoas com diferentes idades no exercício de atividades multiplataformas, como já tratado anteriormente, pode ser benéfica de várias formas. Através dessa presença plural é possível um equilíbrio dentro do processo de conjuntura do jornalismo pós-industrial, unindo a experiência adquirida com o tempo de carreira dos jornalistas mais velhos à facilidade de lidar com novas tecnologias e ambiente multiplataforma trazida pelos mais novos.

A idade também é um fator diretamente relacionado aos postos de trabalho ocupados dentro das redações. Os cargos de maior responsabilidade e no topo da hierarquia de trabalho formada na redação da TV são ocupados pelos funcionários mais antigos na emissora. Estes estão na chefia de jornalismo, na apresentação, edição e direção dos programas. Os repórteres analisados possuem, em sua maioria, idade intermediária, o que mostra uma equivalência ao cargo que ocupam. Já os mais novos se encarregam de funções mais abrangentes e abaixo da orientação do primeiro grupo. Trabalham com produção, redes sociais, desempenhando funções mais técnicas ou na substituição de algum repórter quando necessário.

Gráfico 3: Gênero



Fonte: Elaborado pela autora

A amostra apresenta perfil predominantemente feminino, acompanhando uma tendência do período pós relacionada às mudanças sociais no mundo do trabalho. As mulheres estão cada vez mais dando prioridade às suas carreiras profissionais e adiando planos relacionados à vida pessoal. Das entrevistadas, apenas uma concilia o trabalho com a maternidade. Elas também ocupam cargos variados na hierarquia jornalística da redação. A forma com que a empresa trata os profissionais, com relação a salários e desempenho de funções, aparentou ser igualitária durante o período analisado e de acordo com a fala dos profissionais.

Gráfico 4: Graduação em jornalismo



Fonte: Elaborado pela autora

Dos profissionais que trabalham na redação da TV Borborema, muitos ainda não possuem diploma, mas em unanimidade defendem a obtenção de um para o exercício da função. Por ter grande quantidade de estagiários e jovens aprendizes, dos 33% que declararam não possuir formação em jornalismo ainda estão no processo de curso para a graduação ou são de áreas afins como Educomunicação. Dos entrevistados que possuem vínculo contratual através da CLT⁶⁷ com a emissora, apenas um declarou não ter diploma como jornalista. Tal dado revela que apesar de existir no mercado pessoas que atuam no jornalismo sem ter capacitação, as grandes empresas, com nomes mais consolidados na região, demonstram dar preferência, na hora de contratar, àqueles que possuem maior preparo para a área.

Em comparação com pesquisas anteriores podemos perceber, através dos dados levantados, a presença cada vez mais forte de não diplomados desempenhando o trabalho de profissionais jornalistas dentro das redações. Um estudo feito em 2012 pela Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), em parceria com o Programa de Pós-Graduação em

⁶⁷ Consolidação das Leis do Trabalho

Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina⁶⁸, realizou uma enquete com 2.731 jornalistas, da federação e do exterior, para traçar o perfil profissional do jornalista brasileiro. Dentro dos resultados, no tocante das características demográficas e políticas dos jornalistas (FENAJ, 2012, p.10), no ano em questão, 9 entre cada 10 eram diplomados em jornalismo (91,7%) e 4 em cada 10 já tinham curso de pós-graduação (40,4%). Em poucos anos, fica clara a mudança quanto a flexibilização por parte das empresas de comunicação em estabelecer vínculos de trabalho com funcionários de capacitação inferior. Tal mudança parece estar relacionada não somente à realidade das empresas inseridas no contexto pós-industrial, mas também com os anseios dos profissionais jornalistas, que parecem estar desestimulados na busca por esse aperfeiçoamento diante da conjuntura atual para o exercício da profissão, como aprofundaremos adiante no item 4.4 deste mesmo capítulo.

Gráfico 5: Tempo de vínculo com a empresa

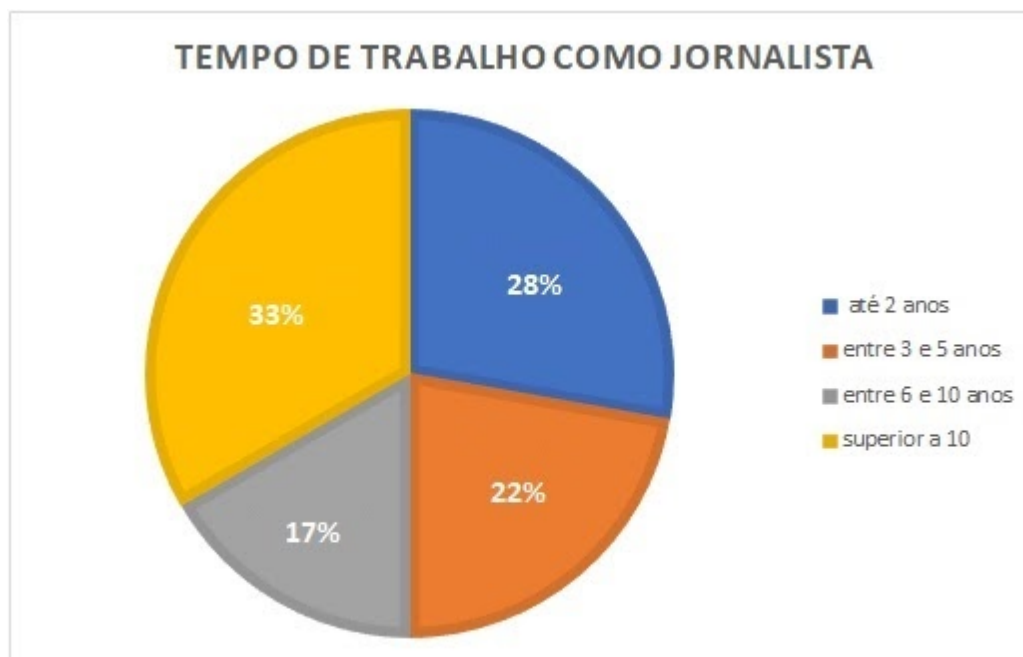


Fonte: Elaborado pela autora

⁶⁸ Disponível em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf> . Acesso em: 20.05.2021

O tempo de vínculo empregatício dos funcionários com a empresa mostra uma maior tendência à rotatividade dos profissionais nos postos de trabalho, característica do pós-industrial. O enfraquecimento dos sindicatos trouxe fragilidade à relação empregado x empregador. Entre os fatores relacionados a esse cenário temos: a perda crescente de postos de trabalho com vínculos fixos nas redações; a substituição de profissionais antigos, do período monoplataforma, para contratos temporários e de curta duração com funcionários mais jovens/aprendizes que possuem facilidade de adaptação, agilidade e polivalência no desempenho de funções em diversas plataformas; busca por redução de custos das empresas de comunicação, uma vez que funcionários com mais tempo de casa costumam ganhar salários mais elevados (considerando reajustes ao longo dos anos e posição alcançada) e recém contratados, com menor experiência, realizam mais funções por menos. Tais características também puderam ser inferidas por meio das afirmações feitas no discurso dos jornalistas entrevistados na pesquisa e com base no levantamento bibliográfico aqui abordado.

Gráfico 6: Tempo de trabalho como jornalista



Fonte: Elaborado pela autora

O tempo no qual os jornalistas da amostra trabalham como jornalistas, em comparação ao vínculo com a empresa na qual estão no momento, confirma a percepção da rotatividade

dos mesmos em diferentes veículos de comunicação no decorrer da carreira. Se antes era possível ver profissionais de longa data em uma empresa, esse perfil se torna cada vez mais raro. Existe uma dinâmica de mercado na busca por jornalistas polivalentes, que consigam desempenhar mais funções por salários cada vez menores. Além disso, a concorrência para com outras emissoras de televisão faz com que as empresas apostem em novos profissionais quando desejam atingir um novo público ou remodelar o quadro de funcionários dentro dessa dinâmica competitiva. Durante o processo de venda dos Diários Associados para o Sistema Opinião, por exemplo, diversos profissionais foram demitidos para que novos, com o perfil do novo grupo de comunicação, fossem contratados.

Outro fator que pode explicar essa diferença é a insatisfação com as exigências de determinadas empresas, que também tem feito os profissionais apostarem em novos caminhos onde consigam ter melhores condições de trabalho e de vida. A aposta em produtos independentes no meio virtual, como blogs, sites e perfis em redes sociais, também tem se mostrado crescente entre os funcionários da TV Borborema, discussão que abordaremos com maior profundidade mais a frente.

Gráfico 7: Quantidade de funções exercidas por cada profissional

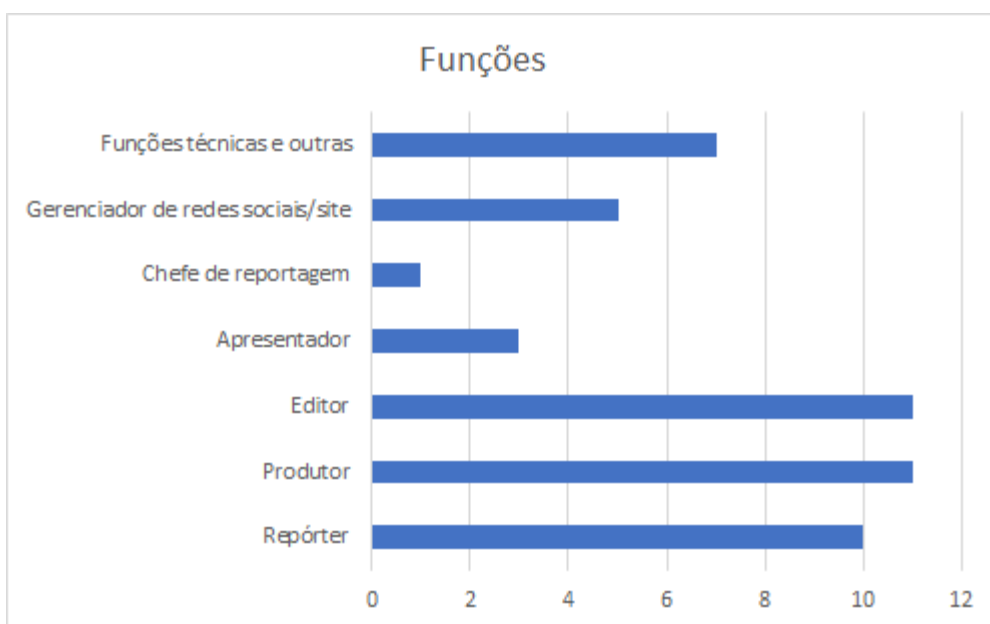


Fonte: Elaborado pela autora

Apesar da maior parte dos profissionais possuir contrato para um cargo específico, o levantamento mostra que grande parte deles desempenham mais funções na rotina de trabalho do que as delimitadas nos vínculos contratuais. De acordo com o quadro, 83% dos entrevistados declararam exercer duas ou mais funções na empresa. Tal dado só reforça a busca pelo profissional polivalente, que transite em várias funções para produção de conteúdo em diversos canais. A partir dessa exigência, levando em consideração uma perspectiva crescente no pós-industrial, do ponto de vista da empresa é possível garantir o aumento da produtividade e redução da mão de obra. Já os profissionais, se vêem sob tensões geradas pelo aumento do trabalho *versus* a responsabilidade jornalística para produção das notícias.

Levando em consideração as atividades desempenhadas na rotina de trabalho, o seguinte percentual da amostra (gráfico 8) declarou que exerce função como:

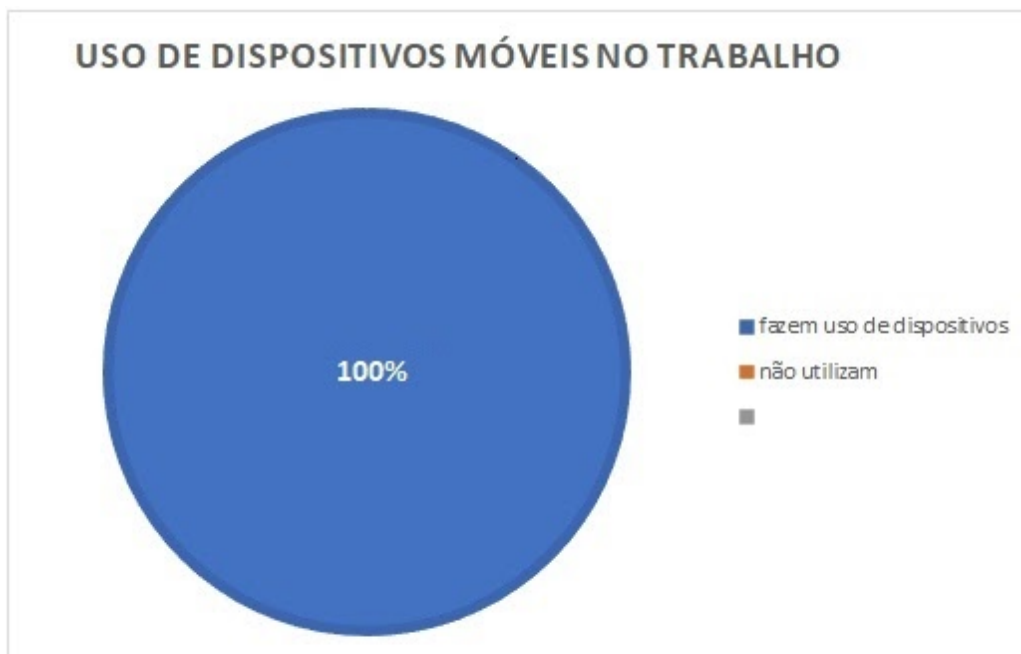
Gráfico 8: Funções



Fonte: Elaborado pela autora

São mais de 43 funções, no somatório, desempenhadas por 18 profissionais. Fica evidente o enxugamento das redações e a multiplicidade de tarefas que surgiram com o incremento de novas plataformas de produção de conteúdo.

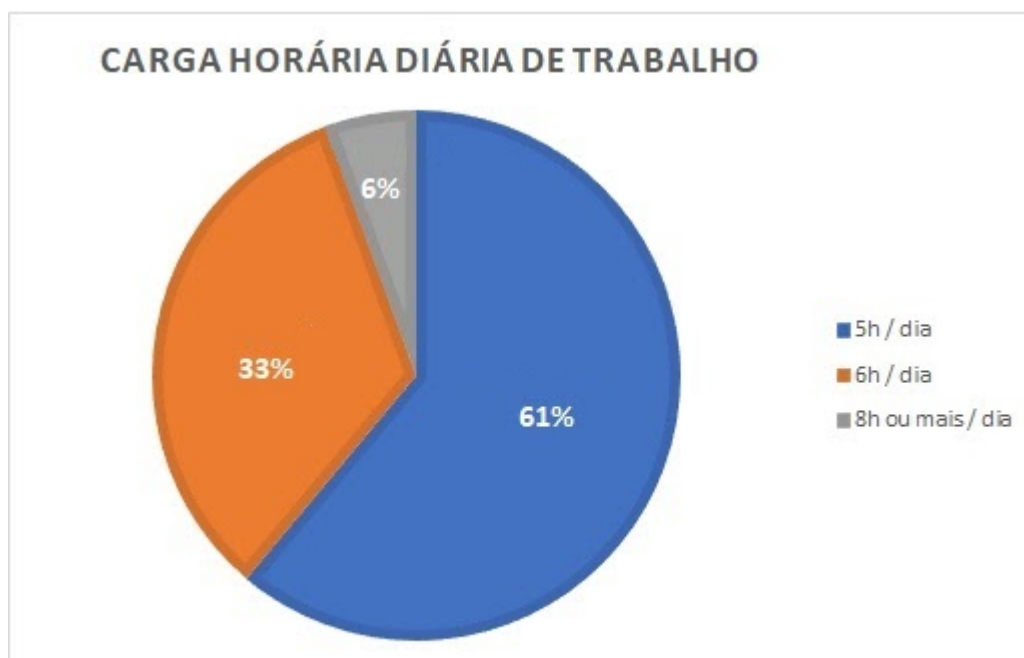
Gráfico 9: Uso de dispositivos móveis no trabalho



Fonte: Elaborado pela autora

É possível notar com clareza que os aparatos técnicos para o trabalho jornalístico, dentro das redações multiplataforma, mudaram. Os profissionais estão conectados em tempo integral através de dispositivos móveis, que se tornaram essenciais para a rotina de trabalho. As ferramentas trazidas junto a essa mobilidade contribuem para o exercício de um trabalho mais ágil, colaborativo e sem a necessidade de uma grande equipe ou vários aparatos técnicos para o desempenho das funções. Os jornalistas da pesquisa foram unânimes na concordância de que os dispositivos trouxeram benefícios à rotina produtiva e se tornaram essenciais dentro e fora do trabalho na redação. Dos mais velhos aos mais novos, mesmo que em diferentes graus, os profissionais estão conectados com os colegas de trabalho e suas respectivas fontes.

Gráfico 10: Carga horária diária de trabalho



Fonte: Elaborado pela autora

Apesar da grande quantidade de funções, 94% dos profissionais da amostra afirmaram cumprir uma carga horária oficial entre 5 e 6 horas de jornada por dia. O expediente declarado é correspondente ao permitido pelas leis trabalhistas, onde de acordo com o art. 303 e 304 da CLT⁶⁹ sobre a jornada do jornalista, a duração do trabalho dos empregados deste grupo não deve exceder 5h, podendo ser elevada até 7h, com direito a uma hora a mais de descanso. Entretanto, o trabalho dos profissionais não se limita ao período no qual estão na empresa. Aqueles que exercem papel como editores, produtores, apresentadores e no gerenciamento de site e redes sociais, afirmam precisar levar trabalho para casa e não ter hora para realização dos mesmos fora do ambiente de trabalho. Tal fato mostra uma perda da qualidade de vida dos jornalistas para além das fronteiras das empresas de comunicação.

Dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED, 2019)⁷⁰ revelam que os jornalistas na Paraíba trabalham em média 38h semanais, o que segundo o estabelecido na CLT deveria ser de 25h semanais, ocupando a oitava colocação no ranking dos estados com maior carga horária para os profissionais do país. Ainda segundo o levantamento, a

⁶⁹ Disponível em: https://www2.senado.leg.br/bdsf/bitstream/handle/id/535468/clt_e_normas_correlatas_1ed.pdf
Acesso em: 17 dez. 2020.

⁷⁰ Disponível em: <https://fenaj.org.br/jornalistas-brasileiros-trabalham-mais-do-que-o-estabelecido-pela-clt/>
Acesso em: 17 dez. 2020.

remuneração para cada hora de trabalho no estado é de R\$ 55,17, o que leva a Paraíba a ficar na 23ª posição do ranking em termo de pagamento por hora, a frente com melhor remuneração apenas de Rondônia (R\$ 48,30), Sergipe (R\$ 47,77), Piauí (R\$ 47,61) e Rio Grande do Norte (R\$ 45,46). As estatísticas, alinhadas aos resultados numéricos da pesquisa aqui em questão, mostram que existe uma forte dualidade no mundo de trabalho dos jornalistas entre polivalência e precarização.

4.4 Desafios da produção multiplataforma: percepções dos jornalistas

Para compreender com maior profundidade o perfil profissional e a percepção daqueles que exercem o papel de jornalista na TV Borborema, atuantes no nosso estudo de caso, realizamos uma segunda etapa de coleta de dados, dessa vez por meio de entrevistas semiestruturadas, gravadas em áudio para realização de transcrição e análise. As entrevistas foram realizadas presencialmente durante o período de trabalho dos profissionais na emissora, com o objetivo de estender as discussões levantadas na observação do campo e na aplicação do questionário. Os profissionais terão suas identidades preservadas e serão apresentados de acordo com o cargo que ocupam, divididos em dois grupos: Grupo I - os que passaram pelo processo de transição da redação de mono para multiplataforma; Grupo II - os que chegaram na empresa dentro da realidade multiplataforma. A partir destas entrevistas pudemos inferir aspectos sobre o desempenho da polivalência em diferentes faixas etárias, mudanças na rotina de trabalho, aplicabilidade de novas ferramentas no fluxo produtivo, precarização das relações no jornalismo e a busca por novos caminhos para a profissão.

