



Competências profissionais no jornalismo multimídia: o que dizem os jornalistas?

Élisson Felix¹

Júlia Zouain²

Patrícia Lima³

Centro Universitário Estácio de Brasília

Resumo: O artigo tem por objetivo abordar as competências profissionais dos jornalistas multimídia e como elas foram adquiridas no decorrer da carreira. Para isso, um *corpus* de jornalistas inseridos nessa área foi convidado para participar de uma investigação empírica com base em entrevistas semiestruturadas, onde o entrevistado pôde falar abertamente sobre o assunto, de modo a liberar toda sua carga emocional e experiências vividas sobre o tema. Com base em autores como Canavilhas (2014), com pesquisas atreladas ao ensino das práticas multimídia, e Lenzi (2015), com trabalhos acerca do *ethos* jornalístico frente a evolução dos atributos do jornalista, informações sobre práticas, ensino, exigências do mercado de trabalho e identidade profissional foram coletadas a partir das falas dos entrevistados e reunidas neste artigo com a proposta de contribuir para os estudos acerca do profissional multimídia.

Palavras-chave: jornalismo multimídia; competências profissionais; mercado de trabalho; carreira; construção de identidade.

1. Introdução

Este artigo parte da perspectiva de que as competências jornalísticas tiveram que

1 Estudante de Graduação 8o. semestre do curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Estácio de Brasília, e-mail: elissonfelix@artway.com.br

2 Estudante de Graduação 7o. semestre do curso de Jornalismo do Centro Universitário Estácio de Brasília, e-mail: juliazouain@outlook.com

3 Orientadora do trabalho. Professora do curso de Jornalismo, Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Estácio de Brasília e doutoranda em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina, e-mail: patricialimajornalista@gmail.com

se reconfigurar com a difusão de conteúdos multimídia no âmbito digital. As análises aqui expostas foram adquiridas através de entrevistas semiestruturadas com jornalistas que afirmam não ter obtido preparo para atuar no cenário multimídia apenas com os ensinamentos acadêmicos, uma vez que o jornalismo produzido na internet passa por constantes alterações nos processos de produção. (CANAVILHAS, 2014).

O jornalismo no contexto digital está sempre se renovando. O que um dia foi aprendido nas universidades, pode hoje ter passado por rupturas e reconfigurações em decorrência dos avanços das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação). Um exemplo para essa afirmação é a chegada do que Luciana Mielniczuk chama de produto diferenciado ao citar o jornalismo contextualizado, prática que faz uso de recursos imersivos, conteúdo dinâmico e personalização. Nesse sentido, a compreensão de Webjornalismo se torna mais abrangente do que seu entendimento anterior. (MIELNICZUK, 2004).

Salaverría (2014, p. 26) afirma que “o conceito de multimídia pressupõe mais significados do que aqueles contidos numa definição simplista”. Para ele, o que boa parte da literatura acadêmica e profissional trata como o conceito do jornalismo multimídia - texto, som e imagens – é insuficiente, pois deixa de lado vários usos do termo multimídia. Ao jornalismo multimídia, na visão do autor, devem estar ligadas características que vão desde as multiplataformas, até a combinação de linguagens e a polivalência profissional.

Com o intuito de compreender a busca pelo conhecimento das competências de um jornalista multimídia, o artigo trabalha com uma metodologia em que o investigador conduz a entrevista de forma não rígida e adaptável, de modo que o entrevistado seja capaz de liberar sua experiência pessoal sobre o tema abordado. As entrevistas foram conduzidas de forma semiestruturada com dez jornalistas. Esse quantitativo foi considerado suficiente para a proposta do artigo, que parte de uma perspectiva de entrevistas qualitativas, em que o número não necessariamente revela algo, e sim a profundidade das falas (PEREIRA, 2013).

A partir das análises das entrevistas o trabalho discute sobre a busca dos profissionais por competências consideradas multimídia, das exigências mercadológicas e da identidade do jornalista que atua nesse cenário.

