

A rotina produtiva sob impacto do uso de smartphones

Flora Leite Freire¹

Centro Universitário Brasileiro (Unibra)

Resumo: O presente artigo tem como objetivo ampliar a discussão sobre impactos de tecnologias na rotina produtiva das redações jornalísticas iniciada com a dissertação “As transformações nas rotinas produtivas das redações: Diário de Pernambuco e Jornal do Commercio”, publicada em 2018. Dentre as diferentes ferramentas tecnológicas observadas nesta pesquisa, optamos por analisar aqui o uso de smartphones, cada vez mais inseparáveis da atividade jornalística. A observação participante, realizada entre os meses de outubro e novembro de 2017 permitiu confirmar não apenas que as práticas mudam com as mudanças tecnológicas, mas também como elas mudam. Um exemplo seria a inserção de uma nova etapa: a replicação ou publicização de conteúdos.

Palavras-chave: rotina produtiva; smartphones; Diário de Pernambuco; Jornal do commercio; jornalismo.

1. Definindo a rotina produtiva

Ao contrário do que poderia se esperar, durante a pesquisa da dissertação “As transformações nas rotinas produtivas das redações: Diário de Pernambuco e Jornal do Commercio”, orientada pelo prof. Dr. Alfredo Vizeu, da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), não acompanhamos os repórteres pelas ruas. Isso porque nos interessava com-

¹ Professora do Centro Universitário Brasileiro (Unibra). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Graduada em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela UFPE. E-mail: profaflorelite@gmail.com.

preender um pouco mais da dinâmica da produção jornalística dentro das próprias redações. Acima de tudo, diante da hipótese de que as tecnologias estariam tornando os jornalistas cada vez mais sedentários em seu ambiente de trabalho.

Foi surpreendente, no entanto, constatar que em ambas as editorias analisadas- a de Cidades, do Jornal do Commercio (JC) e Local, do Diário de Pernambuco (DP)-, situadas na Região Metropolitana do Recife, era preferível que as redações ficassem vazias em determinados momentos, mas que os repórteres, ainda assim, estivessem do lado de fora, apurando os fatos.

Um exemplo foi quando fui recebida por um jornalista com espanto, no dia 23 de outubro de 2017, meu primeiro dia na redação do Diário de Pernambuco. Este repórter, que optamos por identificar como DPR3, insistia para que o acompanhasse para o lado de fora, dizendo: “Mas não tem rotina!! Só vou ficar aqui escrevendo o que já apurei” (FREIRE, 2018, p.86).

Logo percebi que a concepção de rotina produtiva por parte dos jornalistas pode diferir, em termos práticos, do conceito abordado por nós, pesquisadores. Segundo Vizeu (2014), a rotina em um meio televisivo, por exemplo, pode ser explicada da seguinte forma:

1- a chegada à redação, momento inicial de se inteirar de como o jornal começa a se organizar; 2- meio de manhã, quando os editores de texto já estão editando algumas matérias ou esperando para editar as que estão na rua; 3- o fechamento, já no final da manhã, quando se aproxima a hora do jornal entrar no ar e a correria é geral na redação (VIZEU, 2014, p. 84).

Wolf (2012), por sua vez, relembra que os processos de produção da notícia dependem de cada meio de comunicação, além de questões burocráticas e organizacionais de cada empresa de comunicação. Mas, ainda assim, tem posicionamento semelhante ao de Vizeu (2014) ao detalhar que existem três fases mais ou menos comuns a todas as redações, ao longo da rotina produtiva. São elas: a coleta, a seleção e a apresentação da notícia.

Com o uso de tecnologias móveis, computadores e, sobretudo, redes sociais, um dos detalhes que verificamos ao longo da pesquisa é que a rotina produtiva tende a se prolongar, de modo que é possível apresentar a notícia e, logo em seguida, alterá-la, acres-

centando mais informações. Este tipo de prática é frequente no webjornalismo e comum principalmente durante a elaboração de notícias (CANAVILHAS, 2019).

Dessa forma não faria sentido dizermos que a rotina produtiva de uma redação que também produz conteúdo online- como no caso do DP e do JC- se encerra com a “apresentação da notícia”, mas sim após suas sucessivas edições. Essa situação, que também foi enfrentada por alguns dos repórteres e editores analisados, tornou coerente a classificação das seguintes etapas na rotina produtiva: 1- seleção e apuração; 2-etapa de produção; 3-etapa de edição do conteúdo.

Posteriormente, ao longo de nossa pesquisa, constatamos ainda que, embora não seja regra geral, repórteres e editores vem assumindo, em suas rotinas e até mesmo após o expediente de trabalho, uma outra atividade: a replicação das notícias. Esta etapa consiste na postagem de notícias em redes sociais, seja da empresa ou em páginas pessoais na internet. O objetivo é gerar engajamento e trazer maior visibilidade àquilo que já foi publicado.

Esta atividade assumida voluntariamente por determinados jornalistas ocorre até mesmo quando a redação em que trabalham já possui uma editoria específica para o uso de redes sociais. Neste caso, ambas as redações analisadas possuem editorias do tipo, as quais têm como atribuições em comum serem responsáveis por repassar informações úteis às demais editorias, apurando-as sempre que necessário.