Para os profissionais com maior tempo de carreira profissional e vínculo empregatício com a TV Borborema, a transição de uma redação exclusivamente televisiva para um ambiente integrado, com portal e núcleo de redes sociais, trouxe consigo diversos desafios no que diz respeito às adaptações necessárias a uma nova rotina de trabalho. A introdução dos novos meios e a exigência de um desempenho convergente e polivalente veio, de acordo com o relato dos profissionais do Grupo I, da noite para o dia, sem necessariamente haver um processo preparatório dos mesmos para uso de novas ferramentas no fluxo produtivo.

Dá uma dificuldadezinha pra dar conta. Porque antes você tinha a função de fazer pra TV e aí agora não. Toda vez que geralmente acontece, principalmente factual, uma coisa mais forte que preciso jogar na internet, aí acaba que eu tenho que lembrar de mais coisas. Porque além de lembrar de pedir as imagens necessárias para minha matéria, de fazer as perguntas necessárias para minha matéria, eu tenho que lembrar de fazer foto para ajudar a galera do portal, tenho que digitar algumas informações para mandar com mais celeridade do que o meu próprio off⁷¹. [...] Então você fica com mais coisas do que antes... Mas assim, a gente tem que se adaptar, né? É um novo momento.⁷² (repórter A - grupo I).

Difícil né? É difícil de cumprir tudo isso, mas acho que infelizmente a gente tem que se modelar a realidade do mercado de trabalho, mesmo que isso represente ser mais complexo no nosso dia-a-dia. É a realidade e a gente tem que ir se adaptando, vai se acostumando.⁷³ (repórter C - grupo I)

Bom, no início também foi difícil. Porque assim, a gente sabe que a TV borborema é uma TV muito antiga. Foi a primeira do interior do Norte/Nordeste e por ser uma televisão muito antiga, existem ainda aqueles primeiros funcionários, que não estavam tão acostumados e adaptados a essa era digital, da tecnologia e das redes sociais. Então para essas pessoas eu acho que foi mais complicado ver essa galera jovem chegando, esse núcleo específico de redes sociais, e ficar meio que perdido. [...] Então foi meio que difícil no início de se acostumar, entre entender que aquilo ali era necessário, que a gente também tinha que contribuir com o núcleo das redes sociais. Porque é um trabalho em conjunto: eles divulgam muito o nosso trabalho, as editorias das matérias, de cada programa. Então é uma ajuda. Acaba vindo pra somar. A gente precisa deles, a partir do momento que eles também precisam de nós. Até que se chegasse a esse entendimento, foi um pouquinho difícil também no início, para o próprio clima na redação, pras pessoas entenderem que aquilo ali era um trabalho sério.⁷⁴ (editor(a) B - grupo I)

Os relatos reforçam as pressões vivenciadas dentro do imediatismo do processo transitório da redação integrada. Em todas as declarações, o uso de palavras como “difícil” e “infelizmente” demonstram uma percepção negativa para o desempenho desse novo fluxo de trabalho e uma necessidade de adaptação, seja pela falta de treinamento ou pela exigência de polivalência, mas sempre seguidas de termos que representam um certo conformismo da forma com que essa nova realidade foi imposta. Mesmo com o reconhecimento das

⁷¹ Compreende-se por *OFF* a escrita do texto jornalístico correspondente à narração do repórter na matéria.

⁷² Entrevista gravada com repórter da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁷³ Entrevista gravada com repórter da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁷⁴ Entrevista gravada com editor(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

dificuldades de adaptação, percebe-se a aceitação, sem uma postura crítica para com o mercado ou a empresa, mostra a preocupação dos profissionais mais experientes com a manutenção dos postos de trabalho. A resistência inicial em aceitar o novo foi apresentada de maneira ainda mais profunda para adaptação dos veteranos, dentro de uma faixa etária superior aos 40 anos.

Eu venho de um período, de uma época, que nós não tínhamos isso... Nós tínhamos o computador e assim mesmo era um número de máquinas limitado, para uma equipe específica e aí a gente passou a ter acesso a um número maior de máquinas, ou seja, nós tivemos uma redação mais estruturada... E aí vieram as redes sociais, vieram as comunicações totalmente diferenciadas. Então eu precisei me adaptar, eu precisei conhecer, eu precisei ouvir, eu precisei pesquisar, precisei estudar e eu precisei colocar também a mão na massa. Errar pra poder acertar. Pelo menos esse foi meu grande objetivo e aos poucos eu venho conseguindo isso.⁷⁵ (editor(a) C - grupo I)

A gente teve que correr, se adaptar e se adequar a essa loucura, que ao mesmo tempo é uma fonte de informação imprescindível pra gente. A mudança foi radical. É uma coisa ultra moderna. A gente vivia no tempo das cavernas e depois das redes sociais a gente entrou no moderno, mais ou menos isso. [...] No início foi meio complicado, porque eu era um cara só de microfone na mão pra entrevista e depois você teve que se adequar também as redes sociais e entrar nessa situação até pro seu trabalho ser mais visto, ser mais valorizado e você ter que entender que ali, também, as redes sociais elas fazem parte do núcleo que você trabalha. Quer dizer, o meu trabalho é televisão e ela, hoje, não vive sem as redes sociais.⁷⁶ (repórter B - grupo I)

O fato de se colocarem em outro tempo, - como uma época longínqua ou “das cavernas” - mesmo estando inseridos no mercado de trabalho do agora, mostra que esse grupo (40+) da amostra em questão ainda não se sente pertencente a essa nova realidade multiplataforma, não dispondo de uma afinidade imediata às novas ferramentas inseridas no trabalho. Para esta parcela dos entrevistados, este tem sido um processo de adaptação mais lento e de forma contínua. Já para os mais jovens e com pouco tempo de vínculo com a empresa, representados pelo grupo II, esse processo parece ter sido natural, sem grandes desafios:

⁷⁵ Entrevista gravada com editor(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁷⁶ Entrevista gravada com repórter da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

Uma semana. Em uma semana já consegui fazer tudo. [...] Eu já sou bem ligada nas tecnologias também, aí [...] Eu acho ótimo principalmente aqui que trabalha muito com as redes sociais, com a internet, que divulga muito tudo que a gente pode fazer, tudo que a gente faz e é muito importante... Como eu disse, a gente posta as reportagens no Facebook, no Instagram, no site e vai divulgando o trabalho, as coisas que a gente faz aqui. [...] Eu já comecei nesse mundo mesmo, aí eu não sentia dificuldade, como tipo, outro editor, que trabalha há muitos anos aqui, talvez ele tenha tido alguma dificuldade de migrar por ele já ter trabalhado em jornal, mas eu não. Já tem muito tempo que eu estou nesse meio, né? Aí eu não tenho tanta dificuldade, tenho mais facilidade de aprender as coisas.⁷⁷ (Jovem aprendiz A - grupo II)

A gente usa muito o Facebook, o Instagram, para compartilhar as notícias que saem no dia, para fazer uma brincadeira, para juntar a gente da redação com o pessoal telespectador. Eu achei muito legal e muito diferente a forma como a gente faz aqui, de tentar essa ligação, de tentar se aproximar mais com público, sabe? Porque é uma forma que a gente tem de ter um retorno do pessoal, utilizando essas ferramentas.⁷⁸ (estagiário(a) B - grupo II)

Portanto, parece haver um choque de gerações. A diferença de postura com relação a adaptação ao meio multiplataforma mostra que apesar da vasta experiência profissional em jornalismo, os integrantes do grupo I passam a se sentir como parte de um mundo diferente dos integrantes do grupo II. Quando o assunto é a polivalência, vinculada às diversas ferramentas oferecidas dentro desta nova conjuntura de trabalho, parece existir certa competitividade para acompanhar o ritmo de quem acaba de chegar na empresa. Ao mesmo tempo, segundo os relatos, existe uma troca de conhecimentos entre os integrantes dos dois grupos na rotina de trabalho: enquanto o grupo I parece orientar os mais novos sobre preceitos fundamentais do jornalismo responsável (como apuração e filtragem de notícias), o grupo II acabam ensinando sobre o uso de ferramentas modernas para o desempenho das atividades nas plataformas convergentes.

Os tensionamentos surgem no momento em que novas tecnologias são introduzidas nas rotinas produtivas, existindo uma integração de plataformas, sem que haja necessariamente uma integração e convergência efetiva na dimensão profissional. A partir do

⁷⁷ Entrevista gravada com jovem aprendiz da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁷⁸ Entrevista gravada com estagiário(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

processo observacional, da análise das declarações e do levantamento bibliográfico, é possível inferir que essa convergência de trabalho no sentido mono para multiplataforma só consegue se dar de forma efetiva através do investimento preparatório do profissional, considerando as alegações dos entrevistados. A capacitação seria a forma mais adequada para o trabalho dentro da esfera convergente. No entanto, de acordo com a declaração dos profissionais, não houve esse treinamento por parte da empresa visando estabelecer um fluxo de trabalho de acordo com a experiência, habilidades e as adaptações. Da amostra, apenas alguns profissionais declararam ter passado por atividades preparatórias e, mesmo assim, informam que foi de forma pontual: uma palestra sobre a chegada do núcleo de mídias digitais e no caso dos integrantes do OP9, vídeo conferências para troca de experiência com chefias de outros portais do grupo. Deste modo, a emissora, mesmo quatro anos após a instalação do núcleo de novas mídias, demonstra ainda estar em uma fase inicial do processo de convergência.

Na verdade eu estou buscando ainda esse conhecimento. Não houve esse suporte. Eu sou uma curiosa, nata, e procurei descobrir como é, procurei estudar, estou fazendo isso através de uma pós-graduação e tem também o apoio de quem está chegando na emissora, de pessoas novas, de estagiários, inclusive de jovens aprendizes que me ensinam bastante. Junta a minha curiosidade, minha vontade de aprender e a boa vontade desse conhecimento deles que tem me auxiliado no dia a dia. Na verdade é uma junção de trabalho em equipe, não que houvesse uma estrutura por parte da empresa, essa estrutura está sendo buscada está sendo buscada por mim.⁷⁹ (editor(a) A - grupo I)

Em contrapartida, apesar das dificuldades apresentadas, a totalidade dos profissionais viu a introdução de novas ferramentas na rotina de trabalho - a exemplo dos *smartphones* e redes sociais - de forma positiva, trazendo diversas facilidades à vida do jornalista. Os entrevistados compartilham da ideia de que tal mudança, no ambiente redacional e nas formas de produção, assim como a inserção dos canais digitais ligados à televisão, foi necessária e positiva para que a emissora pudesse acompanhar uma nova exigência social e cultural do consumo de mídias.

Por um lado facilitou, a questão de você produzir matérias, a questão da interação com os telespectadores também, isso ficou evidente... e também notou-se a interação entre os profissionais na própria redação. Porque hoje em dia, com as redes sociais, praticamente toda hora você está com a

⁷⁹ Entrevista gravada com editor(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

informação ali, no seu celular, isso aí acho que foi a mudança maior.⁸⁰
(editor(a) C - grupo I)

Entre os pontos positivos colocados pelos entrevistados dos dois grupos da amostra, a partir da perspectiva de uma nova forma de produção polivalente na redação multiplataforma, foram citados:

- a facilidade interativa com fontes e telespectadores, que respondem e se comunicam de forma mais rápida a partir de aplicativos e redes sociais, contribuindo para o processo de produção da notícia;
- maior agilidade na apuração e checagem, que pode ser feita de forma remota;
- comunicação interna simplificada, com criação de grupos de trocas de informações entre os profissionais;
- adquirir conhecimento em outras funções dentro da emissora, ampliando o leque de opções no currículo profissional.

Foram muitos os avanços proporcionados pela inserção de novas ferramentas, a partir da integração de diferentes canais de comunicação, na forma de trabalho do jornalista em sua rotina produtiva. Porém, na mesma medida, surgem novas responsabilidades que exigem não só o tempo e dedicação do profissional no ambiente de trabalho como também na vida pessoal fora deste expediente.

4.4.1 polivalência versus precarização

A rotina de trabalho dos profissionais, diferente de quando se trabalhava apenas para um veículo de comunicação, não tem *deadlines* precisos. Existe sim uma pressão para a entrega do material com agilidade, principalmente em se tratando de conteúdo para internet, mas após a entrega de um material outras demandas surgem. Todo mundo é responsável por administrar a geração de conteúdo para todas as plataformas disponíveis na redação, o que exige integração na dinâmica profissional. Essa responsabilidade parece recair ainda mais sob produtores, repórteres e aqueles que são recém chegados na emissora. Estes são cobrados para

⁸⁰ Entrevista gravada com editor(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

desempenhar funções simultâneas de criação para multiplataformas, o que exige celeridade contínua do ritmo de produtividade. Com a necessidade de ter material suficiente para os programas de TV, redes sociais e portal, o número limitado de profissionais faz com que o conteúdo distribuído entre as plataforma seja praticamente o mesmo, mudando apenas a linguagem, tal como direcionamento exposto pela chefia de redação para as reuniões de pauta:

No dia a dia é todo mundo junto. Não tem como, pela nossa demanda, pelo número de programas que nós temos e pelo número de profissionais que nós temos também, não tem como a gente dividir. Então a reunião do que vamos trabalhar no dia, na TV aberta vai também diretamente para as redes sociais. Claro que com a linguagem um tanto quanto diferenciada, pelo menos esse é o nosso esforço também para atender aquele público. Mas aquele público que está nas redes sociais, ele é o nosso público da TV aberta. O que a gente tenta é dar uma modificada na linguagem, mas aí é o mesmo conteúdo e que muita das vezes esse conteúdo não parte de nós, mas sim do próprio telespectador.⁸¹ (chefe de redação - grupo I).

Na tentativa de corresponder aos anseios de uma nova audiência é possível notar, na declaração dada em entrevista, a percepção de que o jornalista passa a ser um *gatewatcher* (BRUNS, 2011). Essa característica parece fazer parte, de modo geral, do perfil do profissional inserido no pós-industrial, tendo em vista a tendência de um trabalho colaborativo com a audiência, que não só consome mas também produz conteúdo. Como consequência, existe uma cobrança por estar conectado em tempo integral observando constantemente o que circula em rede e pode virar notícia.

Depois de criar um WhatsApp a gente trabalha quase 24h. Principalmente a minha função, porque eu tenho que estar sempre ligado no que está acontecendo na área policial, no factual. Então eu estou ligado o dia todo. Eu estou em casa, mas eu estou acompanhando grupo de WhatsApp, Facebook, Instagram, pra ver o que está acontecendo na cidade e fico repassando pra quem está na redação à tarde, para produção. Então acabo também me envolvendo em casa, fora da empresa.⁸²(editor(a) D - grupo I)

Eu sempre estou nas redes sociais e sempre que eu estou nas redes sociais eu estou pensando no conteúdo do programa. Principalmente porque o nosso programa tem conteúdos diversos, tem muitas coisas ligadas às redes sociais, então eu estou sempre de olho. Eu passo 5h aqui (na empresa), mas na vinda pra cá, no caminho, eu estou de olho nas redes sociais pra ver o que que tem

⁸¹ Entrevista gravada com chefe de reportagem da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁸² Entrevista gravada com editor(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

de novidade, o que é que tem de Même que está bombando, o que tem de informação para usar no programa.⁸³ (repórter C - grupo I).

Apesar de declarar desempenhar o trabalho a qualquer hora do dia, dentro e fora da redação, os profissionais não são recompensados por nenhum exercício extra que não esteja dentro de sua carga horária de trabalho. A falta de tempo aliada à escassez de aparatos por parte da empresa para o aperfeiçoamento profissional, são as principais justificativas dadas pelos entrevistados para a não obtenção de capacitações além do diploma de jornalista. As afirmações corroboram para a percepção de que existe uma perda na qualidade de vida dos profissionais fora do ambiente de trabalho. Não há muito espaço para outras atividades além da rotina funcional. Tal fato parece pesar mais sobre os jornalistas de carreira na profissão, que demonstram maior preocupação com a capacitação profissional.

Por outro lado, estagiários e jovens aprendizes parecem se preocupar mais com a quantidade de material que entregam em um curto espaço de tempo e estão mais centrados em fazer a ponte entre os conteúdos produzidos na TV e as redes sociais, tal como o caminho contrário. Existe um esforço em conseguir desempenhar esse trabalho polivalente em menor período de tempo, na tentativa de garantir um posto de trabalho efetivo após o período de experiência. Podemos notar essa percepção através do relato de um(a) jovem aprendiz sobre a rotina de trabalho na empresa:

É bem corrido. É bem cheio e às vezes é estressante, mas é muito bom. Eu chego aqui às 8h00 aí eu corto os programas do dia anterior, que é o da noite, o Borborema Notícias, eu corto e coloco no site. Aí às 9h00 a gente já tem que ter postado alguma coisa nas redes sociais, não importa, tem que ter postado alguma coisa! A gente utiliza muito assim, vídeos inusitados, engraçados, aí você pode postar isso ou algum VT. Tem que postar alguma coisa! Aí eu fico agoniada pra postar alguma coisa... também tem coisas do OP9, tenho que fazer stories dos programas, fazer relatório dos programas que tem pela manhã, tenho que fazer lives com os apresentadores... Criar algum conteúdo, fazer alguma interação nas redes sociais, aí tem que ter um tempinho, né?.⁸⁴ (jovem aprendiz A - grupo II)

O uso de termos como “estressante” e “muito bom” na mesma frase demonstra clara contradição ao adjetivar o exercício profissional. O uso do verbo “ter” em diversas frases,

⁸³ Entrevista gravada com repórter da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁸⁴ Entrevista gravada com jovem aprendiz da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

utilizadas em sequência, também transparece uma tentativa de corresponder às exigências da empresa e mostrar domínio sobre diversas atividades concomitantemente. Esses podem ser artifícios naturalmente utilizados diante de uma instabilidade de vínculo do posto ocupado dentro da empresa, que também pode ser encerrado com maior facilidade. O ritmo acelerado na descrição da rotina ressalta a agilidade desempenhada nas atividades do cotidiano e a pressa em relatar o que foi questionado para poder dar continuidade aos afazeres após a entrevista.

Levando em consideração os relatos, podemos inferir que existe uma linha tênue entre ser polivalente e a existência de uma precarização das relações de trabalho. Esse acúmulo de funções, redução da empregabilidade através de vínculos com carteira assinada, atrelado a não remuneração devida e falta de aparatos para o desempenho das atividades exigidas, apontam para uma desvalorização do profissional que está inserido na redação multiplataforma. Profissionais dos dois grupos concordam que a profissão do jornalista está sendo precarizada.

Você se sobrecarrega. Você já tinha aquelas funções que você exercia naquele tempo e vai chegando mais coisa, todo dia é uma inovação. Sempre coisas muito rápidas e você acha que fica sobrecarregado principalmente com essa exigência de você ser polivalente, com vários tipos de plataforma. Hoje em dia, a gente também percebe que a redação está ficando mais jovem... cada vez mais estagiários, jovem aprendiz.⁸⁵ (editor(a) C - grupo I).

Eu acho que é algo que infelizmente está perdendo o valor. A gente sabe que pra ser jornalista hoje você não precisa de diploma, né? Você só precisa ser muito bom em comunicação e às vezes você nem é tão bom assim. Eu vejo que deveria ser um pouquinho mais valorizada sabe, tanto a questão financeira, não que eu esteja reclamando, enfim mas, é meio que qualquer um pode ser jornalista sabe o, e isso acaba fazendo com que muita gente boa fique fora do mercado. Muita gente que tem diploma, muita gente tem conhecimento, fica fora do mercado.⁸⁶ (estagiário(a) C - grupo II) .