Durante o desenvolvimento do artigo pode-se perceber uma recorrência nas falas dos entrevistados no que diz respeito ao pouco ou nenhum contato com conteúdo prático sobre jornalismo multimídia no período da graduação, além de duras críticas ao acúmulo de funções exercidas pelo jornalista em um contexto imediatista. As compreensões desses profissionais corroboram ao pensamento de autores como Palacios (2002), Pereira e Adghirni (2011) e Canavilhas (2014), que são autores balizares do levantamento teórico.

Este artigo é resultado do segundo ciclo do projeto de Iniciação Científica do curso de Jornalismo do Centro Universitário Estácio de Brasília, que há dois anos vem estudando a temática através das percepções de dez jornalistas escolhidos de forma aleatória, que têm em comum a formação acadêmica e a atuação profissional em um contexto multimídia. Suas falas trazem profundidade e colaboram com os estudos acerca das competências necessárias para exercer a função de jornalista multimídia.

2. As práticas do jornalismo multimídia

A difusão do jornalismo produzido na Internet deu início a novas possibilidades para as formas de construção da notícia. É certo que, na década de 1990, época em que o jornalismo online começava a ser estruturado no campo digital, o formato das notícias era estático e assemelhava-se ao conteúdo dos jornais impressos (BARBOSA, 2001). Desde então, com os avanços tecnológicos, o jornalismo produzido para a Web vem somando características que englobam desde a capacidade de interatividade com o público, até sua atualização contínua e sua não linearidade.

El público puede acceder, desde distintos dispositivos y plataformas, a una gran variedad de contenidos y servicios que son actualizados constantemente, con un creciente componente interactivo y multimedia. Las informaciones se configuran mediante estructuras narrativas no lineales, que permiten nuevos modos de presentar, acceder y organizar el flujo de las informaciones para el usuario del sistema. (SALAVERRÍA; GARCIA AVILÉS; MASIP, 2010, p. 57).

O jornalismo multimídia é um modelo que intensifica e aproxima o leitor da notícia em diferentes formatos, para isso, dispõe de recursos que permitem a imersão de quem acompanha. Palacios (2002) dando continuidade aos apontamentos de Bardoel e Deuze (2000) acerca das características do jornalismo desenvolvido para a Web, preocupou-se em estabelecer seis características para este jornalismo: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, personalização, memória e atualização contínua.

Mielniczuk (2004, p. 7) afirma que “para que um produto explore as características da escrita digital, não basta que seja escrito digitalmente, é preciso que seja pensado de acordo com os parâmetros e possibilidades do suporte digital”. Dessa forma, vale ressaltar que as características propostas por Palacios (2002) compõem o Webjornalismo a partir de sua terceira geração, uma vez que a primeira e segunda fase baseavam-se no modelo de empresas tradicionais e, somente com a chegada da terceira geração, um jornalismo pensado para o contexto digital e com necessidade de personalização começa a se desenvolver.

Partindo da pontuação dos autores sobre as características do jornalismo multimídia, esteve presente na fala de apenas 30% dos jornalistas entrevistados definições que corroboram com o que propõem os autores. Seja na percepção sobre a identidade do jornalista multimídia do Entrevistado 06, ao afirmar que esse profissional é “múltiplo, de múltiplas plataformas, capaz de contar história de maneira complementar ou integral em todos os canais disponíveis”, ou ainda na certeza com que a Entrevistada 09 avaliou que “o jornalismo multimídia evoluiu de uma forma absurda, hoje os recursos são inúmeros, além da capacidade dos jornalistas de se desdobrarem em mil”.

Ele (o jornalista multimídia) tem que ser mais maleável, tem que saber que ele não tá trabalhando só para uma plataforma. Cada matéria pode se desdobrar em vários projetos. Hoje quando eu penso numa pauta eu penso “poxa, eu podia fazer uma arte assim, um card assim, que vai chamar para um vídeo assado, aí depois, de repente, eu posso fazer um *quizz*...”. Não é só eu pensar em uma matéria e falar com fulano e ciclano para ouvir os dois lados e com isso escrever um texto, não. Eu já penso como eu vou convidar o leitor para ele interagir com a matéria, o que eu vou provocar nele para gerar conversa, e por aí vai. Eu acho mesmo é que a gente tem a mente mais aberta (Entrevistada 10, 2019).