A sobrecarga, porque querendo ou não, em algum momento alguma coisa pode falhar dependendo do tamanho das atividades que você vai estar fazendo. Mas isso é uma coisa que você tem, porque não existe jornalista que trabalhe pouco, não existe jornalista que não tem hora extra, não existe jornalista que não trabalhe feriado. Quando você assina lá no vestibular que vai ser jornalista, e eu digo muito isso pra quem é mais jovem, eu sempre digo isso pra quem fala “ah eu quero ser jornalista”, olhe se prepare para ter

⁸⁵ Entrevista gravada com editor(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁸⁶ Entrevista gravada com estagiário(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

uma vida difícil. Não vai ser só cumprir a hora funcionário público, nunca! Então quem entra no jornalismo tem que estar preparado pro que der e vier e se preparar para ter uma vida de trabalho puxada. Nunca vai ser fácil.⁸⁷ (apresentador(a) - grupo I).

A falta de incentivos à manutenção da atividade profissional e a redução do potencial de ascensão no mercado, seja ela intelectual ou em planos de carreiras, favorecem um cenário de desestímulo ao interesse dos jornalistas - com diploma ou em formação - no trabalho com veículos tradicionais de imprensa. Esse cenário acaba por justificar a crescente procura por novas formas de trabalho, independentes, ou mesmo a mudança de área de atuação para muitos profissionais.

4.4.2 Caminhos possíveis para um pós-jornalismo

Como forma de enfrentar a crise existente no mercado de trabalho do jornalista e a busca pela manutenção dos postos de trabalho, seguindo os preceitos éticos da profissão, os jornalistas envolvidos no estudo de caso apresentaram pontos de vista semelhantes para três perspectivas: a capacitação profissional como diferencial na produção de conteúdo em multiplataformas, o trabalho indissociável do meio digital e a busca por um produto cada vez mais colaborativo.

Em meio à realidade onde qualquer pessoa com um dispositivo móvel na mão possa cometer os chamados “atos de jornalismo” (Stearns, 2013), como já citado anteriormente, - produzindo vídeos, fotos, transmitindo informações em tempo real - o grande papel do jornalista é o de filtrar, checar e atestar através de sua credibilidade a diversidade de notícias que circulam em rede. Para Medina (2014, p.36), “mais do que nunca carecemos do jornalista-autor-repórter, com presença legitimada, para criar a articulação complexa dos sentidos da realidade imediata, com consciência identitária e sensibilidade estética.”. Tal legitimidade pode ser conseguida através da apreensão do saber profissionalizante. Mesmo com a não exigência de diploma para o exercício da profissão em alguns veículos de

⁸⁷ Entrevista gravada com apresentador(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

comunicação, a capacitação profissional permanece sendo valorizada como atributo para que o jornalista se destaque no mercado de trabalho e se diferencie dos demais produtores de conteúdos.

Por que o jornalismo vem se reinventando. E sempre vai ter aquela coisa de por mais que você tenha um furo, que qualquer um pode dar hoje em dia, a pessoa fica esperando dar no Jornal Nacional, ou então sair um portal conhecido.[...] O jornalismo nunca vai acabar porque você precisa de pessoas capacitadas para dar as notícias, por mais que você receba um furo no WhatsApp, mas você sempre vai querer a confirmação de alguém que você acha que tem credibilidade.⁸⁸ (apresentador(a) A- grupo I) .

No momento estou fazendo uma especialização, na área de telejornalismo, e dentro da especialização a gente percebe que tem muitas disciplinas voltadas para essa questão, de jornalismo multiplataforma. A gente produz muita matéria pelo celular. [...] O que eu vejo no momento é que realmente tem uma velocidade maior de divulgação da informação. Por exemplo, o material que eu estou produzindo agora a noite pra ir ao ar amanhã ao meio-dia, ele já está no ar agora a noite pras pessoas acompanharem via internet . Só que muita gente também não dá credibilidade, porque as vezes material vem de qualquer forma, quem joga as vezes na internet não tem a capacitação de fazer a checagem devida das informações, de forma mais correta. (repórter A-grupo I).

Acho que a nossa profissão tem um desafio claro. Porque hoje em dia qualquer pessoa pode produzir conteúdo, mas eu acho que o diferencial e o que a gente tem que buscar sempre é produzir esse conteúdo com qualidade, buscando a verdade dos dois lados sempre, que é o princípio do jornalismo. Fazer isso gerando credibilidade. As pessoas sempre vão acreditar naquele meio de comunicação que está sempre verificando as informações, que entrega pra ela um conteúdo que ela realmente confia. (repórter C - grupo I).

A preocupação com as *fake news* faz parte da rotina produtiva, principalmente dos profissionais com mais tempo de mercado. O senso apurado para filtrar o que é informação de fato e o que é notícia falsa vêm da união da experiência acadêmica com a vivência no mundo do trabalho. Mais uma vez a junção de profissionais de uma nova geração com aqueles que têm maior tempo de carreira se mostra benéfica aos veículos de comunicação inseridos na realidade pós-industrial. O desafio, no entanto, como abordado em apontamentos anteriores, está no desempenho efetivo da checagem diante de uma sobrecarga nas rotinas de trabalho.

⁸⁸ Entrevista gravada com repórter da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

Diante das possibilidades e facilidades oferecidas ao exercício profissional por meio das ferramentas disponibilizadas pela internet, a visão dos entrevistados com relação ao meio digital também é unânime: não dá para se manter ativo no mercado de trabalho sem se adequar ao uso desse meio. Ainda com relação aos veículos tradicionais (a exemplo da TV e do rádio) os jornalistas da mostra enxergam uma perspectiva ainda maior de convergência e migração, não só das grades de programação mas também do trabalho voltado para o digital. Com a redução de oportunidades de trabalho em grandes veículos de comunicação e a consequente instabilidade das empresas, a internet traz ao profissional a possibilidade de seguir por caminhos alternativos. Nesse sentido, a polivalência também pode ser vista de forma positiva à luz da capacitação profissional. O jornalista que tem diversas habilidades também encontra formas criativas de se reinventar, a exemplo daqueles que buscam empreender de forma independente, criando seus próprios canais de comunicação com nichos específicos. Esse cenário parece ser visualizado com maior facilidade pelos mais jovens:

Eu amo muito o ambiente de TV, mas muita gente me fala que TV não é mais o futuro da profissão, que o futuro da profissão é a internet. Então eu acho que mais e mais, a gente vai ver profissionais... a gente já tem visto né? Muita gente está abandonando os grandes veículos de comunicação para investir em algo mais voltado para o público da internet. Então eu acho que é esse o futuro realmente, a gente vê profissionais investindo em algo mais acessível para população de todas as faixas etárias.⁸⁹ (estagiário(a) B - grupo II).

Eu acho que o jornalismo digital, muita inserção nas redes sociais mesmo... Como a gente vê TV se fechando, jornalistas perdendo os empregos nos grandes meios e eles indo pras plataformas digitais. Sempre eu estou vendo isso. Criando conteúdo, canal do YouTube, eles estão se reinventando o tempo todo, nas redes sociais, no meio da Internet. Eu acredito na internet.⁹⁰ (jovem aprendiz A - grupo II)

Eu creio que futuramente a gente vai ter... Aliás hoje já, as redes sociais, a internet ela já domina né? e acredito que a gente tem um pouco mais de liberdade de escrever o que pensa, escrever o que quer. A maioria das pessoas não é dona de um meio de comunicação, de uma televisão, de um rádio, de um jornal... E automaticamente parte para o seu campo. Eu penso assim, pelo futuro, que já estamos vivendo ele, e as redes sociais é de fato o

⁸⁹ Entrevista gravada com estagiário(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁹⁰ Entrevista gravada com jovem aprendiz da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

que vem pela frente. Não tem como escolher, não tem escapatória, e a gente tem que estar ligado.⁹¹ (repórter B- grupo I).

A ideia de novos caminhos desassociados dos grandes veículos de mídia dentro da conjuntura do “pós” também é colocada por Anderson, Bell e Shirky (2013, p.38), onde “o jornalismo pós-industrial parte do princípio de que instituições atuais irão perder receita e participação de mercado e que, se quiserem manter ou mesmo aumentar sua relevância, terão de explorar novos métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais.”. Tais métodos ainda se mostram em fase inicial, mas já começaram a ser implementados e devem sofrer uma rápida evolução se quiserem acompanhar essa lógica de mercado.

A partir dessa visão do exercício da profissão, surge também um fluxo produtivo do trabalho do jornalista diretamente ligado ao processo colaborativo da construção da notícia. A participação do cidadão - como fonte de informações e conteúdos, assumindo em alguns casos um papel co-autor da notícia - não pode mais ser ignorada. Esta já é uma realidade que também pode ser explorada de forma positiva pelos jornalistas em suas rotinas de trabalho. Se um dos principais papéis do profissional é dar voz à população e a mesma se encontra em uma fase de empoderamento das ferramentas de comunicação, nada mais natural do que ter o público “prossumidor” como um aliado.

Eu posso dizer sem medo, que pelo menos 60% do nosso conteúdo ele é gerado através de pautas que chegam pra gente via rede social, através do Facebook, através de Instagram, através do WhatsApp. 60% do nosso conteúdo, da nossa grade de programação, ela é gerada através de sugestões dos nossos telespectadores e essas sugestões elas chegam justamente através das redes sociais. Elas são um canal que o telespectador tem pra chegar até a gente. [...] tem um quadro que é “seja um repórter da sua rua” e a pessoa mesmo faz um vídeo, narrando a situação do seu bairro, da sua rua e manda pra gente colocar no ar. Ali a pessoa está fazendo o papel da televisão. Ela está fazendo a cobrança, ela está mostrando o fato, ela está chamando atenção da autoridade, está fazendo tudo na verdade que o repórter tinha que ter ido pra fazer, ela faz. Mas aí, a televisão ela filtra, ela checa informação.⁹² (editor(a) B - grupo I).

A gente tinha bem menos interatividade e hoje a gente tem muito. Muita interatividade e muita proximidade também. As pessoas se sentem mais próximas da gente, porque a gente tem um tempo de conversar com elas. as pessoas também ajudam muito mais na produção do nosso conteúdo, porque

⁹¹ Entrevista gravada com repórter da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁹² Entrevista gravada com editor(a) da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

podem mandar vídeo, mandar sugestão, foto e é muito mais rápido do que antes né? Então as pessoas mandam aquilo quando está acontecendo e é mais fácil pro nosso trabalho também essa interação.⁹³ (repórter C - grupo I).

Ou seja, na perspectiva do trabalho colaborativo, também conhecido por participativo e cidadão, com ampla utilização de novas ferramentas, as possibilidades para a realização do trabalho do jornalista são múltiplas. E mais uma vez fica evidente que o grande diferencial e a necessidade do trabalho do profissional, pois é por meio de jornalistas capacitados que a notícia consegue ser transmitida de forma eficaz e com credibilidade ao público. (ANDERSON, BELL, SHIRKY, 2013). Na busca por um pós-jornalismo, não basta ser um mero transmissor de informações ou narrador de fatos, é fundamental ir além do que qualquer um com “um celular na mão” possa fazer. Dentro desse aspecto, a chefe de redação da emissora afirma que o perfil buscado para o trabalho dentro da equipe é de um jornalista:

Multifacetado. [...] Mas vem a questão não só do saber, mas também do parceiro, do comunicador, daquela pessoa interessada em informar o telespectador e ao mesmo tempo formar. Não adianta a gente só jogar conteúdo, mas a gente precisa também formar o telespectador, afinal de contas é uma troca mútua de experiências. Eles nos dão experiência e a gente passa nossa experiência também. Tem um processo educativo, não é só de informação. Eu busco no profissional esse perfil: o parceiro, esforçado, pessoa que se doa, aquela que busca a melhor informação, e da melhor forma possível.⁹⁴ (chefe de redação A - grupo I).

A mudança dessa relação com o público está diretamente ligada ao declínio do modo “tradicional” de fazer jornalismo nas redações e conseqüentemente da perda de espaço daqueles que insistem em antigos métodos e fórmulas. A busca por um jornalismo colaborativo não é o único caminho, mas é uma das tendências dentro das várias possibilidades reais à manutenção do exercício da profissão. O pós é o lugar onde o generalista perde espaço, onde a capacitação é o diferencial e as exigências profissionais são múltiplas, tal como as ferramentas para o exercício da função profissional. É sobre como o jornalista pode se tornar flexível, trabalhar em grupo, extrair o melhor de cada veículo de comunicação e ser ponte entre o que circula nas mídias sociais, a infinita gama de dados e

⁹³ Entrevista gravada com repórter da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

⁹⁴ Entrevista gravada com chefe de redação da TV Borborema, concedida para fins de pesquisa, em outubro de 2019.

informações disponíveis em rede, traduzindo em notícia através de formas inovadoras de narração. se com a implementação do meio digital, o alcance da televisão e da emissora se expande para além das fronteiras do estado, as possibilidades do jornalista também. Enxergar para além do praticado pela grande indústria de mídia é um desafio constante e requer do jornalista capacidade para escolher as melhores ferramentas na conquista dos objetivos profissionais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O campo profissional do exercício do jornalismo deve permanecer em constantes tensões, levando em consideração as mudanças e inovações cada vez mais rápidas e também contínuas. Por meio de levantamento bibliográfico e da observação do campo pesquisado, correlacionamos as transformações no ambiente e ferramentas de trabalho do jornalista, historicamente, ao desempenho da profissão. Investigamos a cultura na prática das rotinas produtivas destes profissionais, na tentativa de compreender o perfil do jornalista enquanto indivíduo e integrante de um mercado de trabalho capitalista cercado de desafios à manutenção dos postos de trabalho nas redações multiplataforma. Os resultados obtidos através da coleta de dados realizada na TV Borborema nos permitiu averiguar os objetivos propostos e as questões de pesquisa levantadas durante o processo de investigação para essa dissertação da realidade de trabalho dos jornalistas inseridos no contexto pós-industrial e em condições de prática polivalente.

Verificou-se, inicialmente, que a inserção da internet e os processos de convergência dentro das redações televisivas proporcionaram mudanças significativas, tal como colocado por Salaverría, Áviles, e Masip (2010), no âmbito tecnológico, empresarial e consequentemente profissional. A necessidade de produzir conteúdos para as mais diversas plataformas trouxe novas exigências do papel do jornalista, até então jamais vistas de forma tão complexa. Antes designado ao cumprimento de funções bem definidas para um único meio de comunicação, ele precisou se tornar polivalente, passando a desempenhar diferentes funções na rotina de trabalho a fim de produzir conteúdos concomitantemente para diferentes plataformas. O resultado de questionário aplicado com a amostra do estudo de caso confirmou que esse é um caminho inevitável, onde atualmente parte majoritária dos profissionais participantes declarou exercer duas ou mais funções no expediente de trabalho.

A partir do cruzamento dos dados, expostos em formato de gráficos, e da análise da percepção dos respondentes concedidas em entrevistas, foi possível compreender as mudanças e desafios no exercício da função do jornalista inserido no contexto pós-industrial de redação multiplataforma da TV Borborema, sendo este o objetivo geral norteador do nosso estudo. Durante o processo observacional constatamos que apesar das facilidades proporcionadas pela inserção de novas tecnologias, também ficou evidente diversos desafios

aos quais os profissionais estão submetidos dentro deste cenário, entre eles: rápida adaptação ao uso das inovações técnicas, agilidade produtiva, cumprimento de um maior número de atividades (polivalência) para multiplataformas, disponibilidade de trabalho em tempo integral, manter a qualidade da produção da notícia com a consequente sobrecarga.

As dificuldades de adaptação às referidas exigências de mercado se mostraram ainda mais acentuadas com relação a parcela de profissionais de maior tempo de carreira, que vivenciaram o processo de transição de uma redação monoplatforma para multiplataforma. A falta de intimidade com aplicativos e redes sociais, utilizados para uma maior aproximação com o público do meio digital e da audiência, associado ao alto custo dos jornalistas veteranos, acabou contribuindo para um rejuvenescimento das redações com a contratação de profissionais menos experientes e mais baratos financeiramente. O aumento da presença de estagiários e jovens aprendizes no ambiente de trabalho está relacionado ao que Harvey (2008) aponta como uma tendência à flexibilização das relações trabalhistas a partir do enfraquecimento das forças sindicais, incertezas econômicas no mercado da comunicação e aumento das demissões.

Na ruptura com antigos padrões nas relações de trabalho e reconfigurações no modo de fazer jornalismo, houve um processo de desterritorialização do jornalista, com a diluição das barreiras físicas e separatistas do ambiente de trabalho e o surgimento de redações integradas. O profissional passou a ter maior liberdade no fluxo produtivo de conteúdos e na troca de informações com colegas de batente e fontes.

A internet e o uso de dispositivos móveis, possibilitaram a quebra de vínculos fixos do jornalista com o seu local de trabalho, trazendo uma diversidade de novas ferramentas para a construção da notícia, em qualquer lugar (dentro ou fora das redações), a qualquer momento e com maior agilidade. Como abordamos anteriormente, através de Lemos (2005), essa quebra de barreiras trouxe um fluxo de produção positivo, através de uma construção colaborativa da notícia. O nascimento e articulação de uma sociedade midiaticizada (CASTELLS, 2005), fez com que o mercado da comunicação presenciasse o surgimento de novos anseios por participação e interação para com o seu público, que deixou de ser um simples consumidor de notícias para virar produtor de conteúdo em rede (SHIRKY, 2011). A postura ativa da comunidade, empoderada através da expansão do acesso a internet e dispositivos móveis, fez com que qualquer pessoa, com um celular na mão conectado à rede, pudesse produzir e

compartilhar informações, muitas vezes antes mesmo dos veículos tradicionais de imprensa. E a televisão, que só contemplava a possibilidade de consumo para o telespectador, passa a aderir gradativamente à construção de um conteúdo colaborativo, recebendo imagens, vídeos e sugestões de pauta da audiência. O jornalista se torna um *gatewatcher*, acompanhando o fluxo de informações em rede para incorporar notícias de repercussão na grade de programação televisiva.

A necessidade de acompanhar essa nova cultura participativa em rede fez com que a TV Borborema investisse na criação de um núcleo de gerenciamento de redes sociais. A novidade, como visto nos resultados da pesquisa e apontado por Munhoz e Palacios (2007), trouxe maior proximidade com o público e o fortalecimento de um jornalismo cidadão/colaborativo. Nesta conjuntura, levantamos o seguinte questionamento: Não estaria o jornalista fadado a um processo de precarização do trabalho frente à liberdade do ambiente da internet, no qual qualquer um pode noticiar? A resposta encontrada para uma possível precarização do trabalho do jornalista foi muito mais complexa do que a hipótese levantada pela questão. Do ponto de vista dos profissionais inseridos na emissora, a livre produção do conteúdo em rede traz mais benefícios do que prejuízos à rotina de trabalho do jornalista, uma vez que o profissional não precisa se deslocar até o fato para produzir a notícia e consegue ter uma ampliação geográfica da cobertura jornalística, reduzindo o tempo para tal. Em contrapartida existe sim uma preocupação dos profissionais, mas com a responsabilidade de apuração dos fatos. O diferencial entre conteúdos produzidos por jornalistas e por qualquer outra pessoa está na capacitação para checar e construir uma narrativa baseada na verdade, com credibilidade e de modo responsável. Desta forma, o papel do jornalista sempre será necessário. Mas, como colocado por Medina (2014), Anderson, Bell e Shirky (2012; 2013), não basta ser um mero porta-voz, mediador e narrador de fatos, o jornalista inserido na realidade pós-industrial precisa agregar cumplicidade ética, originalidade, criatividade e sensibilidade na construção da notícia, se quiser se sobressair no mercado de trabalho.

Retomando a questão levantada, outros fatores parecem estar relacionados ao surgimento de uma precarização das relações de trabalho do jornalista. O exercício da atividade em ambiente multiplataforma mascara a falta de aparatos para capacitação profissional dos inseridos nesse meio. Apesar de ganharem novas ferramentas de trabalho, no caso da TV Borborema, a maior parte dos jornalistas não recebeu nenhum tipo de instrução ou

direcionamento para usá-las. Apenas os profissionais contratados para o trabalho no núcleo digital da emissora tiveram suporte e, mesmo assim, de forma breve (a exemplo de palestras). Apesar da falta de investimentos em capacitação do corpo de funcionários, as exigências de habilidades diversas e a cobrança de um trabalho em tempo integral, sem que haja nenhuma recompensa pelo serviço desempenhado fora do expediente contratual, tensionam ainda mais as relações de trabalho no ambiente redacional. Garantir o cumprimento das exigências estabelecidas em nome da manutenção dos postos de trabalho tem gerado uma perda da qualidade de vida do jornalista como indivíduo.

Analisando os resultados gerais do estudo de caso, o perfil profissional do jornalista inserido na redação multiplataforma da TV Borborema do hoje é: polivalente, cada vez mais jovem, disposto ao trabalho em tempo integral, desempenha um trabalho coletivo/em grupo, tem capacitação acadêmica básica ou em andamento, possui habilidade técnica para o uso de ferramentas tecnológicas, acredita em um jornalismo colaborativo, não têm especialização, mas acredita que a capacitação voltada para o trabalho no meio digital e multiplataforma é o caminho para a manutenção do profissional no mercado de trabalho.

Pensar o fazer jornalístico dentro de padrões instituídos pelos grandes veículos de comunicação de massa já não faz mais sentido e tem se mostrado insuficiente. Tentar alcançar formas de narrativas mais atrativas, transmidiáticas e convergentes de forma inovadora entre multiplataformas, sem o aparato necessário ao profissional, também não parece ser algo atingível no curto prazo. Apesar dos esforços e avanços constatados na busca por atualização no mercado pós-industrial, o jornalismo não se resume a evoluções técnicas e, antes de tudo, exige o fomento de novas habilidades linguísticas e criativas. A sobrevivência dos meios tradicionais de comunicação parece estar diretamente ligada a essa percepção. Enquanto tais dimensões não forem atingidas, possivelmente veremos o declínio gradativo dos grandes veículos e a migração dos profissionais para iniciativas menores e mais independentes. Assim como o mercado de trabalho e a cultura de consumo de mídias, o perfil do jornalista está em constante transformação.

Assim como o mercado de trabalho e a cultura de consumo de mídias, o perfil do jornalista está em constante transformação. Esta dissertação, no Mestrado Profissional em Jornalismo, pode contribuir com o Estado da Arte da discussão das práticas jornalísticas em ambiência digital. Como perspectiva futura, pretende-se explorar outras dimensões do

problema de pesquisa e do que os resultados nos revelaram, a exemplo: do desenvolvimento de narrativas inovadoras a partir da construção colaborativa da notícia; a crescente migração dos profissionais para iniciativas menores e independentes, com produção de conteúdo especializada/segmentada no meio digital, o que pode trazer novas perspectivas ao mercado de trabalho; a busca por novos caminhos e formas de fazer televisão, cada vez mais desvinculadas do aparato físico do aparelho televisivo. Tais transformações podem ser aprofundadas e carecem da atualização de pesquisas de forma contínua.

REFERÊNCIAS

ALSINA, Miquel Rodrigo. **A construção da Notícia**. Tradução de Jacob A. Pierce. Editora Vozes, Petrópolis - RJ, 2009.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. **Post-Industrial Journalism**. New York: Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School, 2012.

ANDERSON, C. W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. O Jornalismo pós-industrial. Edição brasileira da Columbia Journalism Review - **Revista de Jornalismo ESPM** - nº5, ano 2, p.30-89, 2013. ISSN 2238-2305.

ANDERSON, C.W. Jornalismo Pós-Industrial – Crises permanentes, turbulências constantes. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos** - IHU - nº447, 2014. ISSN 1981-8793. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao447.pdf>

APPELGREN, Ester. **Convergence and divergence in media: different perspectives**. Construindo Pontes digitais: Ligando Culturas, Comércio e Ciência: Proceedings of the 8th ICCC / International Conference on Electronic Publishing. ELPUB. Brasília - DF, Brasil: Universidade de Brasília, 2004. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/37676508_Convergence_and_divergence_in_media_Different_perspectives

AZEVÊDO FILHO, R. F. de. **Campina Grande, desenvolvimento e televisão regional: O caso da TV Borborema**. 2016. 90f. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Regional - PPGDR) - Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2016.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Tradução: DENTZIEN, Plínio; Zahar; Edição: 1ª, 2001.

BARBOSA E SILVA, J.A; PEREIRA, M.L; RIBEIRO, R. S. Dossiê convergência profissional: Estudo de caso das transformações no perfil do jornalista. **Brazilian Journalism Research** - Volume 9 - Número 2 - p. 50 - 67, 2013. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/583>.

BORIN, Jair (org.). **O jornalista profissional no Estado de São Paulo: perfil socioeconômico e cultural**. São Paulo: ECA-USP Departamento de Jornalismo e Editoração, 1972.

BRASILEIRO, Amy. **A reconfiguração do telejornalismo através da web: análise do G1 em 1 minuto**. Monografia apresentada como trabalho de conclusão de curso - Graduação em Jornalismo. Universidade Estadual da Paraíba (UEPB), Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2017.

BRUCE, G.; HAESBAERT, R. **A Desterritorialização na Obra de Deleuze e Guattari**. Revista do Programa de Pós-Graduação em Geografia - Universidade Federal Fluminense,

2009. ISSN: 1517-7793. Disponível em:
<https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13419>

BRUNS, Axel. Gatekeeping, Gatewatching e Realimentação em tempo real: novos desafios para o Jornalismo. **Brazilian Journalism Research**, p. 119-140, 2011. Disponível em:
<https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/342/315>

BURKE, P; BRIGGS, A. Uma história social da mídia - de Gutenberg à Internet. Título original: **A Social History of the Media (From Gutenberg to the Internet)**. Revisão técnica Paulo Vaz. — 2.ed. rev. e ampl. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em Rede**. Volume I. 8ª edição. Tradução: Roneide Venancio Majer. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005.

CANAVILHAS, João. **Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático**. In Periodismo Transmedia: miradas múltiples, 53-68, ISBN: 978-958-738-1. Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013. Disponível em:
<https://ubibliorum.ubi.pt/handle/10400.6/4347>

CAVALCANTI, Ana Carolina Vanderlei. **A cobertura internacional do Jornal Nacional: correspondentes, enviados especiais e usos de tecnologias**. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 13º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Campo Grande – UFMS – Novembro de 2015.

CHENG, T. C. ; PODOLSK, S. **Just-in-Time Manufacturing: An introduction**. Second edition - Chapman & Hall , 1996.

COSTA, Andriolli. Os caminhos para um pós-jornalismo. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos** - IHU - nº447, 2014. ISSN 1981-8793. Disponível em:
<http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao447.pdf>

DAL ZOTTO, Cinzia; LUGMAYR, Artur. **Media convergence as evolutionary process**. Media Convergence Handbook - Vol. 1, Media Business and Innovation, DOI 10.1007/978-3-642-54484-2_1. Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2016.

DEUZE, Mark. **Towards professional participatory storytelling in journalism and advertising' First Monday**. Volume 10, Number 7 - 4 July 2005 2005. disponível em:
<https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/1257/1177> . Acesso em: 01.06.2020.

DEUZE, Mark (2008). **The Professional Identity of Journalists in the Context of Convergence Culture**. Observatorio (OBS*) Journal, 7: 103–117. Disponível em:
<http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/view/216/208>. acesso em: 03.02.2019 .

DEUZE, Mark; WITSCHGE, Tamara. **O que o jornalismo está se tornando**. Dossiê de práticas jornalísticas, V.4, N.2. 2016. ISSN: 2317-4919.

ESPERIDIÃO, Maria Cleidejane. A era do kit-correspondente: tendências da cobertura internacional no telejornalismo brasileiro. **Estudos de Jornalismo & Relações Públicas**, ano 5, n. 10, p. 81-93, 2007

FAUSTO NETO, Antônio. Da convergência/divergência à interpenetração. In: MIÈGE, Bernard et al. (Org.). **Operações de midiaticização: das máscaras da convergência às críticas ao tecnodeterminismo**. Santa Maria: FACOS-UFSM, 2016. p. 53-80.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. **As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas**. São Paulo: Salta, 2013.

FONSECA, V. da S. **Jornalismo no conglomerado de mídia: Reestruturação produtiva sob o capitalismo global**. Tese de Doutorado não-publicada, Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. 2005. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/5023/000463613.pdf?sequence=1> ; acesso em: 13/04/2020

GORDON, Rich. Convergence Defined. In: KAWAMOTO, Kevin (ed.). **Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**. Online Journalism Review, 2003. p. 57-73. Disponível em: https://www.academia.edu/948530/_meanings_and_implications_of_convergence_In_KAWAMOTO_Kevin_ed._Digital_Journalism._Emerging_Media_and_the_Changing_Horizons_of_Journalism. Acesso em: 10.06.2019.

GRADIM, Anabela. **WebJornalismo e a Profissão de Jornalista: alguns equívocos sobre a dissolução do 4o Poder**. (p. 85-97) In: BARBOSA, Suzana (Org.). **Jornalismo Digital de Terceira Geração**. Covilhã, 2007. ISBN: 978-972-8790-73-8

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 17ª ed. São Paulo: Loyola, 2008.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Apresentação por: WARSHAW, Mark. 2. ed. São Paulo, Aleph, 2009.

KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997

LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Editora Vozes, Petrópolis, 2007.

LEMOS, André. **Anjos interativos e retribalização do mundo. Sobre interatividade e interfaces digitais**. 1997. pdf [online] Disponível em : <https://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/interativo.pdf>.

LEMOS, André. **Cibercultura 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. Disponível em:

<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf> ; acesso em: 27.01.2019.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. Editora 34 - São Paulo, 1999. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4091443/mod_resource/content/1/Cibercultura%20%28LEVY%29.pdf

LIMA, V.; BEZERRA, V. **Jornalismo e Jornalistas em Tempos de Reestruturação Produtiva: Reflexos do Pós-Fordismos e das Tecnologias Digitais na Atividade Profissional**. In: XII Intercom, Campina Grande/PB, jun. 2010. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/nordeste2010/resumos/R23-1148-1.pdf> . Acesso em: 09.04.2020.

LOPES, Jorge. **O fazer do trabalho científico em ciências sociais aplicadas**. Recife: Editora Universitária UFPE, 2006. ISBN 85-7315-302-4.

MEDINA, Cremilda de Araújo. **Notícia, um produto a venda: jornalismo na sociedade urbana e industrial**. Summus editorial - 6ª edição - São Paulo, 1988. ISBN 8532303250.

MEDINA, Cremilda. O jornalista-autor e a mediação do real – Para além de novas ou velhas gramáticas. **Revista do Instituto Humanitas Unisinos - IHU - nº447**, 2014. ISSN 1981-8793. Disponível em: <http://www.ihuonline.unisinos.br/media/pdf/IHUOnlineEdicao447.pdf>

MIELNICZUK, Luciana. **Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web**. Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo do XXVII Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom. Universidade Federal de Santa Maria, 2004. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/33239839420892013900619660266793099419.pdf>

MUNHOZ, Paulo; PALACIOS, Marcos; **Fotografia, Blogs e Jornalismo na Internet: Oposições, Apropriações e Simbioses**. (p. 63 -84) In: **Jornalismo Digital de Terceira Geração**, org. BARBOSA, Suzana. Universidade da Beira Interior, 2007. ISBN: 978-972-8790-73-8

PEREIRA, Ana Maria de Sousa. **Telejornalismo, interação e redes sociais: convergências na TV Cabo Branco e TV Paraíba**. Dissertação de mestrado – Programa de Pós Graduação em Jornalismo – PPJ/UFPB, 2014. Disponível em: <http://tede.biblioteca.ufpb.br/bitstream/tede/4493/1/arquivototal.pdf>

PERKIN, Harold. **The Third Revolution: Professional Elites in the Modern World**. London: Routledge, 1996; ISBN 0-415-14337-3.

PRIMO, Alex ; TRÄSEL, Marcelo Ruschel . **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. Contracampo (UFF), v. 14, p. 37-56, 2006. Disponível em: <http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>. Acesso em: 23-09-17

QUINN, Stephen. **Convergent Journalism: An Introduction**. Burlington, 2005.

RECUERO, Raquel. **As Redes Sociais na Internet e a Conversação em Rede**. In: CISECO; Porto Alegre: Sulina, 2012. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/ciseco.pdf> Acesso em: 27-11-2017.

RIBEIRO, A. de F. **Taylorismo, fordismo e toyotismo**. Revista PUC - São Paulo, 2015. disponível em: <https://revistas.pucsp.br/ls/article/viewFile/26678/pdf>; acesso em: 22.05.2020

ROTHMANN, Paula. A TV morreu. **Revista Info**, ed.324, p.58 - 67, Dez. 2012. pdf. ISSN

SAAD, Elizabeth. Inovação e empresas informativas: aliados, inimigos ou em permanente estado de “discussão da relação”?. Dossiê Práticas Jornalísticas. **Parágrafo**. 74-86 - JUL/DEZ, 2016 V.4, N.2 (2016) - ISSN: 2317-4919.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado – convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Prólogo: PIQUÉ, Antoni Maria. Barcelona: Sol90Media, 2008.

SALAVERRÍA, R.; GARCÍA AVILÉS, J.A.; MASIP. **Concepto de convergencia periodística**. In: López, X.; Pereira, X. (coords.). Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, pp. 41-64, 2010. Disponível em: http://dadun.unav.edu/bitstream/10171/23730/1/cap3_concepto_de_convergencia_periodistas_pp41-64.pdf ; acesso em 05.02.19.

SCOLARI, Carlos Alberto. Narrativas Transmídias. Consumidores implícitos, mundos narrativos e branding na produção da mídia contemporânea. Dossiê comunicação, tecnologia e sociedade. **Parágrafo**. JAN./JUN 2015, V. 1, N. 3, ISSN: 2317-4919.

SHIRKY, Clay. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Tradução: Portocarrero, CELINA. Rio de Janeiro, Zahar, 2011.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. 2013. 408 f. (Tese Doutorado). Faculdade de Comunicação Social. Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/13011/1/Fernando%20FIRMINO%20da%20Silva.pdf>. Acesso em: 01 set. 2017.

SODRÉ, Muniz. **Dossiê - Jornalismo como campo de pesquisa**. Brazilian Journalism Research - Volume 6 - Número 2. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2010. Disponível em: <https://www.readcube.com/articles/10.25200%2Fbjr.v6n2.2010.13> . Acesso em: fev 2019.

STEARNS, Josh. **Acts of Journalism: Defining Press Freedom in the Digital Age**. New York: Free Press, 2013. Disponível em: http://conference.freepress.net/sites/default/files/resources/Acts_of_Journalism_October_2013.pdf.

TÁRCIA, Lorena P. T. **Tramas da convergência**: cartografia de dispositivos acoplados na cobertura dos Jogos Olímpicos de Verão pela BBC em 2012. Tese Doutorado - Universidade Federal de Minas Gerais, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas. Belo Horizonte, 2015.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo: porque as notícias são como são**. 2 ed. Florianópolis:Insular, 2005.

TUCHMAN, Gaye; TUCHMAN, Barbara W. **Making News: Study in the construction of reality**. **American studies collection**. Free Press - Macmillan Company - edição 5, ilustrada, 1978. Disponível em pdf: https://www.researchgate.net/publication/246750128_Making_News_A_Study_in_the_Construction_of_Reality

WOLFART, Graziela. "A midiatização produz mais incompletudes do que as completudes pretendidas, e é bom que seja assim". Entrevista com Antônio Fausto Neto. **IHU On-line: Revista do Instituto Humanitas UNISINOS**, edição 289. São Leopoldo, 13 abril 2009. Disponível em: http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=2479. Acesso em: 09 jun. 2019.

Quem é o Jornalista Brasileiro? Perfil da Profissão no País. **Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ**, 2012. Realização: Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da UFSC. Disponível em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>. Acesso em: 03.03.2021.

APÊNDICES

Apêndice A - Roteiro de entrevistas semi-estruturada

Para realização das entrevistas foi solicitado, por meio de ofício assinado por responsável da emissora, autorização para aplicação de entrevistas, com uso de gravadores e câmeras, tal qual demais equipamentos necessários ao registro do processo de observação, durante o período de 29 de outubro a 5 de novembro de 2019. Dezoito profissionais da redação integrada de TV, núcleo de redes sociais e Portal da emissora, que exercem funções jornalísticas, foram ouvidos. Uma amostra previamente definida de acordo com os propósitos de pesquisa.

As entrevistas foram realizadas dentro do ambiente redacional da TV Borborema, respeitando ao horário de expediente dos profissionais entrevistados, em cinco dias de coleta, por meio do seguinte cronograma:

29/10 - Observação geral

29/10 - Entrevista com repórteres e produtores do turno da manhã + observação

30/10 - Entrevista com estagiários no turno da manhã + observação

31/10 - Entrevista com repórteres e produtores do turno da tarde + observação

01/11 - Entrevista com estagiários, chefe de redação e gerente de jornalismo no turno da tarde + observação

04/11- Entrevistas não contempladas nos dias anteriores

05/11- Entrevistas não contempladas nos dias anteriores

Para subsidiar a coleta de dado, 27 perguntas foram formuladas e divididas em três eixos, contribuindo na visualização e criação de quadros/gráficos que retratam o perfil profissional inserido no contexto pesquisado, sendo: **Eixo 1** - Com aplicação para todos os profissionais inseridos na redação multiplataforma (gerente de jornalismo, chefe de reportagem, editores de texto, produtores, repórteres e estagiários); **Eixo 2** - Destinado apenas aos profissionais que passaram pelo processo de mudança da redação mono para multiplataforma. Ou seja, aqueles que trabalham na empresa desde antes de 2016; **Eixo 3** - Perguntas aplicáveis apenas nas entrevistas com os cargos de chefia da empresa jornalística, que estão inseridos diretamente no ambiente redacional e com a tomada de decisões diárias dos veículos (gerente de jornalismo e chefe de reportagem).

Eixo 1 - Aplicação para todos os entrevistados

Nome:

Idade:

Cargo:

1. Possui diploma de jornalista?
2. Há quanto tempo trabalha na empresa? E como jornalista?
3. Quais funções exerce na empresa?
4. Qual carga horária desempenha em sua rotina?
5. O trabalho é feito dentro e fora das redações? De que forma?
6. Trabalha em conjunto com outros profissionais para o desenvolvimento de produtos midiáticos?
7. Faz uso de dispositivos móveis no trabalho? Como utilizam essas tecnologias?
8. O que acha da inserção de novas tecnologias no ambiente de trabalho?
9. Como se mantém atualizado diante das rápidas e constantes mudanças no mercado de trabalho?
10. Possui outro emprego? Se a resposta for positiva, por qual motivo?
11. De que forma enxerga o futuro da profissão?

Eixo 2 - Aplicação para profissionais que passaram pelo processo de convergência no ambiente redacional

12. Sentiu alguma dificuldade no processo de transição para a integração das redações em multiplataforma?
13. Como os processos de convergência alteraram sua rotina?
14. A empresa fornece ou forneceu algum tipo de treinamento/cursos para o profissional inserido nessa nova realidade?
15. Quais alterações foram feitas para transformar a redação em um ambiente integrado de produção?
16. De que modo essas mudanças ocorreram?
17. Houve aumento ou diminuição no número de profissionais trabalhando com a inserção da produção de conteúdos para multiplataformas?

Eixo 3 - Aplicação para editores e chefes de jornalismo

18. A empresa procura um perfil específico de profissional?
19. Você coordena equipe multitarefa?
20. Como é determinado o que vira notícia?
21. Existe um direcionamento de conteúdos específicos para cada tipo de mídia?
22. Existe um grau de relevância diferenciado para cada veículo?
23. Como chefia e editores acompanham o trabalho que está sendo feito pelos demais funcionários?
24. As alterações feitas desde o processo de integração têm surtido efeito positivo? Quais?
25. Efeitos negativos também foram notados?
26. Qual o objetivo principal diante dessa nova forma de trabalho?
27. Como acredita que poderão se manter competitivos no mercado frente a concorrência?