A maioria dos profissionais (70%), porém, deu ênfase na utilização das redes sociais e do celular como fontes de produção do conteúdo multimídia.

Sendo bem real, (para a produção das notícias) eu utilizo mais o celular. Em questão de mídias... Eu olho muito o Facebook, Twitter, sempre dou uma olhada no Whatsapp, eu estou em todos os grupos de Whatsapp daqui do Distrito Federal, Polícia Militar, Corpo de Bombeiros, Polícia Rodoviária, Polícia Federal, Secretaria de Segurança Pública... (Entrevistada 01, 2018).

Nishiyama e Silva, em sua pesquisa sobre as práticas do jornalismo móvel, atrelam às principais características desta categoria: o imediatismo, a ubiquidade, a proximidade e a geolocalização (NISHIYAMA; SILVA, 2016).

Eu me considero um jornalista multimídia porque utilizo todos os meios para a divulgação do trabalho que faço. Se eu faço uma transmissão, por exemplo, eu uso o meu celular, tanto meus *stories* para divulgar a transmissão através do vídeo que estou fazendo, quanto uma foto minha direto do estádio para divulgar o que está acontecendo... Uso minhas redes sociais... Todos esses fatores contribuem para a finalização da notícia. (Entrevistado 04, 2018).

Nishiyama e Silva (2016, p.7) ao afirmarem que “o jornalismo móvel promete dar mobilidade e instantaneidade, por meio da atualização contínua de conteúdo”, avaliam que o celular, com recursos da telefonia via satélite, propiciou a instituição da notícia com caráter imediato. É fato que a evolução das TICs tem relação estreita com o uso do smartphone e das redes sociais, e que isso implica diretamente no fazer jornalístico contemporâneo e imediatista, porém, como já analisado aqui, o jornalismo multimídia vai além de ser apenas a utilização dessas ferramentas no processo de produção da notícia. O celular, assim com as redes sociais, torna-se um dos meios, e não o limite.

Considerados como a “quarta tela”, os dispositivos móveis encontram-se em estágio ascendente de adoção, seja por parte das organizações jornalísticas, bem como de outros produtores de conteúdo, seja por parte do público, que, a cada dia, consome mais informação, entretenimento e constrói suas relações sociais por meio desses aparatos que já integram a paisagem urbana, sobretudo das grandes cidades, dada à sua extensiva utilização. Do ponto de vista do estudo dos meios (*media studies*), os dispositivos móveis podem ser considerados como um “novo” novo meio. (BARBOSA; SEIXAS, 2013, p. 57).

O próximo ponto de discussão busca trazer a análise das falas dos jornalistas quanto ao preparo recebido durante o período da graduação, mesclada ao pensamento de autores e pesquisadores da área. Aos entrevistados, foram levantados questionamentos acerca do nível e tipo de contato com o jornalismo multimídia no período da formação acadêmica em comparação ao que é hoje requisitado do mercado de trabalho em termos de competências profissionais.

3. O ensino das práticas multimídia

Com o advento da internet, o acesso às tecnologias foi ampliado, mas muitos jornalistas tiveram que buscar conhecimento por meio de cursos de capacitação ou, como afirma Canavilhas (2009, p. 13), através da “autoaprendizagem em contexto de trabalho”, isso porque, na segunda metade da década de 1990, quando reconfigurou-se o jornalismo na Web de uma forma pragmática, as universidades foram pegas de surpresa pela rapidez com que o digital se impôs no ramo jornalístico.

Durante a pesquisa foi perguntado se, no período da graduação, as instituições de ensino que os entrevistados estudaram procuraram acompanhar as reconfigurações na maneira de se fazer jornalismo, capacitando-os para as novas funções. Apenas um entrevistado mostrou-se satisfeito com o aprendizado obtido no período da graduação. Nove dos dez entrevistados afirmaram que a academia não deu prioridade ao contato prático dos alunos com o jornalismo multimídia. Desses nove, dois fizeram pós-graduação em jornalismo multimídia, dois buscaram cursos online de capacitação na área e cinco afirmam ter adquirido as competências necessárias no dia a dia de trabalho.