Apêndice B - Roteiro de observação para Diário de Campo

Data: _____ Horário: _____

Grupo: () Repórter () Produtor () Estagiário () Chefia

1. Na prática, desenvolve trabalho para quais veículos?

- () TV
- () Portal
- () ambos

2. Passa mais tempo fora ou dentro das redações?

- () Interno
- () Externo

3. Quais equipamentos o profissional utiliza para o desenvolvimento das atividades?

- () Computadores
- () Smartphones
- () Telefones
- () Bloco de notas / papel
- () Câmeras
- () Outros _____

4. Ultrapassa o horário de expediente?

- () sim
- () Não

5. É supervisionado por algum outro profissional?

- () sim
 - () Não
-

Apêndice C - Diário de Campo

LOCAL: TV Borborema

PERÍODO DE OBSERVAÇÃO: 29 de outubro a 5 de novembro de 2019

APLICAÇÃO DE OBSERVAÇÃO NA ROTINA PRODUTIVA

Data: 29/10/2019

Horário: 8h às 21h

APLICAÇÃO DE ENTREVISTAS COM OBSERVAÇÃO INDIVIDUAL DOS PROFISSIONAIS

Data: 30/10/2019 - 05/11/2019

Horário: 8h às 21h

Apêndice D - Entrevistas transcritas

ENTREVISTAS GRUPO I - Profissionais que passaram pelo processo de integração das redações e pela transformação do ambiente monoplataforma para multiplataforma

- Apresentador(a) A - grupo I:

Você acompanhou o processo de integração e mudança da redação monoplataforma para a multiplataforma?

Na verdade eu não acompanhei, porque eu estava de licença maternidade quando aconteceu. Então, por exemplo, quando eles implantaram as lives, essa parte toda, eu não estava. Aí você imagina o que é eu sair com uma realidade e quando eu volto ter uma coisa totalmente diferente? Isso foi até um choque pra mim. No início eu não sabia muito bem como lidar, porque a live requer uma espontaneidade... uma coisa que você não é preparada quando você é repórter de telejornal. Então nos primeiros dias, quem olhar as primeiras lives, percebe que eu era meio travadinha. Hoje em dia não. Hoje em dia eu brinco. Meu chefe qualquer dia desse vai me demitir porque eu estou fazendo bagunça demais na live (risos), mas no começo era muito difícil.

O que você sentiu de maior dificuldade nessa transição?

A questão da concentração. Por que você usa muito o intervalo para conversar com a direção, pra fazer algum ajuste até pra ler alguma cabeça alguma coisa assim... Então não dá valor você tem que estar de certa forma concentrada, e com a live você não podia se concentrar e eu tinha muita vergonha no começo de tratar desses assuntos internos porque estava na live. E hoje em dia não hoje em dia eu só pego: “ei gente só peço pra cortar o som para as pessoas não escutarem”, algumas coisas assim... mas por exemplo, a live já pegou uma briga minha gigantesca com uma colega de trabalho: a gente começou a discutir, esqueceu que estava na live. Ai meu padrinho chegou e disse: “eu não gosto dessa sua colega! Ela fica estressando você.” Meu Deus do céu, aí eu fui explicar pra ele que não era nada demais, que era coisa de trabalho mesmo, mas juro que aconteceu isso no início.

Como é sua rotina de trabalho? Ela acontece dentro e fora da redação?

Jornalista nunca vai dizer que trabalhar só dentro da redação porque é impossível. Tem que estar antenado no que está acontecendo, quando você chegar no trabalho você tem que ter pelo menos um pouco de noção do que aconteceu no dia. Então nunca vai ser um trabalho só de redação, se você for trabalhar só na redação, naquelas áreas, alguma coisa está errada, não vai dar para desempenhar seu papel direito.

De alguma forma essa mudança trouxe alguma alteração na sua rotina profissional mudou teu ritmo?

Não pelo contrário eu me divirto hoje eu já consigo transformar aquela parte da live do início, que era tenso porque eu perdia um tempo de concentração. Hoje em dia eu já enxergo de outra forma. É a hora que eu estou desopilar, quando me divertindo, interagindo com pessoal. Então pra mim, hoje em dia, passou a ser uma diversão... Eu espero, até fico ansiosa, pela hora que dá pra interagir com público.

A TV de alguma forma te deu algum curso algum aparato para para essa transição?

Não porque todos os cursos, tudo que foi feito, foi na época da minha licença maternidade. Então já cheguei e como assim? Eles acharam que eu me adaptei rápido apesar de que eu achei que não foi. Então ninguém se preocupou com isso, eles deixaram, só disseram: “faça o que você quiser, do jeito que você achar melhor“.

Você buscou conhecimento através de algum curso fora ou foi por você mesma?

É muito difícil você achar curso nessa área. Até porque é uma coisa muito nova...Então o que eu fiz eu comecei a ver o que é que as outras emissoras do sistema, que também tem essa plataforma, essa multiplataforma, como elas faziam e aos poucos eu fui criando meu estilo próprio. Hoje em dia já não vejo mais o que os outros fazem, eu não faço ideia do que eles fazem, porque eu faço aquilo que eu acho mais bacana e tem um resultado bom. A gente vê pessoas que se fidelizam mesmo! Tenho sócios lá do BN, que todos os dias estão assistindo, estão comentando, estão interagindo, então acho que está valendo a pena sim.

Você percebeu alguma mudança dentro da redação no perfil de profissional que a empresa tem contratado ou até um rejuvenescimento da própria redação, mas funcionários ou menos?

Essa integração, que até trouxe o portal também, tem trazido um pessoal mais jovem. Por que ela é feita basicamente por estagiários. O que alguns podem dizer que a mão-de-obra mais barata, eu acho que é o contrário, eu acho que a melhor coisa que poderia ter sido feita. Porque são pessoas que estão com a mente muito atualizada e nisso, eles criam uns mêmes, estão antenados no que está acontecendo, Isso fez uma mudança para as nossas redes sociais também. A gente percebe que elas são leves, atuais, por que? Porque a gente tem esse pessoal mais jovem, que chegou pra oxigenar. Eu acho importantíssimo, foi importantíssima a contratação dos estagiários.

Você acha que eles são capacitados para substituírem aqueles profissionais que estão há tanto tempo no mercado?

Eu acho que eles são importantíssimos. Eu sou um dinossauro da comunicação. Eu já estou meio velhinha pra isso... mas eu acho que pra esse tipo de atividade específica, a gente precisa dos jovens. A gente precisa dessa vitalidade, dessa coisa fresca que eles trazem, desse tempo deles que é tudo muito rápido, não que a gente não seja... Os dinossauros como eu chamo é claro que a gente tem agilidade no jornalismo, mas eles tem agilidade do que está acontecendo nas redes sociais e é o que a gente precisa pras nossas.

E que importância você acha que tem esses dinossauros dentro das redações?

Tem que ter um pouquinho de cada. Por que você precisa juntar experiência dos mais antigos com esse frescor dos jovens. Não dá pra você fazer uma redação só de dinossauros, nem só de jovens tem que ser desse jeito. Eu acho que existem atividades específicas para quem é mais velho e para quem é mais novo. Porque querendo ou não, por mais que a gente tente se atualizar, não é a mesma coisa.

Hoje em dia o jornalista acaba competindo pela busca do “furo” com muitas pessoas que produzem vídeos de conteúdo nas ruas, através dos smartphones. Como você acha que o jornalista vai sobreviver a isso?

Vai, por que o jornalismo vem se reinventando. E sempre vai ter aquela coisa de por mais que você tenha um furo, que qualquer um pode dar hoje em dia, a pessoa fica esperando dar no jornal Nacional, ou então sair um portal conhecido, então eu acho que o jornalismo não vai morrer, mas eu acho que a gente precisa se reinventar pronto. A gente já viu a morte do jornalismo impresso, a migração dos portais... Eu me lembro há 56 anos atrás, mas até acho que uns oito anos atrás, era quase impossível você imaginar um portal se sustentando, era uma coisa muito amadora. Hoje em dia não. Você vê que as empresas estão migrando o jornal impresso para internet, então é a reinvenção do jornalismo. O jornalismo nunca vai acabar porque você precisa de pessoas capacitadas para dar as notícias, por mais que você receba um furo no WhatsApp, mas você sempre vai querer a confirmação de alguém que você acha que tem credibilidade.

Quais os pontos positivos e negativos que você vê nessa nova realidade?

O ponto positivo é a gente garantir o nosso emprego. Do jeito que anda o mercado, a gente precisa também entender o mercado. Não é só pra você pensar no seu umbigo e dizer: “ai meu Deus, eu vou ter que trabalhar mais”. Claro! A gente sabe que as empresas estão faturando menos, se tem uma crise generalizada no jornalismo então não dá pra você pensar que vai fazer só aquilo. Pronto. Então eu sempre digo assim: olha, no meu horário, o que me botar pra fazer eu vou fazer! se me botar pra varrer o chão, beleza, eu vou varrer numa boa. Eu estou sendo paga pra trabalhar naquele horário, eu não estou sendo paga só pra ser apresentadora, eu estou sendo paga pra ser funcionária da emissora. Então o que me botar pra fazer, eu vou fazer! Porque a gente também tem que pensar nisso, não adianta você pensar só na questão do empregado, você tem que ter noção também do geral, da empresa. E o ponto negativo? A sobrecarga, porque querendo ou não, em algum momento alguma coisa pode falhar dependendo do tamanho das atividades que você vai estar fazendo. Mas isso é uma coisa que você tem, porque não existe jornalista que trabalhe pouco, não existe jornalista que não tem hora extra, não existe jornalista que não trabalhe feriado. Quando você assina lá no vestibular que vai ser jornalista, e eu digo muito isso pra quem é mais jovem, eu sempre digo isso pra quem fala “ah eu quero ser jornalistas” olhe se prepare para ter uma vida difícil. Não vai ser só cumprir a hora funcionário público, nunca! Então quem entra no jornalismo tem que estar

preparado pro que der e vier e se preparar para ter uma vida de trabalho puxada, nunca vai ser fácil.

- Editor C - grupo I:

Como é sua rotina de trabalho? Você trabalha dentro e fora da redação?

Não, é dentro da redação. Agora os contatos a gente sempre tem que fazer todos os dias com as assessorias. Como eu sou editor de esportes, então eu sempre mantenho contato com as assessorias dos times e a gente também faz a pesquisa nos sites de notícias de esportes e também procura fazer o trabalho... Pautar as matérias para o dia a dia, mas é basicamente isso.

Como foi quando o núcleo de redes sociais chegou na redação? Quais as mudanças que você percebeu no ambiente da redação, nos profissionais, com a inserção dessas novas tecnologias?

É... Realmente se percebe uma mudança com relação à... por um lado facilitou, a questão de você produzir matérias, a questão da interação com os telespectadores também, isso ficou evidente... e também notou-se a interação entre os profissionais na própria redação. Porque hoje em dia, com as redes sociais, praticamente toda hora você está com a informação ali, no seu celular, isso aí acho que foi a mudança maior.

Você é do tempo que a TV ainda era monoplatформа, era só televisão, e aí depois virou multi plataforma, você sentiu alguma dificuldade nessa adaptação? Dumont no plataforma para o multi plataforma?

Não a gente sente aquela diferença, mas com pouco tempo você também vai entrando nesse mundo e vai achando as facilidades, com essa interação, o imediatismo de toda informação

Mas pra você, como jornalista, o que você sentiu de maior dificuldade nesse processo?

Algumas ferramentas que eu ainda não me acostumei, para interagir. Eu uso muito o WhatsApp... mas aí outras plataformas, outras redes - como Instagram - já é mais reduzido. Basicamente é o WhatsApp mesmo que a gente explora mais... Tanto para os telespectadores

que mandam mais sugestões, participações, como a gente também com outros profissionais de imprensa e com a parte dos clubes de assessoria.

Hoje em dia todo mundo pratica “atos de jornalismo” na rua, não precisa necessariamente ter um título de jornalista para publicar conteúdo em uma rede social, fazer um pouco do que faz a televisão, você acha que é importante ter o diploma para atuar como jornalista? Ou hoje em dia com essa facilidade não é mais necessário?

Não, eu acho que seja necessário. Eu acho que com a preparação que você tem, como a gente teve na universidade, você tem que ter uma bagagem que você vai adquirindo e com o seu trabalho você também vai complementando. Todo mundo com celular hoje em dia vira um jornalista, mas aí é aquela coisa popularizou-se muito a questão de vídeo de áudio de todo mundo querer ser um repórter, mas eu acho importante você ter uma formação. É aquela coisa, você vai tendo a formação, você vai caminhando pelo lado correto profissional mesmo. É a questão ética e até em relação às Fake News, que hoje em dia qualquer um bota alguma coisa nas redes sociais e vira notícia né, quer dizer tudo isso aí eu acho que tem que ter para preparação do jornalista profissional para evitar esse tipo de coisa.

Você recebeu algum tipo de capacitação/treinamento de algum tipo dessa migração para multiplataforma?

Não, só mais o pessoal que foi determinado para trabalhar com essa parte: os estagiários e os jornalistas que trabalham com a parte de rede sociais, a partir de portal. A gente foi aprendendo no dia dia, com as inovações que foram chegando.

Fora do ambiente de trabalho você sente a necessidade de procurar por essa capacitação?

Eu já pensei, mas assim, estou até em falta comigo mesmo, para me capacitar muito para esse lado... Mas aí até o momento foi por falta mesmo de tempo e às vezes até de interesse para fazer esse tipo de capacitação.

De que forma você avalia esta exigência do mercado hoje em dia para que o jornalista seja polivalente, desempenhando várias funções para múltiplos canais?

É realmente a inovação que veio. Eu sou do tempo ainda do jornal impresso. Hoje em dia a gente tem que partir mesmo pra esse lado, que é o lado que o mercado requer. Você realmente tem que estar preparado. Porque hoje em dia tudo está sendo através de redes sociais, através do celular... Hoje em dia a televisão você vê aí, grandes redes fazendo reportagem com o celular, não depende mais de um cinegrafista. O próprio jornalista está com celular e faz uma entrevista, faz um vídeo e você tem que estar atento sobre essas situações.

Para o jornalista, desempenhar essas funções dentro da carga horária que já existia antes, desempenhando várias funções, você acha positivo ou negativo?

Eu acho que é negativo, porque você se sobrecarrega. Você já tinha aquelas funções que você exercia naquele tempo e vai chegando mais coisa, todo dia é uma inovação. Sempre coisas muito rápidas e você acha que fica sobrecarregado principalmente com essa exigência de você ser polivalente, com vários tipos de plataforma. Hoje em dia, a gente também percebe que a redação está ficando mais jovem... cada vez mais estagiários, jovens aprendiz.

Qual a sua opinião sobre essa redação que fica mais jovem em detrimento dessas pessoas mais experientes do jornalismo nas redações?

É uma questão assim... a juventude está cada vez mais chegando no mercado de trabalho encontrando menos espaço. A gente vê realmente mais estagiários, que já começaram nessa fase atual, que não teve aquela preparação que a gente teve antes. Mas por um lado eu acho positivo, só que é aquela coisa cada vez mais o mercado de trabalho vai se reduzindo e as empresas também vão dando mais chances para os estagiários. Na minha época mesmo quase não havia espaço para estágio.

Como é que você vê dentro dessa realidade? Quem é esse jornalista do amanhã pra você?

Eu acho que esse pessoal hoje em dia, que está se formando, que está aí no mercado, que vai ser esse jornalista do amanhã, ele vai estar nessa velocidade que é hoje em dia das redes sociais. Só que eu também vejo que por um lado falta um pouco, assim, talvez de qualidade

no jornalismo. Por conta disso, por conta desse imediatismo, qualquer coisa vira uma notícia, qualquer fofoca você coloca ali nas redes sociais, então isso vai tirando a qualidade certamente.

- Chefe de redação / editor(a) A - grupo 1

Você lida no dia a dia com o trabalho multiplataforma? De que forma você faz isso?

Através do recebimento de vídeos, de fotos, da interação com o próprio telespectador, que nos passa informações, que acompanha nosso trabalho e acaba complementando também e até sugerindo as pautas. Isso passa a ser uma rotina diária do nosso trabalho aqui. Nós temos uma situação de trabalho, ou seja uma discussão do que nós vamos fazer durante o dia, no entanto, na metade desse dia tudo pode ser modificado. Tudo que foi discutido pode ser modificado, porque aí surgem as demandas da população e essas demandas vêm através de vídeos, através de fotos, através de ligações telefônicas, através das redes sociais, algum recado e até mesmo através de uma ligação telefônica...Que a gente ainda pouco usar o telefone, mas o telefone ainda serve para ligar, as pessoas ligam sim e nos passam informações. Então o trabalho ou é complementado ou é modificado totalmente a partir desse processo interativo com o telespectador.

Você veio de uma geração do jornalismo monoplatforma. Como foi se adaptar a essa realidade de trabalhar em conjunto para vários veículos, pensando em conteúdos para multiplataformas? Qual dificuldade mais sentiu nesse processo?

Foi justamente me adaptar a essa nova realidade. Eu venho de um período, de uma época, que nós não tínhamos isso... Nós tínhamos o computador e assim mesmo era um número de máquinas limitado, para uma equipe específica e aí a gente passou a ter acesso a um número maior de máquinas, ou seja, nós tivemos uma redação mais estruturada... E aí vieram as redes sociais, vieram as comunicações totalmente diferenciadas, então eu precisei me adaptar, eu precisei conhecer, eu precisei ouvir, eu precisei pesquisar, precisei estudar e eu precisei colocar também a mão na massa. Errar pra poder acertar. Pelo menos esse foi meu grande objetivo e aos poucos eu venho conseguindo isso.

A empresa ofereceu algum tipo de curso ou suporte para que você pudesse ser essa pessoa polivalente no ambiente multiplataforma? Ou você buscou esse conhecimento por conta própria?

Na verdade eu estou buscando ainda esse conhecimento. Não houve esse suporte. Eu sou uma curiosa, nata, e procurei descobrir como é, procurei estudar, estou fazendo isso através de uma pós-graduação e tem também o apoio de quem está chegando na emissora, de pessoas novas, de estagiários, inclusive de jovens aprendizes que me ensinam bastante. Junta a minha curiosidade, minha vontade de aprender e a boa vontade desse conhecimento deles que tem me auxiliado no dia a dia. Na verdade é uma junção de trabalho em equipe, não que houvesse uma estrutura por parte da empresa, essa estrutura está sendo buscada está sendo buscada por mim.

Como chefe de reportagem qual o perfil que você procura no profissional que trabalha aqui na redação? Quais as exigências?

Multifacetado. (Risos) Multifacetado também, mas vem a questão também não só do saber, mas também do parceiro, do comunicador, daquela pessoa interessada Informar o telespectador e ao mesmo tempo formar também. Não adianta a gente só jogar conteúdo, mas a gente precisa também formar o telespectador, afinal de contas é uma troca mútua de experiências. Eles nos dão experiência e a gente passa nossa experiência também. Tem um processo educativo também, não é só de informação, eu busco no profissional esse perfil: o parceiro, esforçado, pessoa que se doa, aquela que busca a melhor informação, e da melhor forma possível.

Como é feito o acompanhamento das pautas, do que vira notícia e da delegação de funções para cada funcionário?

No dia a dia é todo mundo junto. Não tem como, pela nossa demanda, pelo número de programas que nós temos e pelo número de profissionais que nós temos também, não tem como a gente dividir. Então a reunião do que vamos trabalhar no dia, na TV aberta vai também diretamente para as redes sociais. Claro que com a linguagem um tanto quanto diferenciada, pelo menos esse é o nosso esforço também para atender aquele público. Mas aquele público que está nas redes sociais, ele é o nosso público da TV aberta. O que a gente

tenta é dar uma modificada na linguagem, mas aí é o mesmo conteúdo e que muita das vezes esse conteúdo não parte de nós, mas sim do próprio telespectador.

Essa integração tem surtido efeito positivo na televisão?

Muito. Muito, haja vista as pesquisas do Ibope que foram feitas nos últimos anos, últimos 4 ou 3. Recentemente nós ficamos em primeiro lugar nesse horário da tarde, a partir das 11h00 até o final da tarde, juntando a programação local com a programação nacional, enfim, então foi a resposta que nós tivemos do trabalho que a gente vem realizando. Então a junção de toda equipe da televisão, equipe das redes sociais com o OP9 também, que acabou nos levando a esse resultado positivo.

Trouxe também algum resultado negativo para o desempenho da função do profissional?

Não. Não vejo por esse caminho, pelo contrário, eu vejo como aprendizado. Agora é um esforço tremendo para mim, que é o esforço de conhecer algo que eu ainda não sei totalmente e algumas coisas continua ainda sem saber. Ainda estou nessa busca, mas assim no final foi positivo. Está sendo positivo. Agora eu estou no caminho, ainda, do processo de aprendizagem.

O Jornalista vive uma realidade onde as pessoas na rua podem fazer um ao vivo (uma live), dar um “furo na televisão”, enfim... as pessoas muitas vezes não tem formação jornalística, mas produzem conteúdo. Como você acredita que o profissional que trabalha na televisão e nesse meio pode se manter no mercado diante dessa concorrência?

Eu acredito que sempre trabalhando um conteúdo não só informativo, como eu falei anteriormente, mais educativo também, de orientação e de construção de uma sociedade diferenciada, de uma sociedade melhor. Eu posso fazer um vídeo, eu posso não ter uma estrutura jornalística para preparar o material e enviar para as emissoras de comunicação, mas ao mesmo tempo se eu faço isso estruturado, com conteúdo, buscando as fontes especializadas e trazendo algo que vai mudar pra melhor a sociedade, eu acredito que eu não vou perder essa corrida pras pessoas que simplesmente ligam o celular e fazem um vídeo e jogam nas redes sociais. Porque isso passa muito rápido. Tudo jornalístico, se é conteúdo de

televisão passa rápido, imagino esse tipo de material. Ele passa mais rapidamente ainda. Então a qualidade vai sempre fazer diferença, eu ainda acredito nisso.

Você acha que para o jornalista desempenhar sua função é necessário diploma ou não?

Acredito, sim. E quando eu falo diploma não é só um pedaço de papel não, com o seu nome lá embaixo não. Eu acredito no aprender. O aluno tem que aprender. Agora eu sempre digo em todo canto isso, já disse em sala de aula, em palestra, digo isso aqui na redação da emissora: o aluno saber a partir do conteúdo, mas também de entender como esse conteúdo é processado no dia a dia. Infelizmente a gente se depara com alguns alunos que eu digo assim, entre aspas “ele saem nus das instituições de ensino” e sofrem no mercado de trabalho. Por que alguns professores da academia, não sei por que cargas d’água, não preparar o estudante para o mercado de trabalho. Eles apanham, eles são inteligentes, eles são competitivos no mercado, mas eles não sabem como colocar aquele aprendizado no dia a dia a serviço da população, serviço de si próprio, como ganhar com aquilo. Porque ele não sabe qual é a estrutura de mercado. Como é que funciona uma emissora de comunicação seja a televisão, rádio, um portal, não sabe. Porque isso não é preparado. Nós estamos muito ainda, eu acredito, muito nos livros e numa realidade que ainda não é nossa, particularmente da região Nordeste.

- Repórter A - grupo I:

Como é feito o teu trabalho com a presença das novas tecnologias, como você utiliza isso na sessão do seu trabalho?

Bem, a gente ainda se apega muito às tecnologias um pouco mais antigas, eu diria assim, trabalhar ainda muito com o microfone com a câmera tradicional e tudo. Só que de toda forma, a gente tem hoje as redes sociais na emissora. Muitas vezes pode ser que não dê tempo de chegar com o material que foi feito na câmera, aí é quando a gente recorre às redes sociais e ao celular que é, tipo assim, um principal aparelho móvel que eu utilizo no momento. Então acontece de algumas vezes a gente está numa determinada localidade, sabe que não vai conseguir chegar a tempo na emissora para editar material, para enviar, para trazer o cartão de memória, então a gente envia pelo celular. Então às vezes acontece de fazer um stand-up pelo

celular, fazer uma chamada, fazer alguma filmagem lá no momento, uma direta descrevendo aquela situação e enviar via celular, porque fica bem mais rápido. Às vezes acontece de eles pedirem, você está trabalhando num horário que você está produzindo material próximo do horário de exibição e pedem pra você gravar uma chamada: “grava uma chamada, mande pra gente, porque a gente já joga no programa anterior“. Principalmente entre a manhã, que a gente tem uma programação aqui que é bem no horário do almoço. Está trabalhando de manhã? Manda uma chamada pra passar no programa de 11h30 para o material que eu estou produzindo que vai ser exibido no programa de meio dia e assim vai. E o pessoal das redes sociais também cobra muito da gente. Cada vez mais acontece aqui na empresa, de sempre que tiver reuniões, sempre que acontece em reuniões, solicitar a colaboração dos repórteres no sentido de produzir material para as mídias sociais. Então a chamadinha, um story, um videozinho, uma foto, mostrando o cotidiano dos repórteres, de forma a jogar isso nas redes sociais e deixar o internauta mais próximo do nosso cotidiano na rua. Eles estão sempre pedindo. Então quem não produz está sempre sendo cobrado a está produzindo algum material nesse sentido das redes sociais da emissora.

Quando você entrou na emissora, a redação já era integrada ou não? Ainda não depois que se tornou. E ainda tem isso, que eu não estava lembrada.

O que é que você sentiu de mudança no ambiente de trabalho e no desempenho do trabalho em si depois dessa integração?

De certa forma convivo pouco no ambiente de redação, porque eu estou sempre na rua. Agora na rua acontece muito do pessoal do próprio portal pedir um apoio, pedir uma força. Porque às vezes o pessoal está aqui trabalhando na redação do portal e eu estou em loco e aí dizem: “e aí? Você tem alguma informação? Manda alguma coisa pra mim que tu tiver, manda uma foto que eu já aposto aqui no portal.”. Então meio que a gente trabalha colaborando, assim colaborativo. Ou às vezes assim até o próprio pessoal do portal está com mais informação do que eu que estou na rua e manda de volta, em trabalhar realmente muito integrado.

Você sentiu alguma dificuldade nessa transição da realidade monoplataforma para o multiplataforma?

Dá uma dificuldadezinha pra dar conta. Porque antes você tinha a função de fazer pra TV e aí agora não, toda vez que geralmente acontece, principalmente factual, uma coisa mais forte que preciso jogar na internet, aí acaba que eu tenho que lembrar de mais coisas. Porque além de lembrar de pedir as imagens necessárias para minha matéria, de fazer as perguntas necessárias para minha matéria, eu tenho que lembrar de fazer foto para ajudar a galera do portal, tenho que digitar algumas informações para mandar com mais celeridade do que o meu próprio *off*. Porque eu tenho que mandar antes de terminar o meu *off*, que eu vou fazer com mais calma e com mais concentração. Tenho que produzir uma chamada pra mandar pras redes sociais. Então você fica com mais coisas do que antes... Mas assim, a gente tem que se adaptar né? É um novo momento.

A empresa ofereceu algum curso/aparato para você se capacitar nessa nova realidade?

Não. Aqui meio que foi no “vai”. (Risos).

E fora daqui, você procurou alguma capacitação? Algum curso extra?

No momento estou fazendo uma especialização, na área de telejornalismo, e dentro da especialização a gente percebe que tem muitas disciplinas voltadas para essa questão, de jornalismo multiplataforma. A gente produz muita matéria pelo celular e tal, realmente algo que o pessoal está introduzindo bastante nas salas de aula.

Nessa realidade que o jornalista acaba muitas vezes competindo na rua com outras pessoas que produzem conteúdo pelo celular, onde antes do repórter chegar ao local já tem informação circulando, como você acha que o jornalismo e o jornalista vão sobreviver a essa realidade? De que forma você vê esse futuro?

Eu não sei bem hoje, assim... Eu não parei pra pensar no futuro. O que eu vejo no momento é que realmente tem uma velocidade maior de divulgação da informação. Por exemplo, o material que eu estou produzindo agora a noite pra ir ao ar amanhã ao meio-dia, ele já está no ar agora a noite pras pessoas acompanharem via internet. Só que muita gente também não dá credibilidade, porque as vezes material vem de qualquer forma, quem joga as vezes na internet não tem a capacitação de fazer a checagem devida das informações, de forma mais correta... e aí eu vejo que acontece, em muitas, as tais “barrigadas”. Porque naquela ânsia de

jogar informação em primeira mão, acaba acontecendo de jogar sem checagem. Tem muitos Blogs que a gente vê que acaba passando muitos erros e a TV ainda mantém, assim, a sua credibilidade. Alguns portais que divulgam depois, demora mais um pouquinho pra divulgar, mas vem com informação correta, ainda tem mais um pouco de credibilidade do que essas pessoas que jogam na internet de qualquer jeito.

Você acha que para a profissão, nesse contexto, é fundamental ter diploma?

Eu acho que é importante sim. Qualquer profissão que se deve exercer. O médico é o médico, um curandeiro é um curandeiro, embora ele saiba como tratar algumas doenças... Então assim, pra mim o jornalista tem que ter formação. E acredito inclusive que os cursos de jornalismo devem prezar mais por ensinar melhor aos alunos o que é o batente, o que é o dia a dia. Porque tem coisas que realmente a gente só acaba compreendendo quando vai pra rua.

Quais os pontos negativos e positivos que você vê nesse trabalho do jornalista multiplataforma e polivalente?

Ponto positivo é que realmente a gente se transforma num profissional polivalente, a gente desenvolve a capacidade de saber mais, de não ficar ali fechado uma função só. Quando realmente há necessidade de se fazer um pouco mais, você vê um profissional perdido por que não consegue. A partir do momento que é cobrado de nós saber de tudo um pouco, a gente se torna um profissional mais completo. Agora, a dificuldade maior é realmente a sobrecarga, que uma hora pode acontecer e a pessoa acabar não conseguindo exercer a função com uma certa excelência... Porque aí são tantas funções, que em algum momento você pode errar, deixar a desejar em alguma dessas funções e acaba ocorrendo algum tipo de problema. Acho que é um processo adaptação também né?

Você tem algum emprego fora esse? Não, no momento não.

As redações estão cada vez mais rejuvenescidas, com a presença de muitos jovens, de que forma você analisa esse cenário?

Eu acho que principalmente nesse momento de transição é importante ter um equilíbrio. Porque o pessoal que vem do multi também tem algumas coisas que eles precisam aprender

das antigas. Então, principalmente nesse momento, agora é importante ter esse equilíbrio, de ter uma galera mais antiga, que sabe como as coisas funcionavam até um tempo atrás, ocorrendo esse intercâmbio, essa troca. Porque o momento também é da atualização de quem está na área há mais tempo, precisa se atualizar para esse novo momento, e quem vem agora também tem que saber de onde jornalismo vem, saber suas origens e não achar que tudo foi posto como está assim agora. É importante também saber o seu histórico, as suas origens, de onde veio, pra gente jogar nesse momento. Acho que tem que haver esse intercâmbio sim.

- Repórter B - Grupo 1:

Você tem outro emprego fora aqui?

Eu trabalho, sou funcionário público e também trabalho com meu blog renatodiniz.com. Eu tento conciliar... A noite, pela manhã logo cedo, onde der pra atualizar o blog eu estou atualizando.

Como é seu trabalho no dia a dia na TV?

Mais na externa... Ai assim, por exemplo, como eu chego aqui por volta de 6h20 da manhã, aí eu dou uma geral na área, nos contatos da área policial, nas fontes.

Você faz uso de aplicativos e redes sociais na sua rotina?

Redes sociais, aplicativos... A partir daí, eu já tenho ideia/noção do que vou fazer na rua. Tenho também o contato do pessoal da produção e vou a central de polícia também, escuto rádio logo pela manhã para me basear na área que estou mais ligado que a policial.

Por que você decidiu investir em um blog além do jornalismo tradicional?

Eu creio que futuramente a gente vai ter... Aliás hoje já, as redes sociais, a internet ela já domina né? e acredito que a gente tem um pouco mais de liberdade de escrever o que pensar, escrever o que quer. A maioria das pessoas não é dona de um meio de comunicação, de uma televisão, de um rádio, de um jornal... E automaticamente parte para o seu campo. Eu penso

assim, pelo futuro, que já estamos vivendo ele, e as redes sociais é de fato o que vem pela frente. Não tem como escolher, não tem escapatória, e a gente tem que estar ligado.

Você trabalha na redação desde antes de existir o núcleo de mídia sociais digitais, na época que a TV era o único veículo. Quais mudanças você percebeu dentro da redação depois da implantação desses novos meios?

A gente teve que correr, se adaptar e se adequar a essa loucura, que ao mesmo tempo é uma fonte de informação imprescindível pra gente. A mudança foi radical. É uma coisa ultra moderna. A gente vivia no tempo das cavernas e depois das redes sociais a gente entrou no moderno, mais ou menos isso.

O que é que você sentiu de maior dificuldade nessa transição?

Bom, eu acho que pra você se adaptar rapidamente é muito complicado. Você acha que eu estou ali, talvez não seja o futuro... “não, é passageiro“, muita gente pensa assim.... Mas depois a coisa foi tão louca, foi tudo tão rápido que, por exemplo, a gente teve que tomar muito cuidado em filtrar o que é informação verídica e o que é Fake. Isso aí a gente sente uma certa dificuldade no início. Mas assim, com a modernidade, com novos aplicativos, com certas coisas que apareceram aí, a gente também se perdeu um pouco e teve que se adaptar.

Hoje em dia o mercado exige que o profissional seja polivalente, você vivencia isso no dia a dia?

Eu sentia essa alteração. No início foi meio complicado, porque eu era um cara só de microfone na mão pra entrevista e depois você teve que se adequar também as redes sociais e entrar nessa situação até pro seu trabalho ser mais visto, ser mais valorizado e você ter que entender que ali, também, as redes sociais elas fazem parte do núcleo que você trabalha. Quer dizer, o meu trabalho é televisão e ela, hoje, não vive sem as redes sociais.

Antigamente o profissional exercia uma única função para um veículo e hoje ele é multiplataforma. De que forma você avalia isso para o profissional? Você acha que foi positivo ou negativo?

Apesar de uma carga complementar, eu acho positivo. Tem gente que não vai, que prefere ficar só por ali mesmo. Mas eu acho que se você ficar só de um lado, você pára no tempo. Hoje você não pode achar que as redes sociais, a internet, tudo isso que está acontecendo, que não pode ser levado em conta não... Muito pelo contrário, é outra história. Se a gente não se adequar, não se adaptar, a gente perde o espaço no mercado de trabalho e a gente não serve mais pra trabalhar e meio de comunicação, mais ou menos isso.

Se você pudesse citar pontos negativos dessa mudança dessa integração? Quais seriam?

Eu acho o seguinte, o ponto negativo de tudo, na minha concepção, é que muitas vezes a notícia ela vai pela metade, ela não está construída totalmente pela verdade. Ela chegou de uma forma muito rápida e sem checagem profunda. Ela não se torna uma notícia concreta, ela não se torna uma notícia valorizada, ela está sempre ali uma coisa muito sem nexos, muito sem sentido e termina se tornando um lado negativo. Eu acho que o grande problema que a gente enfrenta hoje é não haver uma vigilância, algo que possa breca a Fake News... e a notícia não pode ser aquela primeira que se vê hoje. Principalmente hoje, se você achar que aquela primeira informação é verdadeira, você está mergulhando numa notícia provavelmente inverídica e sem muitos detalhes.

Com muita gente com celular na mão, fazendo lives, vídeos, produzindo conteúdo para internet, o que você acha que vai ser do jornalista no amanhã? A perspectiva da profissão?

Para que ele sobreviva a isso ele precisa fazer isso que você acabou de citar: estar com celular na mão, fazendo live, estar fazendo tudo. Se não fizer isso, ele não sobrevive. Por que hoje, a empresa de comunicação automaticamente ela quer um cara extremamente polivalente, que não seja um cara que apenas vem para redação procurar uma notícia, informar. Ele vai ter que fazer tudo. O repórter do futuro, o jornalista do futuro, ele vai ser o editor, o cinegrafista. Não tem muito bicho de sete cabeças... Na verdade, tem que cuidar por aí, é isso.

- Repórter C - grupo I:

Como é seu trabalho hoje na TV?

Dentro e fora da redação. De segunda a sexta dentro da redação, na edição, produção e apresentação do programa tudo de bom e nos finais de semana eu vou para rua fazer reportagem.

Você trabalhava na emissora antes da implementação do núcleo digital. O que é que você sentiu de mudança com a chegada desse meio dentro da dentro da redação?

A primeira coisa foi a interatividade com público. A gente tinha bem menos interatividade e hoje a gente tem muito. Muita interatividade e muita proximidade também. As pessoas se sentem mais próximas da gente, porque a gente tem um tempo de conversar com elas. A gente alcançou um público bem mais jovem também, um público que não assiste televisão, que está só na internet. Então a gente atinge esse público. As pessoas reconhecem a gente também por conta das redes sociais. Acho que as pessoas sentem a gente mais próximas e mais “gente como a gente”. Assim, porque a gente está nas redes sociais, a linguagem é muito mais leve do que a linguagem que a gente leva pra TV e possibilita tudo isso. Fora contar que as pessoas também ajudam muito mais na produção do nosso conteúdo, porque podem mandar vídeo, mandar sugestão, foto e é muito mais rápido do que antes né? Então as pessoas mandam aquilo quando está acontecendo e é mais fácil pro nosso trabalho também essa interação.

Quais são as ferramentas digitais que você mais usa no seu dia a dia?

Aqui na empresa a gente usa o Instagram bastante, que possibilita que a gente produza conteúdos mais da mídia mesmo e o WhatsApp, que é quando o pessoal manda sugestão de reportagem... e o Facebook por conta da live.

Como você procura se manter atualizado diante dessas transformações?

Na verdade a gente teve um curso antes... A gente já tinha as redes sociais da TV, mas era uma coisa bem parada e quando a gente foi movimentar e teve mesmo a ideia de produzir conteúdos específicos para as redes sociais, ter pessoas que façam isso, a gente teve um curso e algumas orientações, mas fora isso eu não fiz nenhum curso com relação às redes sociais não. Até porque tem gente específica que faz esse trabalho aqui na emissora.

O que você acha da inserção dessas novas tecnologias no ambiente de trabalho do jornalista? Quais lados você acha que são positivos e negativos para o profissional?

Negativos, eu acho que a questão da Fake News. Porque chega muito conteúdo pra gente, de forma muito rápida e as pessoas querem que o conteúdo seja verificado de forma muito rápida. Elas querem saber tudo de forma instantânea, então o perigo do nosso trabalho é isso: a Fake News. E as possibilidades são inúmeras: a interatividade, a proximidade com o público, o fato do conteúdo chegar muito mais rápido pra gente... Então, teve um acidente, as pessoas mandam imagens pra gente. Um crime e qualquer outra coisa, as pessoas vão mandar essa imagem e vai chegar muito mais rápido pra gente o que possibilita que a gente confirme informação muito mais rápido. Então eu acho que é uma via de duas mãos.

Como você vê o papel do jornalista diante dessa possibilidade de muitas pessoas produzirem conteúdo, em qualquer lugar, através do celular? Você acha que de certo modo ameaça o profissional que trabalha em televisão?

Acho que não, acho que a nossa profissão tem um desafio claro. Porque hoje em dia qualquer pessoa pode produzir conteúdo, mas eu acho que o diferencial e o que a gente tem que buscar sempre é produzir esse conteúdo com qualidade, buscando a verdade dos dois lados sempre, que é o princípio do jornalismo. Fazer isso gerando credibilidade. As pessoas sempre vão acreditar naquele meio de comunicação que está sempre verificando as informações, que entrega pra ela um conteúdo que ela realmente confia. Então acho que seguindo essa linha o jornalismo vai sempre existir e sempre vai estar muito forte.

Você sentiu alguma dificuldade nessa transição de uso de ferramentas e novas tecnologias no dia dia de trabalho?

Não. A princípio no Facebook a gente sente uma certa dificuldade, porque a gente fica ao vivo durante o intervalo, então assim a gente tem que controlar um pouco que a gente fala, os comentários, porque as pessoas estão sempre de olho ali... Mas fora isso eu acho que não. Tem uma produção, assim, bem legal de conteúdo para as redes sociais.