Eu até falei isso num TCC de um amigo meu. Eu até comentei “ah, cara, a gente tem matérias de jornalismo impresso, passamos dois semestres fazendo um jornal, mas não aprendemos a fazer um site na web, como é que é isso? O impresso vai acabar”. (Entrevistado 08, 2018).

Os professores que eu tive eram muito bons. Só que a estrutura da minha faculdade, particularmente, não era tão boa. Então, por exemplo, a gente tinha o laboratório com os computadores, só que tinha que dividir com dois, três alunos. Então você iria aprender a mexer, sei lá, num programa de edição, mas tem um cara no computador e dois do lado só observando. Você não está ali na prática, você não está aprendendo de fato. Você está observando e a experiência não é a mesma. Eu considero que poderia ter sido melhor. (Entrevistado 07, 2018).

Teixeira (2011, p. 27) avalia que o papel das instituições, diante de um cenário de convergência midiática, é o de “buscar a inovação, a partir da pesquisa que possibilite, a um só tempo, discussão + experimento + aprendizado crítico + informação”. Vale ressaltar que o Entrevistado 7 formou-se no final de 2017, época em que o jornalismo multimídia já havia se consolidado no campo digital.

A universidade e o mercado de trabalho, por vezes, estiveram em descompasso em relação a criação de novas metodologias de ensino e a incorporação de novas tendências na prática da profissão. De acordo com Canavilhas (2009, p.14), “quando a universidade procura ensinar um discurso jornalístico mais rico e variado, o mercado impõe regras que tornam a produção noticiosa mais rápida” . Essa divergência entre o ensino e o mercado é desencadeada, entre outros fatores, pela mudança com que o tempo e o espaço são percebidos nesse novo formato de produção de conteúdo.

MULTIPLICAM-SE as notícias em números estratosféricos. Multiplicam-se os autores, os formatos, multiplicam-se os contatos. A experiência da comunicação, que já padecia de excesso em 2006, transpôs fronteiras físicas e mentais. Intersecções impensáveis surgem a cada momento. Os fluxos são contínuos, não se interrompem nunca. Hibridismos em rede, convergência tecnológica: a experiência humana está em transformação. (BUTONI, 2011, p. 23).

Até mesmo a consolidada pirâmide invertida é reconfigurada no contexto da Web. Essa técnica de estruturação de texto não mais se adequa a um ambiente que consiste na não linearidade do seu conteúdo. No campo digital, “a flexibilidade dos meios online permite organizar as informações de acordo com as diversas estruturas hipertextuais” (SALAVERRIA, 2005, p. 108). Dessa forma, o modelo de produção jornalística na Web não se prende mais nas estruturas do lead, a pirâmide torna-se deitada e o leitor escolhe por onde navegar e qual conteúdo consumir.

Canavilhas propõe uma pirâmide deitada em quatro níveis de leitura: a Unidade Base, que responderá aos questionamentos essenciais da notícia, o Nível de Explicação, que completa as informações essenciais, o Nível de Contextualização, em que mais informações são oferecidas, agora em diferentes formatos (texto, vídeo, som, infografia) e por último, o Nível de Exploração, que “quebra” os limites físicos da web ao permitir

a expansão da notícia para arquivos externos por meio de hiperlinks. (CANAVILHAS, 2006).

É perceptível que as práticas multimidiáticas vêm se atualizando constantemente com os avanços da tecnologia e, junto a elas, as exigências do mercado de trabalho. O profissional que sai de um contexto acadêmico incompleto em termos de aprimoramento das habilidades multimídias, se vê inserido em um contexto mercadológico cada vez mais pautado pelo imediatismo e pela atualização de conteúdo. É o ponto tratado a seguir.

4. As exigências do mercado de trabalho

No atual cenário profissional, competem jornalistas recém graduados, que tiveram em seu processo de formação um amparo docente voltado para as práticas multimídias, mesmo que raso, como está presente nas falas dos entrevistados. Estes jornalistas, em grande maioria “nativos digitais” – nascidos no contexto digital -, são inseridos no mercado de trabalho ao lado de jornalistas formados a mais tempo, com experiência no jornalismo tradicional e com pouca afinidade as novas tecnologias, os chamados “imigrantes digitais”, que fazem parte aqueles nascidos antes da década de 1980 e que migraram do analógico para o digital (PRENSKY, 2001).

Ambos os perfis enfrentam dificuldades significativas no que diz respeito ao que é exigido pelo mercado, uma vez que, como sugere Alexandre Lenzi, é exigido do jornalista, além de apurar e escrever, habilidades intrínsecas do *ethos* jornalístico, fotografar, filmar, na maioria das vezes com o próprio aparelho celular, fazer a captura de áudios, buscar novos fragmentos de informação para uma cobertura em tempo real e se aprofundar em detalhes para o desenvolvimento de infográficos, o que não são tarefas para um simples jornalista, mas sim um “superjornalista”. (LENZI, 2015).

Então, tínhamos uma porrada de recém-formados entrando nas redações, trabalhando doze horas por dia, mil e quinhentos reais, e achando o máximo, todo mundo achando o máximo. Os estudantes achando o máximo porque tinham um emprego, e as empresas gostando porque estavam com uma molecada jovem e criativa. Era trabalho escravo a qualquer preço (Entrevistado 06, 2018).

Para seis dos participantes desta pesquisa, profissionais autodeclarados jornalistas multimídias, exercer esse tipo de jornalismo está cada vez mais difícil no que diz respeito a suas competências, afinal, por considerarem que o modo de fazer jornalismo está em constante transformação, o *modus operandi* da profissão não segue mais um padrão, levando em conta o perfil de cada empresa jornalística e a maneira como cada uma delas lida com os avanços tecnológicos. As empresas não têm mais interesse em profissionais que se especializaram em apenas uma área de atuação, por melhores que eles sejam nela, mas buscam profissionais que se adequem a multifunções. As empresas de comunicação superaram o modelo fordista de trabalho e se organizam hoje explorando o máximo de tempo e competência dos profissionais, como afirma o estudo de Fonseca e Kuhn (2009).

Em contraposição ao modelo fordista, o trabalho não se organiza mais pela lógica da divisão de tarefas (como pauteiro, repórter, redator, diagramador, editor, etc.). Sob o regime flexível de estruturação do trabalho, frequentemente o jornalista acumula funções: propõe pautas, apura as informações, redige o texto final, diagrama e edita a matéria, o que implica o uso mais de habilidades que, propriamente, de conhecimentos acerca da realidade a ser representada (FONSECA; KUHN, 2009, p. 59).

Segundo os autores, empresas de comunicação voltadas para o conteúdo multimídia estão em busca de profissionais com competências múltiplas. Para Ramón Salaverría e Samuel Negrodo (2008), esse perfil de profissional que pode realizar absolutamente qualquer tipo de tarefa, dentro e fora das redações, nada mais é do que um mito. Eles reconhecem que tem se falado muito acerca do jornalista multimídia, como um profissional de vasta competência, no que se trata de conteúdo textual e audiovisual para diversas mídias, mas destacam que esta realidade está longe de se tornar uma regra. Os autores afirmam ainda que “este modelo destrói a especialização técnica e gera produtos textuais e audiovisuais que são essencialmente medíocres. Pau para toda obra, mestre em nada” (NEGREDO; SALAVERRÍA, 2009, p. 63).

O imediatismo da notícia, que para autores como Adghirni e Pereira (2011) é uma das principais mudanças estruturais do jornalismo, foi acelerado ainda mais com o advento das plataformas digitais. A exigência pela notícia rápida e a importância do

“furo” está presente na fala de sete dos dez profissionais entrevistados. Todas as falas tem uma tonalidade crítica pois, para os profissionais, essa nova realidade interfere na qualidade da notícia, e mesmo com a facilidade de se editar a qualquer hora e implementar as informações em tempo real, eles consideram que produzir texto, vídeo e imagens já são tarefas desafiadoras, e ter que lidar com essa exigência do mercado em se manter numa corrida constante para noticiar primeiro, mesmo que de forma rasa, é um dos grandes desafios presentes nas suas rotinas profissionais.