Como os processos de convergência e multiplataformas alteraram sua rotina de trabalho?

Altera da seguinte forma: eu sempre estou nas redes sociais e sempre que eu estou nas redes sociais eu estou pensando no conteúdo do programa. Principalmente porque o nosso programa tem conteúdos diversos, tem muitas coisas ligadas às redes sociais, então eu estou sempre de olho. Eu passo 5h aqui (na empresa), mas na vinda pra cá, no caminho, eu estou de olho nas redes sociais pra ver o que que tem de novidade, o que é que tem de Même que está bombando, o que tem de informação para usar no programa.

O que você acha dessa exigência de mercado do profissional ser polivalente?

Difícil né? É difícil de cumprir tudo isso, mas acho que infelizmente a gente tem que se modelar a realidade do mercado de trabalho, mesmo que isso represente ser mais complexo no nosso dia-a-dia. É a realidade e a gente tem que ir se adaptando, vai se acostumando.

Como você enxerga o profissional que vai sobreviver no mercado amanhã?

Um vitorioso. (Risos). Na verdade, os resultados reais, como eu disse, facilitam muito nosso trabalho. Aí você imagina o jornalista daqui, décadas atrás, tinha só um telefone fixo para verificar tudo e era tudo mais difícil. Acho que cada época, cada momento da nossa profissão tem uma dificuldade né? Acho que é isso. Você tem que se reformular os profissionais que estão surgindo, já estão nascendo neste meio de várias plataformas, então acho que é ir se adaptando pra tentar sempre está no mercado de trabalho

- Editor(a) B - Grupo I:

Seu trabalho é feito dentro e fora das redações eu só aqui dentro?

Dentro e fora, né? não tem como ser só dentro da redação. A gente que é jornalista na verdade acaba estendendo o mesmo trabalho pra casa ou onde a gente tiver. Porque a informação, a notícia, ela não para. Ela é muito de imediato. Então a gente está em casa, acontece factual e de casa mesmo a gente já começa a preparar o programa, por exemplo, do dia posterior. Desdobramento daquele fato repercussão, o que a gente pode fazer para repercutir aquilo ali que foi notícia hoje, mas que a gente sabe por exemplo que pode ser...não sei, se amanhã vai continuar sendo notícia até durante a semana. Então de repente meu horário de expediente

acaba eu chego em casa, Mas acontece aquele foi factual que dá pra repercutir no outro dia aí eu tenho que realmente que dar continuidade, já pensar nas faltas na entrevista como abordar o tema no dia seguinte. Então não tem como ser só na redação.

Você acompanhou a transição da redação monoplatформа para a multiplataforma?

Eu sou privilegiada né? Porque eu entrei justamente nesse período que a gente estava iniciando o trabalho junto às redes sociais. Quando eu entrei aqui em 2014, cheguei na TV Borborema como estagiária. Eu lembro que o Facebook ele tinha acabado de ser criado e a gente não tinha muito preparo, a gente não sabia por exemplo a linguagem que era usada, a gente fazia meio que um trabalho ainda amador, que a gente não tinha conhecimento do potencial da ferramenta, então a gente estava iniciando descobrindo... Na verdade o benefício até lá, pra outra forma não saberia, nos mostraria. A gente começou a fazer interatividade com os nossos internautas, que na verdade eram os telespectadores que migravam também para as redes sociais, e aí foi um passo muito importante usar o Facebook. E na época eu também tinha o Twitter, que a gente usava no Momento Junino. Assim que eu cheguei, de cara, eu tenho o Facebook e depois a gente criou o Twitter também, com intuito de divulgar o Momento Junino e daí então a gente começou a passar mesmo a usar as redes sociais dentro da nossa rotina.

Você sente alguma dificuldade nessa utilização de novas mídias no teu trabalho?

No início muito! (risos). Porque é como eu disse, como todo trabalho que se inicia, a gente tem o desafio de descobrir. Então era algo novo pra mim. Eu lembro que eu tinha também o meu perfil pessoal, que fazia pouco tempo inclusive que eu tinha feito também, então era dois desafios: Eu não conhecia a ferramenta e eu administrava duas, o meu pessoal no Facebook e o da empresa, que a responsabilidade era ainda maior. E aí eu senti muita dificuldade no início, porque era algo novo pra gente, a gente não sabia bem como usar, mas com tempo a gente foi se adaptando. A plataforma também é muito fácil de se dominar e a interatividade foi muito rápida, de cara a gente já pegou o jeito de como era e deu certo. Mas o início é complicado, foi difícil saber o que é que postava o que não postava, e como é que a gente conseguia acompanhar e receber essa interatividade dos telespectadores internautas, mas no final deu certo.

A empresa fornece ou forneceu algum tipo de treinamento e preparação para o uso dessas plataformas?

Não, a gente não recebeu nenhum treinamento. Foi tudo na base da força de vontade, da curiosidade, do desejo de implantar e de se integrar nesse meio. Não tinha como ficar de fora. Acho que foi algo que veio de forma natural, mesmo sem ter essa estrutura e treinamento. A gente meio que meteu a cara e colocou mesmo adiante o trabalho. Posteriormente a gente até viu alguma coisa aqui dentro da empresa, mas muitos anos depois e algo muito rápido. Não foi um treinamento em si, foi na base da força de vontade mesmo e da curiosidade. A gente criou, fez, foi lá e deu certo.

Quais mudanças você sente no ambiente da redação depois da introdução desse núcleo digital?

Bom, no início também foi difícil. Porque assim, a gente sabe que a TV borborema é uma TV muito antiga. Foi a primeira do interior do Norte/Nordeste e por ser uma televisão muito antiga, existem ainda aqueles primeiros funcionários, que não estavam tão acostumados e adaptados a essa era digital, da tecnologia e das redes sociais. Então para essas pessoas eu acho que foi mais complicado ver essa galera jovem chegando, esse núcleo específico de redes sociais, e ficar meio que perdido “ah mas o que é que eles estão fazendo, pra que é isso,?” Então foi meio que difícil no início de se acostumar, entre entender que aquilo ali era necessário, que a gente também tinha que contribuir com o núcleo das redes sociais. Porque é um trabalho em conjunto, eles divulgam muito o nosso trabalho, as editorias das matérias, de cada programa. Então é uma ajuda, acaba vindo pra somar. A gente precisa deles, a partir do momento que eles também precisam de nós. Então até que se chegasse a esse entendimento, foi um pouquinho difícil também no início, para o próprio clima na redação, pras pessoas entenderem que aquilo ali era um trabalho sério. Mas aí hoje já tá todo mundo adaptado, todo mundo já acostumado, todo mundo entende o trabalho, até contribuir e participar dando ideias também para o pessoal das redes sociais e é um trabalho em conjunto hoje e vice-versa mas no início foi difícil sim.

O que você acha da inserção dessas tecnologias no jornalismo?

A gente hoje não tem como fugir disso. As mídias sociais, elas tem um papel fundamental dentro do jornalismo, pois elas ajudam a pautar os programas, a medir o que os telespectadores internautas, quem está do outro lado, o que está achando da nossa programação. Então é a forma direta de interatividade entre quem está do outro lado da tela e a gente. As redes sociais têm esse papel fundamental na importância de divulgar, potencializar nossa audiência, de levar pras pessoas o nosso trabalho, o nosso conteúdo, às nossas reportagens, sendo de fundamental importância. Por que sem as redes sociais a gente não teria essa interatividade tão grande que a gente tem com os telespectadores. Fora que a gente vive hoje no mundo em que é impossível não ter rede social, impossível não fazer uso da internet. Então a gente também como jornalista não teria como ficar de fora. É o mercado, é a tendência de cada vez mais o jornalismo com as redes sociais e mídias sociais.

Você enxerga algum ponto negativo nessa realidade?

Ponto negativo sempre existe, mas no geral eu acho que ela vem mais pra somar. Só questão das redes sociais, desse grupo de mídia sociais dentro da empresa, ela vem mais pra somar mesmo. Porque através disso a gente recebe muitas... Eu mesmo, que sou diretora de um programa, eu posso dizer sem medo, que pelo menos 60% do nosso conteúdo ele é gerado através de pautas que chegam pra gente via rede social, através do Facebook, através de Instagram, através do WhatsApp. 60% do nosso conteúdo, da nossa grade de programação, ela é gerada através de sugestões dos nossos telespectadores e essas sugestões elas chegam justamente através das redes sociais. Elas são um canal que o telespectador tem pra chegar até a gente. Eu não enxergo muito lado negativo não, enxergo esse lado positivo mesmo.

Como é que você enxerga o futuro da profissão em televisão? Qual você acha que é o caminho para a manutenção do profissional no mercado de trabalho?

Eu acho que a tendência é essa integração com a rede social, aumenta cada vez mais. Na verdade, a gente já vê que é uma interação muito grande. O apresentador está lá fazendo programa, mas o programa está sendo transmitido ao vivo via Facebook, então quem está no trabalho, no trânsito, quem está na escola, quem está em casa, não precisa necessariamente da televisão para assistir televisão. Se ele tiver o celular, através da plataforma, do aplicativo do Facebook, ele acompanha o programa de onde ele estiver. Se você perdeu o programa, você

chega em casa e entra no nosso Facebook: o programa está lá, disponível pra você. Então você não precisa mais assistir televisão naquele horário, naquele programa, seu programa favorito estar no ar. Então, hoje em dia, eu acho que já existe muito essa dependência da televisão com a rede social. Ela está influenciando muito na questão dos programas de televisão, então acho que a tendência é aumentar cada vez mais, não dá pra fugir disso não.

Muitas pessoas produzem conteúdo através das redes sociais e muitas vezes divulgam a informação antes do jornalista, você acha que a profissão vai sobreviver a essa realidade? de que forma?

Eu acho que ela sobrevive. Eu acho que a televisão, ela tem que aproveitar essa parte que a rede social proporciona. Como você bem falou, as pessoas que hoje são repórteres de rua, inclusive na Hora do Povo a gente tem um quadro que é “seja um repórter da sua rua” e a pessoa mesmo faz um vídeo, narrando a situação do seu bairro, da sua rua e manda pra gente colocar no ar. Ali a pessoa está fazendo o papel da televisão, ela está fazendo a cobrança, ela está mostrando fato, ela está chamando atenção da autoridade, está fazendo tudo na verdade que o repórter tinha que ter ido pra fazer, ela faz. Mas aí, a televisão ela filtra, ela checa informação junto com a pessoa “a situação ainda está assim? Por que é que ela está assim?”, a gente vai em busca do poder público, a gente não só joga o que chega, mas a gente também escuta o outro lado. O telespectador mandou, mas a gente vai saber com o poder público por que aquela rua ainda está daquele jeito, se existe um estudo, se existe um plano para calçamento pavimentação daquela rua. Então eu acho que a profissão e a televisão continuam existindo sim. Mesmo com esse aumento de pessoas onde cada um pode fazer através das redes sociais a sua divulgação, mas a televisão é importante sim porque ela checa, ela tem um cuidado com a veracidade dos fatos, para poder botar no ar. Então é um trabalho que é feito com responsabilidade

- Editor D - Grupo I:

Você presenciou essa inserção do núcleo de redes sociais dentro da redação. O que você acha que mudou?

Quando eu cheguei aqui, há quatro anos, foi exatamente quando implantaram esse novo projeto do Sistema Opinião. Foi quando eu vim pra assumir a editoria de um programa. Então foi justamente nesse período que se criou esse núcleo de redes sociais e a TV passou a investir mais nessa questão da internet. Assim, o que eu percebo, eu já tive experiência anterior aqui na TV borborema... é que as redes sociais elas ajudaram muito a impulsionar a nossa conquista no ibope né, que a gente conquistou o primeiro lugar, em apenas dois anos a gente conseguiu e eu acho que o Facebook e as transmissões ao vivo pelo Facebook, pelo Instagram, ajudaram bastante nessa popularização ainda mais da TV borborema, no alcance das pessoas, de um novo público. A TV sempre teve um público muito popular, mais das classes D e E, e eu acho que através das redes sociais a gente conseguiu ampliar o público. A gente não tem como mensurar isso cientificamente, mas a gente percebe pelos nossos resultados nas redes sociais.

Você sentiu alguma dificuldade no seu trabalho diante da inserção dessas novas ferramentas e desse núcleo?

Não, eu particularmente não tive, pelo contrário, eu acho que me ajudou bastante no meu trabalho. Principalmente no que diz respeito ao meu programa, porque eu acabo utilizando nossa transmissão da live do Facebook como uma forma de medir a nossa audiência. Porque assim, quando a gente está com conteúdo no ar, na televisão, que agrada, a audiência sobe no Facebook. Eu acompanho o programa todo, eu assisto, fico dirigindo o programa e acompanhando a audiência do Facebook, que pra mim serve como termômetro. Porque a partir do momento que a audiência vai subindo no Facebook é sinal que aquilo ali está rendendo audiência também na televisão, eu acredito. É tanto que muitas vezes quando o apresentador fala e pede pra compartilhar a gente percebe que na mesma hora aumenta a audiência do Facebook, ou seja, as pessoas estão assistindo na TV e também estão conectadas na internet acredito.

Você passou por algum curso de capacitação na empresa ou buscou conhecimento por fora? Não, sempre busquei por fora. Aqui não teve treinamento, pelo menos enquanto estou aqui há quatro anos nunca teve. No início teve apenas uma palestra, veio um diretor aí do sistema e fez uma palestra aqui na redação, foi a única coisa que teve desde que eu estou aqui.

Você possui outro emprego fora aqui?

Possuo sim.

Por qual motivo? O que seria?

Não, eu atualizo um portal de notícias e também faço panfletos e fico atualizando as redes sociais. É uma forma de garantir uma renda extra mesmo. Eu trabalho Home Office, em casa, à noite, então é uma coisa que não toma muito meu tempo porque eu estou em casa e acaba aliando para reforçar a renda.

Seu trabalho na emissora é só interno também externo? Você costuma trabalhar só dentro do seu expediente ou fora dele?

Não. Meu trabalho é só interno mesmo. Como eu sou editor de texto e dirijo o programa, eu não saio da redação durante o expediente. É todo interno mesmo.

Sua carga horária de coisas produtivas para televisão acaba quando você sai da redação ou não?

Não. Assim como eu disse, depois de criar um WhatsApp a gente trabalha quase 24h. Principalmente a minha função porque eu tenho que estar sempre ligado no que está acontecendo na área policial, no factual. Então eu estou ligado o dia todo, eu estou em casa, mas eu estou acompanhando grupo de WhatsApp, Facebook, Instagram, pra ver o que está acontecendo na cidade e fico repassando pra quem está na redação à tarde, para produção. Então acabo também me envolvendo em casa, fora da empresa.

Que pontos positivos e negativos você poderia citar sobre essa nova realidade da inserção de novas mídias e do meio multiplataforma no jornalismo?

Os pontos positivos pra gente, enquanto TV borborema, é que o alcance da audiência aumentou. A questão da facilidade do contato fonte reportagem. Porque assim, a questão da agilidade hoje a gente consegue praticamente produzir uma matéria com conteúdo vindo pelo celular, pelo WhatsApp, também no Facebook. Nessa questão da agilidade da fonte da reportagem, também a questão de conteúdo, porque a maioria das pautas hoje chega na

redação através das redes sociais. Bem diferente de antes, quando não existiam as redes sociais. Quando eu trabalhava no impresso, a gente dependia sempre do telefone, tudo através de telefone e hoje não. A gente usa o telefone quando é necessário, mas a maioria das pautas chegam na redação através das redes sociais, então esse é um ponto muito positivo. O ponto negativo é a questão das Fake News, que isso prejudica bastante o nosso trabalho. Porque muitas vezes chega a informação, a gente tem que parar o que está fazendo, pra ir checar se é verdade ou se é mentira. Isso acaba perdendo o nosso tempo, modificando a rotina da redação por conta dessas Fake News. Porque isso é algo muito prejudicial ao jornalismo, a gente tem que ter uma atenção muito especial quanto a isso.

Como você enxerga o futuro da profissão? O que é o jornalista que vai sobreviver ao mercado amanhã?

Bem, eu acho que o jornalista que vai sobreviver no futuro é o jornalista dessa área digital mesmo. Eu acho que essa questão da TV, do impresso, isso aí está migrando pro digital. Então o jornalista que quer sobreviver, ele vai ter que se atualizar com relação à tecnologia, com relação ao jornalismo de dados, que hoje já é uma realidade, e também estar sempre antenado com o que há de novidade nessa área de redes sociais para poder se sobressair no mercado.

Que mudança você percebeu no ambiente da redação? Você acha que a redação rejuvenesceu mais com essa integração?

Eu acho que muitas vezes as pessoas discriminam essas pessoas mais experientes, mais antigas digamos assim nas redações. Só que certas vezes, eu até lembro de uma palestra que eu assisti com Fernando Firmino, ele falou que é essencial unir o antigo, o experiente, e o jovem. Porque o jovem tem uma capacidade maior de estar antenado com digital, com o que acontece de inovação nesta área do jornalismo digital. Os mais antigos eles têm experiência, a questão de saber o que é notícia, de saber como explorar aquele conteúdo, que isso a gente só adquire com experiência. Então eu acho que é essencial casar a experiência com a inovação. Então eu acho importante a chegada dessa galera jovem nas redações, porque são eles que dão um *up* nessa questão do jornalismo digital.

ENTREVISTAS GRUPO II - Amostra contratada pela empresa após a implementação da redação multiplataforma.

- Estagiário(a) A - Grupo II:

Seu trabalho é só dentro da redação ou quando é preciso você também sai pra externa?

Basicamente meu trabalho é aqui interno mesmo: na produção e eu também ajudo na edição de texto um pouco. Quando o editor sobe pra fazer o programa aí eu fico aqui embaixo. Para rua eu só saí umas duas vezes.

Como você utiliza novas ferramentas no seu dia a dia, utiliza redes sociais?

Sim. WhatsApp a gente sempre os grupos policiais, de outras regiões também, Facebook também, Portais de outras cidades, a gente sempre acompanha, pra ficar, pra saber de tudo que está acontecendo no estado.

Cita pontos positivos e negativos que você vê na inserção dessas novas ferramentas trazidas pela internet no jornalismo?

Os positivos é que a gente pode ficar acompanhando não só o local, mas outras regiões também... Mas os negativos são as Fake News, você recebe informação no WhatsApp acredita naquilo a verdade, mas quando vai checar vê que não é. Não procede aquilo... é outra informação totalmente diferente. Não é aqui na Paraíba, nem Campina Grande, em outro estado e as pessoas colocam como se fosse aqui. Então isso atrapalha muito, demora bastante pra gente ficar checando tudo, essas questões.

Como você se mantém atualizado com essas novas tecnologias dentro do jornalismo?

Eu sempre fico olhando os portais o OP9 também, os portais todos aqui da região e também fico olhando no Instagram, tem várias páginas que me mantém atualizado sobre a área policial que é a área atualmente que eu atuo. Eu fico olhando e aí é isso. O Facebook também.

De que forma você enxerga o futuro do jornalista quem é esse profissional do amanhã?

Vai ser o profissional que faz tudo, você vai fazer reportagem, você vai editar, você vai fazer

tudo. Não vai ser uma profissão apenas “a não você vai ficar apenas com um produtor”, você vai ter que atuar em todas as áreas e saber que a partir deste jeito que vai acontecer, infelizmente. Vai ter que convergir com todas as áreas, tanto na redação como fora.

Para o profissional, você acha que isso de ser multiplataforma e polivalente, é positivo ou negativo?

É negativo. Porque a gente vai acumular mais trabalho também né? Mas é positivo também porque você não vai ficar limitado apenas a uma função, você vai ter conhecimento de todas as áreas. Então é assim que ela negativo e positivo acho que é a mesma coisa

- Estagiário(a) B - Grupo II:

Seu trabalho é feito dentro da redação ou também fora da redação?

A maioria feito na redação, porque eu fico mais na produção. Mas quando precisam que alguém vá pra externa e não tem um repórter, aí eu saio... mas a maioria é dentro da redação.