O Entrevistado 07, assim como outros seis, acredita que a tendência desta realidade é piorar. “Se você está acompanhando um caso específico, eles (as empresas) têm na cabeça que você tem que conseguir sempre dar notícia daquele caso primeiro que os outros. A cobrança é muito grande, a exigência é muito grande”. Para a Entrevistada 01, o incômodo está centrado em não conseguir produzir com qualidade. “A gente manda um lead mal feito, um texto mal feito, para depois parar com calma e ir arrumando aquilo. É uma cobrança muito grande por um texto, por números, mais do que pela qualidade”. As falas dos entrevistados vão de acordo com o que define Adghirni e Pereira (2011):

A verdade é que a roupa de Super-Homem não serve mais. O jornalista prefere vestir a fantasia da circunstância, que lhe permite subir na vida profissional ou simplesmente sobreviver diante do desafio das rotinas produtivas infernais às quais está submetido dentro de um mercado desconfigurado pelas tecnologias e pela legislação trabalhista (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011, p. 48).

As longas cargas horárias exigidas pelo mercado, de maneira informal e muitas vezes não remuneradas, também são um grande problema para os jornalistas, afinal, essa sobrecarga muitas vezes está relacionada a falta de amparo das empresas em prover os recursos tecnológicos necessários para se produzir aquilo que é exigido. (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011). Muitos dos profissionais entrevistados utilizam os próprios aparelhos celulares para produzir conteúdo, se relacionar com fontes e ter acesso a informações sobre suas possíveis pautas.

O próximo tópico segue na busca pela percepção de como esse jornalista multimídia enxerga seu eu profissional, sua identidade, compreende suas competências e quais suas expectativas com relação ao futuro da profissão.

5. Identidade Profissional

Em um cenário de convergência digital, as transformações das práticas jornalísticas são profundas, levando em consideração a efemeridade da notícia e como os profissionais reagem a essas mudanças, Fábio Pereira e Zélia Adghirni (2011) consideram que:

As mudanças no processo de produção de notícia afetam também a própria perenidade do produto jornalístico. Ou seja: nada é mais velho do que um jornal de ontem. As mídias não têm mais horário de fechamento e são publicadas à medida que os fatos se sucedem. Enquanto o jornal ou a revista tem um deadline para a impressão gráfica, na tela, a notícia eterniza-se como num vai e vem das ondas do mar (ADGHIRNI; PEREIRA, 2011, p. 46).

Este constante processo de reconfiguração da maneira de noticiar, faz com que os jornalistas revejam hábitos e repensem suas competências, muitas vezes os levando a buscar capacitação em áreas que antes não se faziam necessárias para a profissão. O entrevistado 07 ao ser questionado sobre como se dá sua busca pelo domínio de novas plataformas e softwares, contou que busca cursos na internet, assim como a entrevistada 10, que afirmou buscar tudo o que está disponível na internet de maneira *free* para se capacitar, pois não existe investimento por parte da empresa em que trabalha em plataformas de capacitação com recursos avançados.

O jornalista hoje precisa estar atualizado com aquilo que está acontecendo na área. Se você não correr atrás, se você não se atualizar e não se propuser a fazer os cursos e melhorar como jornalista, você não vai ter espaço. Hoje em dia, o mínimo, pelo menos o básico das ferramentas digitais... Você tem que saber. Senão você não consegue espaço no mercado de trabalho (Entrevistado 07, 2018).

Não há dúvidas do papel fundamental e significativo que tem o jornalista perante a sociedade. Maia (2018), afirma que este profissional pode ser considerado o responsável por realizar a mediação entre a fonte das informações, os acontecimentos e a sociedade civil. Já C.W. Anderson, Emily Bell e Clay Shirky (2013) afirmam que o papel do jornalista é essencial no sentido de expor a corrupção, chamar a atenção para a injustiça, cobrar políticos e empresas, informar cidadãos e consumidores, ajudar a

organizar a opinião pública e explicar temas complexos. Porém, na percepção do entrevistado 03, que tem mais de vinte anos de atuação jornalística, cada vez mais os profissionais que praticam este jornalismo, considerado essencial segundo os autores citados, estão sendo descartados e substituídos.

Vai contratar só jornalista sem experiência? Pagar o piso e dizer que tem jornalista. Vai ser só um jornal feito por estagiários? Vamos explorar mão de obra e demitir jornalistas experientes do jornal. Mas qual a qualidade desse jornal? Acho que o grande desafio de hoje é esse. Adequar essa nova realidade (Entrevistado 03, 2018).

Ficou perceptível a paixão pelo jornalismo nas falas de todos os entrevistados. Ao descreverem o porquê da escolha desta profissão, foram citados vários argumentos, todos em torno de paixões pessoais como, esporte, escrita, rádio e fotografia. “Eu entrei no jornalismo meio que achando que era para fotografia, mas eu vi que não era nada disso que eu gostava” (Entrevistada 01, 2018). “A paixão pelo rádio foi o que me fez cursar jornalismo” (Entrevistado 02, 2018). “Eu sempre fui muito fã de esporte, de futebol principalmente, e sempre gostei muito do trabalho dos jornalistas esportivos” (Entrevistado 08, 2018).

Por outro lado, ao descreverem suas expectativas quanto ao futuro da profissão, percebeu-se em seis dos entrevistados o sentimento de insegurança e incertezas quanto ao que está por vir. Ainda que inseguros, a grande maioria dos jornalistas mostraram convicção ao dizer que é um desejo pessoal e profissional continuar a fazer parte desse constante cenário de convergência e mutação presente na história do jornalismo.

Eu acho que o grande desafio é você manter esse combustível da renovação aceso constantemente. (Os Jornalistas) estão, talvez, acomodados ou muito focados nos seus respectivos trabalhos, o que é ótimo, o que é bom..., mas eu acho que esse combustível da renovação não pode parar” (Entrevistado 06, 2018).

6. Considerações finais

O Jornalismo por se tratar de uma área profissional que acompanha todos os processos de mutações da sociedade, conta com profissionais que precisam estar atentos

a essas transformações. Além disso, é importante que as instituições de ensino também acompanhem esse ritmo de mudanças, para que os jornalistas saiam da academia com o preparo necessário para essas novas práticas, de maneira a aprimorar e ampliar suas competências, compreendendo o que de fato eles enfrentarão no mercado de trabalho.

Como objeto de estudo para a realização deste artigo, os profissionais autodeclarados jornalistas multimídia aqui entrevistados, nos levaram a compreender, através de suas falas, que esse constante cenário de convergência profissional exige deles uma predisposição a se abrir para o novo, buscar constantemente capacitação para as novas possibilidades que se abrem junto ao surgimento de inovações tecnológicas, além de identificar como o público reage e se relaciona com elas.

Esta busca por capacitação geralmente é autônoma, uma vez que as empresas em que trabalham ou já trabalharam, em maioria absoluta, não oferecem opções de aprimoramento para novas práticas. As dificuldades encontradas por esses profissionais são inúmeras, mas a disposição em seguir aprendendo e se capacitando para acompanhar as transformações e cumprir o papel da profissão que escolheram, sem dúvida, é maior.

A conclusão da pesquisa contribui para a compreensão de como esses profissionais enxergam fatores essenciais para a prática do jornalismo multimídia, o caminho trilhado por eles para se capacitar diante das constantes transformações da profissão e como se configura o atual cenário profissional no que diz respeito às exigências do mercado de trabalho vigente. Deixamos uma colaboração nesse sentido para futuras pesquisas que desejem continuar as discussões sobre a temática.

Referências

ADGHIRNI, Z.; PEREIRA, F. H. **O Jornalismo em Tempos de Mudanças Estruturais**. 2011.