Você faz os dispositivos móveis dentro do seu trabalho de que forma?

Bom, eu uso mais o WhatsApp. Até para marcação de pauta, mas basicamente isso. Eu não uso outra ferramenta de aplicativo que não seja o WhatsApp. Porque assim eu sinto muita dificuldade pra marcar a pauta com as pessoas que não atendem o telefone, então acabo recorrendo ao WhatsApp. `Porque sempre uma hora ou outra a gente vai dar uma olhadinha nas mensagens e aí é o aplicativo que eu uso no meu dia a dia para o trabalho.

O que você achou da inserção das novas tecnologias no ambiente de trabalho? Porque quando você chegou já tinha o núcleo de redes sociais por aqui? Você teve alguma dificuldade para se adaptar?

Então, eu estou nesse meio desde 2015, eu também utilizava o WhatsApp desde o início. Porém aqui na TV borborema, o que é que eu senti: A gente usa muito Facebook o Instagram pra compartilhar as notícias que saem no dia, pra fazer uma brincadeira pra juntar a gente da

redação com o pessoal telespectador. Eu achei muito legal e muito diferente a forma como a gente faz aqui, de tentar essa ligação, de tentar se aproximar mais com público, sabe? Porque é uma forma que a gente tem de ter um retorno do pessoal, utilizando essas ferramentas.

Acha que é importante o jornalista se manter atualizado diante dessas novas tecnologias? Você já fez algum curso algum por fora?

Não, eu não fiz. Estou sentindo a necessidade de fazer. Porque eu acho muito importante a gente tá ligado, porque é uma coisa a gente usar a ferramenta pro nosso dia dia, pro pessoal... E outra completamente diferente é a gente utilizar pro profissional. Porque existem... No próprio Instagram, configurações que se você for atrás você vê a métrica, de quantas publicações, quantas pessoas acessaram, quantas pessoas compartilharam e eu acho isso de extrema importância pro jornalista está atualizado com as redes sociais, porque é o que está movimentando hoje em dia. Todo mundo faz uma live, todo mundo faz uma postagem, todo mundo tem uma rede social, então eu acho muito importante.

Você tem algum outro emprego além daqui? Não só tenho esse.

Você acha que o profissional, para trabalhar nesse meio de multiplataformas, ele precisa ser um profissional com diploma? Ou você acha que hoje em dia não precisa?

Complicado. Difícil. Eu acho que a gente precisa ter o diploma, de qualquer maneira, porque o que a gente aprende na academia talvez a vida não ensine... Pelo menos assim, a teoria. A prática só vivenciando mesmo, mas é muito importante a gente estar dentro da universidade estudando, adquirindo conhecimento um pouco mais aprofundado das técnicas. Por isso que eu acho que é importante. Embora, muita gente competente hoje em dia não tenha curso, não tenha graduação. Mas eu ainda acho importante a gente se formar.

O que você acha sobre as exigências do mercado do profissional ser polivalente?

Eu tenho minhas dúvidas... Assim, porque o mercado está passando por uma transformação, mas nem todo mundo consegue acompanhar. Muita gente, para muita gente especializada, mas eu não tenho uma definição assim que eu posso lhe dizer, se eu concordo ou discordo.

Mas você acha que, profissionalmente falando, é bom ser polivalente, desempenhar várias tarefas dentro da carga horário normal de trabalho que o jornalista teria?

Eu acho o seguinte, a gente poder durante o dia fazer várias atividades é bacana, porque a gente acaba ajudando no dia dia da redação, mas assim se for algo pra se fazer todo dia: tipo assim: eu estou na produção e ter que dar ajuda na edição e ter que subir pra ficar no Switcher, não acho bacana. Eu acho bom se concentrar em algo e também, obviamente, ter a vivência de estar na edição, de estar lá em cima, mas eu acho que assim todos os dias isso não ajuda, isso atrapalha.

De que forma você vê o jornalista do amanhã? esse profissional que vai sobreviver no mercado?

Eu amo muito o ambiente de TV, mas muita gente me fala que TV não é mais o futuro da profissão, que o futuro da profissão é a internet. Então eu acho que mais e mais, a gente vai ver profissionais... a gente já tem visto né? Muita gente está abandonando os grandes veículos de comunicação para investir em algo mais voltado para o público da internet. Então eu acho que é esse o futuro realmente, a gente vê profissionais investindo em algo mais acessível para população de todas as faixas etárias.

Você acha que o profissional jornalista está ameaçado e que ele vai sobreviver nessa transição? Eu acho que vai sobreviver, mas assim não como a gente conheceu. Vai ser uma coisa completamente diferente do que a gente tem hoje.

- Editor(a) E - Grupo II:

Você realiza seu trabalho dentro e fora das relações eu sou aqui dentro?

Inicialmente a gente realiza dentro da redação, só quando necessário que a gente sai pra externa. Mas como o trabalho do portal é em conjunto com a TV, e a equipe da TV já está do lado de fora né, já está na rua, geralmente a gente faz por telefone porque é a mesma empresa.

Como funciona esse trabalho integrado com os profissionais de TV?

Geralmente é por telefone e o WhatsApp, que vem ajudando bastante na questão de imagens, de fotos. A gente liga, pede que eles mandem o mais rápido possível, já que o portal precisa de um instantânea idade maior do que a TV e funciona dessa maneira.

Como é que foi o período de implementação desse meio digital dentro da redação? Já que você acompanhou a instalação desse período.

Inicialmente foi difícil por conta dessa questão da instantaneidade. Os repórteres queriam fazer primeiro serviço da TV e depois repassar o do portal... E que geralmente não é assim, porque o portal precisa de algo a mais, mais rápido. Mas com tempo, até com palestras que a gente recebeu, foi ajudando, foi se lapidando e acabou dando certo.

Você recebeu algum tipo de aparato da empresa para se adaptar a essa realidade multiplataforma? Esse meio digital?

Recebemos sim. Recebemos palestras, muitos *Calls*... a gente fez com o pessoal de Recife e Natal, que acabaram ajudando e dando um norte nesse início.

Como você avalia essa inserção dessas novas tecnologias no ambiente de trabalho do jornalista?

É importante, inclusive ajuda bastante, apesar de ter que ter aquele cuidadinho de checar para não cair uma Fake News, uma história que não seja verdadeira.

Você possui outro emprego?

Possuo sim. Eu tenho uma empresa de redes sociais, de mídias e trabalho como assessor de imprensa.

Por qual motivo você tem outros empregos? Seria por conta da questão financeira? Ou seria por alguma questão relacionada à segurança no trabalho?

Acho que os dois. É bom ter um plano B né, já que a gente trabalha e a questão que uma renda hoje em dia só não tá dando pra se manter, por conta do piso do jornalismo aqui na Paraíba.

De que forma você enxerga o futuro da profissão diante dessa realidade?

O jornalista vai se manter, acredito que sim. Mas eu acho que hoje em dia o jornalista faz um pouquinho de tudo, antigamente cada pessoa fazia uma determinada função, hoje em dia não, o jornalista tem que fazer tudo: Tirar foto, entrevistar, ligar... E está se afunilando, mas eu acho que não vai se acabar por conta da credibilidade de passar o nome jornalismo público de casa pro telespectador, o internauta.

Quais os pontos positivos e negativos que você vê em um profissional ser polivalente? Dessa exigência de ter que desempenhar várias funções?

Peraí tu me pegasse agora... (Risos). Negativo é que é muita sobrecarga né, do trabalho e a remuneração acaba sendo a mesma. E positiva é que ele ganha mais funções e acaba se qualificando mais.

O que você acha que poderia ser feito para melhorar o trabalho dos profissionais dentro das redações integradas?

Acho que reuniões de capacitações, que até vem sendo feitas aqui no Sistema Opinião, acaba que vez ou outra a gente tem e acho que ajuda bastante. Abre um leque, até a cabeça do pessoal, para esse novo futuro do jornalismo.

- Jovem Aprendiz A - Grupo II:

Você trabalha dentro e fora da redação?

As vezes quando eu estou em casa e preciso de alguma foto eu posto nas redes sociais, quando eu estou... Tipo tem um evento ali na feira, na praça aí eu disse “Zé vamo lá vamo lá no evento” aí a gente foi e postou nos *Stories* do Instagram, mas não fazendo matéria mesmo.

Como é que vocês fazem os os as tecnologias no dia dia de trabalho?

Eu particularmente uso meu próprio celular, a gente tem os celulares das redes sociais, só que eu acho que meu celular tem um pouco mais de qualidade, então prefiro usar o meu. Eu uso meu celular em todas as redes sociais que é necessário, computador a gente tem um

gerenciador de rede pra postar tudo nas redes sociais, tipo precisa pro Facebook/Instagram. O celular e o computador.

Como é sua rotina de trabalho?

É bem corrido. É bem cheio e às vezes é estressante, mas é muito bom. Eu chego aqui às 8h00 aí eu corto os programas do dia anterior, que é o da noite, o borborema notícias, eu corto e coloco no site. Aí às 9h00 a gente já tem que ter postado alguma coisa nas redes sociais, não importa, tem que ter postado alguma coisa! A gente utiliza muito assim, vídeos inusitados, engraçados, aí você pode postar isso ou algum VT. Tem que postar alguma coisa! Aí eu fico agoniada pra postar alguma coisa... também tem coisas do OP9, tenho que fazer *stories* dos programas, fazer relatório dos programas que tem pela manhã, tenho que fazer lives com os apresentadores... Criar algum conteúdo, fazer alguma interação nas redes sociais, aí tem que ter um tempinho né?

Você recebeu algum treinamento para desempenhar essa função? Não. A pessoa que fazia isso é que passou pra mim, aí eu aprendi, fui aprimorando.

Quanto tempo essa pessoa passou isso pra ti? Uma semana em uma semana já conseguiu fazer tudo.

Você não sentiu dificuldades nessa questão de novas tecnologias no desempenho da função para multiplataforma? Não. Eu já sou bem ligada nas tecnologias também, aí...

O que você acha da inserção dessas novas tecnologias no ambiente de trabalho?

Eu acho ótimo principalmente aqui que trabalha muito com as redes sociais, com a internet, que divulga muito tudo que a gente pode fazer, tudo que a gente faz e é muito importante... Como eu disse, a gente posta as reportagens no Facebook, no Instagram, no site e vai divulgando o trabalho, as coisas que a gente faz aqui.

Tem outro emprego? Não.

Como você se mantém atualizada diante dessas transformações do jornalismo?

Eu já comecei nesse mundo mesmo, aí eu não sentia dificuldade, como tipo, outro editor, que trabalha há muitos anos aqui, talvez ele tenha tido alguma dificuldade de migrar por ele já ter trabalhado em jornal, mas eu não. Já tem muito tempo que eu estou nesse meio né? Aí eu não tenho tanta dificuldade, tenho mais facilidade de aprender as coisas.

Como você enxerga o futuro da profissão?

Eu acho que o jornalismo digital, muita inserção nas redes sociais mesmo... Como a gente vê TV se fechando, jornalistas perdendo os empregos nos grandes meios e eles indo pras plataformas digitais. Sempre eu estou vendo isso. Criando conteúdo, canal do YouTube, eles estão se reinventando o tempo todo, nas redes sociais, no meio da Internet. Eu acredito na internet. Assim tem uns que não são jornalistas e querem ser né? Mas... Os Blogs, eu acho sempre perigoso também, eu acho muito perigoso coisa de WhatsApp.

Você acha importante ter formação para executar essa função de jornalista? Acho.

- Estagiário(a) C - Grupo II:

Quando você chegou já tinha um núcleo digital e o Portal?

Quando eu cheguei o OP9 estava sendo lançado. Eu cheguei um mês depois que o OP9 chegou. Na verdade, a contratação do segundo estagiário, que era da tarde, tinha o chefe e ele chegou junto comigo, que na época era um estagiário, aí quando eu cheguei eu comecei a fazer o giro do portal.

Seu trabalho é feito dentro e fora das redações? De que forma?

Então, eu comecei na TV como produtora e aí surgiu a oportunidade de ficar como repórter apesar de ser estagiário. E aí todos os dias eu chego, participo das reuniões de pauta, pego minha pauta, saio, mas quando retorno para redação é pra fazer o texto. Então fica dividido entre fora da empresa e dentro da empresa. Porque além de eu fazer as reportagens eu faço também a redação de caracteres do jornal.

Você considera o seu trabalho multiplataforma? Integrado com os demais núcleos?

Considero. Porque às vezes acontece por exemplo, tem um homicídio, tem um acidente, e acho que é sempre bom a gente poder ajudar o outro que faz parte da nossa empresa. Se eu tenho acesso, eu posso mandar fotos pro portal, eu posso mandar fotos pras redes sociais, e atingir públicos que a TV não atinge. Muitas pessoas não assistem televisão, quem acompanha só pelas redes sociais, por exemplo pelo Instagram, além das redes sociais, servirem como chamamento para o jornal. As pessoas vêem essas chamadas nas redes, então eu acho que o meu trabalho, ele pode ser para diferentes plataformas.

O que você acha da inserção do núcleo digital para o seu trabalho como jornalista?

Eu acho que é super válido. A gente sabe que o trabalho do jornalista antes era muito difícil. Você demorava muito pra conseguir chegar a uma fonte, principalmente para o pessoal que trabalhava no impresso, tinha que ir até o local. Hoje em dia, se acontece um homicídio no sertão, em minutos a gente já tem acesso, por conta das redes sociais, por causa dos portais e tudo mais. Eu acho que é super válido, porque facilita a vida da gente, da informação pra quem não pode assistir televisão. Aqui em Campina a gente tem muitos exemplos de estudantes que vem de fora, e tem só o básico em casa, a cozinha, o quarto, não tem televisão, mas está por dentro das notícias porque tem acesso pelo celular ao Instagram da TV, ao Facebook. Então eu acho que é super válido.

Como você se mantém atualizada dentro do ambiente redação com essas novas tecnologias no jornalismo? Você já fez algum curso?

Então, na verdade eu sou estudante do curso de Educomunicação da UFCG e eu sempre digo que a universidade oferece 40% do que a gente aprende e o restante a gente aprende na prática. Então meu curso ajudou muito a entender, não chegar aqui de mãos abanando... mas teve muita coisa que eu aprendi realmente na prática, eu realmente aprendi pesquisando, assistindo vídeo em plataformas digitais, YouTube. Sempre procurava assistir reportagem de pessoas aqui de Campinas e de fora, pra poder montar meio que um perfil para entrevista de emprego. Então eu acho que a maioria das vezes eu aprendi na prática, mas eu procurava outros meios também de me manter atualizada e buscar informações.

A TV ofereceu pra você alguma capacitação? Pra esse trabalho integrado de redações multi plataformas?

É... no meu caso, hoje eu sou estagiária, mas eu comecei na TV como jovem aprendiz. Então todo jovem aprendiz ele é formalizado na CLT, tudo bonitinho e tudo mais. Duas vezes na semana eu não vinha na empresa, porque eu fazia um curso de capacitação. O curso era técnico administrativo, porque infelizmente não tenho ainda um curso de telecomunicações nessa base de jovem aprendiz, mais voltada para administrativo varejo comércio, essas coisas. Mas lá, meio que era como se fosse um refúgio, que eu passava aqui e eu ia pra lá expor e ver o que meus colegas de outras empresas faziam também. Então eu compartilhava minha vivência de redação e como tinha outros jovens aprendizes, de outras emissoras de TV, eles sempre compartilhavam como eram lá. A empresa, ela me proporcionava esse curso, então eu tinha meio que uma vivência de como era minha realidade aqui na TV e a realidade de outros jovens de outras empresas principalmente no jornalismo.

Você possui outro emprego? Não.

De que forma você enxerga o futuro da profissão?

Eu acho que é algo que infelizmente está perdendo o valor. A gente sabe que pra ser jornalista hoje você não precisa de diploma né? Você só precisa ser muito bom em comunicação e às vezes você nem é tão bom assim. Eu vejo que deveria ser um pouquinho mais valorizada sabe, tanto a questão financeira, não que eu esteja reclamando, enfim mas, é meio que qualquer um pode ser jornalista sabe o, e isso acaba fazendo com que muita gente boa fique fora do mercado. Muita gente que tem diploma, muita gente tem conhecimento, fica fora do mercado. Eu acho que deveria ser uma profissão um pouquinho mais valorizada, que as pessoas poderiam ter um pouquinho mais de empatia com jornalistas. A gente sabe que você ser produtor, às vezes a gente não sabe o que vai acontecer e às vezes a gente precisa marcar as pautas e lidar com pessoas que não tem a compreensão de que uma hora é e na outra hora muda tudo, de uma hora pra outra... E a gente não tem controle sobre isso. Então eu acho que deveria ter um pouquinho mais valorização e as pessoas deveriam ter um pouquinho mais de empatia, principalmente com as pessoas que estão na rua. Às vezes quer entrevistar e as

peessoas fazem cara feia, se nega. Então eu acho que deveria ser mais valorizado, ter um bom reconhecimento, que às vezes não se tem, e um pouquinho mais de empatia.

E o que é que você acha sobre essa questão de não ter o diploma para exercer a profissão? De outras pessoas de outras áreas exercer um jornalismo?

Na verdade, vou falar como no meu caso, Educomunicação entrei no curso como comunicação social. É tanto que no meu diploma vai sair como comunicação social, então eu não vou estar sem diploma. Eu vou me formar como uma comunicadora. Me corrija se eu estiver enganada, mas o jornalismo da UEPB antes era comunicação social, apenas né, então assim quando eu menciono as pessoas que não tem estudo nenhum, atuando como jornalista entende... Tipo são de outras áreas ou que não tem nenhum ensino fundamental completo, atuando como jornalista, que não tem afinidade com o jornalismo. No meu caso, como estudante de comunicação, Educomunicação, eu acho que não há esse problema, porque a gente vê a base desse jornalismo dentro do curso, sabe? É a mesma coisa de você chegar no curso de Rádio e TV e você é impedir esse rapaz está vendo as práticas de televisão, de rádio, que ele não atua como jornalista. Então quando eu me refiro nesse caso as pessoas que não tem diploma, são pessoas que não têm acesso a esse curso de comunicação. Mas no meu caso como comunicóloga, me vejo muito como comunicóloga e como eu estou fazendo a comunicação, estudo comunicação dentro da universidade. Então eu acho que sim acho que todo o curso de comunicação, quando você estudou jornalismo de universidade, eu acho que você está apto. Quando eu me refiro, o que não pode é a atuação de pessoas que não tenham conhecimento.

As empresas hoje em dia tem exigido muito do papel do profissional polivalente, como você enxerga essa realidade? Quais os pontos positivos e negativos?

Os pontos positivos é que você fica preparado pra tudo. A gente sabe que o mercado de jornalismo está se fechando cada vez mais. Então a partir do momento que você pega um estagiário que acabou de sair da empresa e esse estagiário desempenhou a função de repórter, de produtor, gerador de caracteres, de operador de teleprompter tudo mais, eu acho que é uma atrativo a mais para empresa. É diferente de você pegar o currículo de uma pessoa que só exerce a função de produção, que nunca operou um GC ou nunca foi pra externa. A gente

sabe que a realidade da internet é diferente na redação, então acho que isso é um ponto positivo. Você tem mais oportunidade de trabalho, você pode atuar não só como repórter, mas com outras coisas também. Você vai ser apto para várias funções. Mas infelizmente, o que eu vejo de ponto negativo, é porque às vezes você meio que perde o foco, você acaba fazendo muita coisa e no final você acaba fazendo essas muitas coisas não completas. Usando no meio popular “meia boca”. Então eu acho que a partir do momento que você tenta abarcar tudo você acaba deixando faltar em outras questões. Então eu acho que o ponto positivo é que você sai preparado para trabalhar em qualquer área qualquer função e o ponto negativo é porque às vezes você é meio que perde o foco e você não é remunerado para tantas funções né. A gente só é remunerado para uma. Mas é o que eu falo... É o que tem. A gente tem que aceitar as funções e as oportunidades que a vida nos dar.