BARBOSA, S.; SEIXAS, L. F. Jornalismo e Dispositivos Móveis. Percepções, usos e tendências. In: BARBOSA, S., & MIELNICZUK, L. (Eds.) (2013). **Jornalismo e tecnologias móveis**. Covilhã, Portugal: Livros LabCom. Acesso em 06/07/2019.

BARBOSA, S. Jornalismo On-line: dos sites noticiosos aos portais locais. Artigo apresentado no **XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom**, Campo Grande (MS), setembro de 2001.

- DEUZE, M.; BARDOEL, J. **Network Journalism: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism.** Australian Journalism Review 23 (2), 2001, 91–103.
- BUITONI, Dulcília H. S. **Jornalismo: linguagens no tempo e no espaço.** Líbero, São Paulo, v. 14, n. 27, p. 23-30, jun. de 2011.
- CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença.** Covilhã: Livros Labcom, 2014. Disponível em: <<http://www.livroslabcom.ubi.pt/book/121>>
- CANAVILHAS, J. (2009). 'Ensino do jornalismo: o digital como oportunidade', In: QUADROS, Cláudia; CAETANO, Kati; LARANGEIRA, Álvaro. **Jornalismo e Convergência: Ensino e práticas profissionais.** Covilhã: LabCom Books, 2011.
- CANAVILHAS, J. **Webjornalismo: da pirâmide invertida à pirâmide deitada.** 2006.
- CORREIA, J. **O ethos jornalístico: da técnica à reflexão crítica.** Verso e Reverso: Revista da Comunicação. Porto Alegre, v. 23, n. 54, 2009.
- FONSECA, V.P.S.; KUHN, W.L. **Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional,** 2009.
- LENZI, A. **“Batman versus Super-homem: uma metáfora dos quadrinhos para o estudo do jornalismo multimídia”.** 10 ed. Curitiba, 2015.
- MAIA, B. As Transformações no Ethos do Jornalista: a reformulação dos valores profissionais perante um cenário de convergência. Trabalho apresentado no **15º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo.** São Paulo, 2017.
- MIELNICZUK, L. Webjornalismo de Terceira Geração: continuidades e rupturas no jornalismo desenvolvido para a web. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004, Porto Alegre. **Anais do XXVII - Intercom.** Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2004.
- NISHIYAMA, A.F.; SILVA, T.M. (2016). Jornalismo móvel e digital: novas práticas e apropriações da informação. In: **Anais do II Encontro Internacional Tecnologia, Comunicação e Ciência Cognitiva** (pp. 1-16), v. 2, n.º 1. São Paulo: Universidade Metodista de São Paulo.
- OLIVEIRA, V.R.; JORGE T.M. **O jornalista atuante nas novas mídias móveis: o perfil do editor de conteúdo noticioso para plataformas tablets e smartphones.** 2015.
- PALACIOS, M. **Jornalismo online, informação e memória: Apontamentos para debate,** 2002.
- PEREIRA, Fábio; NEVES, Laura Maria. **A entrevista de pesquisa com jornalistas: algumas estratégias metodológicas.** 2013.
- PRENSKY, M. **Digital Natives, Digital Immigrants.** MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001.

SALAVERRÍA, R. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, J. (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros Labcom, 2014. p.25-52.

SALAVERRÍA R.; GARCÍA AVILÉS. J.A.; MASIP P.M. “Concepto de Convergencia Periodística”. In: LÓPEZ GARCÍA, X.; PEREIRA FARIÑA, X. **Convergência Digital: Reconfiguración de los Medios de Comunicación en España**. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, 2010.

SALAVERRIA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Sol90media, 2008.

SALAVERRIA, R. **Redacción periodística en Internet**. Pamplona: EUNSA, 2005.

TEIXEIRA, T. “Projetos Pedagógicos em Tempos de Mudança no Jornalismo: desafios e alternativas”. In: MACHADO, E. (Org.). **O Ensino de Jornalismo na Era da Convergência: conceitos, metodologias e estudos de casos no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2011.