A tendência a que o jornalista exerça atividades que, em teoria não são- ou não deveriam ser- de sua competência ocorre sob a justificativa de processos gerados pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Estes processos são legítimos, no entanto, não raramente são utilizados como uma desculpa por parte das empresas para acúmulos de atividades por parte do profissional, como já alertado por Salaverria e Negro (2008).

2. Do computador de mesa aos smartphones

Em termos históricos, mudanças tecnológicas sempre condicionaram mudanças nas rotinas de editores e repórteres. No Brasil, a informatização nas redações ocorreu na década de 80, em redações como o Estado de São Paulo e Folha de São Paulo.

Conforme relata Villaméa (2008), com a substituição de máquinas de escrever por computadores de mesa, as redações se tornaram mais silenciosas. Além disso, folhas de carbono, seções de cartas dos leitores e até mesmo a função de revisor foram abolidas. Dentre os novos hábitos incorporados, estava o de salvar o texto sempre que possível.

Já em meados dos anos 90, um fator que viria a ter destaque na aceleração da rotina jornalística seria a origem de portais na internet. Dentre eles, o Universo On Line (UOL), até hoje utilizado pelos jornalistas do Sistema Jornal do Commercio de Comunicação, em que está situado o Jornal do Commercio. Nesta época, conforme explica Camargo (2008), a concorrência ocorreria não apenas entre os sites jornalísticos, mas também entre o jornal impresso e o online.

O Universo On Line (UOL), lançado experimentalmente em 1996 e fundido com o Brasil Online (do grupo Abril) em setembro do mesmo ano (na primeira associação de dois importantes conglomerados do setor de mídia no Brasil), tornou-se o líder entre os grandes portais de internet, posição que sustenta na primeira década do novo milênio (CAMARGO, 2008, p. 274-275).

No século XXI, no entanto, duas outras características chamariam atenção ao longo da rotina produtiva: a interação, por meio do uso de recursos como as redes sociais e a mobilidade, evidente no uso de tablets e smartphones.

Uma das pesquisadoras que acompanhou de perto a mudança nas interações com usuários no Brasil e no mundo foi Giovana Mesquita (2014). Em sua tese sobre a participação da audiência em redações jornalísticas, a autora ressalta que, já em 2007, o Diário de Pernambuco lançava um Fórum de discussão online chamado de “Cidadão repórter”. O objetivo era exercitar o jornalismo colaborativo por meio da participação de internautas. Na ocasião, os usuários interagiam como em uma rede social, podendo inclusive, postar fotos. A iniciativa substituíu o antigo modelo de “cartas à redação”.

Anos depois, em 2013, era lançado o aplicativo também denominado Cidadão Repórter, no site do Google Play. A intenção era facilitar a troca de informações entre o público e os veículos do grupo de comunicação do qual também fazia parte o Diário de Pernambuco. Tudo isso com o uso da tecnologia móvel, propiciada pela popularização dos smartphones.

Interessante perceber que, com o passar do tempo, veículos do Sistema Jornal do Commercio, incluindo o próprio JC, também se utilizaram de estratégias semelhantes às do DP, como a criação de editorias de redes sociais e de aplicativos para envio de in-

formações por parte do público. Nesta redação, o aplicativo criado foi o Comuniq, que também permite envios de imagens e de demais informações à redação, desde que seja feito um cadastro por parte do usuário (FREIRE, 2018).

Cabe destacar que, ainda nestas mesmas redações, a tecnologia móvel continuou presente por meio do uso de aplicativos comuns entre os internautas, como no caso do Instagram e do Whatsapp. A pressão do público e, principalmente econômica, para que as redações do DP e do JC adotassem este último aplicativo, fez com que as editorias tivessem que pensar em ações específicas, a exemplo da implantação de grupos ou listas de transmissão, conforme veremos adiante.

A essa altura, portanto, já existia um novo personagem em cena: o repórter que tinha como item imprescindível o smartphone. Agora repórteres até então pertencentes ao jornal impresso começavam a se desdobrar em atividades múltiplas, como a realização de postagens, gravação e edição de vídeo. Segundo Salaverría e Negredo (2008) esta é a faceta do profissional de jornalismo do século XXI, que se utiliza de diferentes linguagens, podendo, inclusive, trabalhar para diferentes veículos de comunicação.

Esta última característica, chamada pelos autores de convergência midiática (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008), pôde ser observada ao longo da pesquisa, sobretudo no Sistema Jornal do Comercio, que além de ter integração entre jornal impresso e online – tal como no Diário de Pernambuco-, possui dentro da mesma empresa veículos como rádio e televisão.

Em outras palavras, ao ter na palma da mão um aparelho que o torna capaz de captar áudio, vídeo e até mesmo produzir textos, o repórter teria a possibilidade de trabalhar simultaneamente para diferentes veículos de comunicação, tal como rádio, televisão, online e impresso. Essa nova possibilidade, nem sempre bem recebida pelos jornalistas, sobretudo os mais antigos na redação (FREIRE, 2018), passou a ser vista como uma vantagem econômica por parte das empresas.

Interessante perceber que, apesar das tensões presentes na rotina produtiva, a tendência ao uso de smartphones vem crescendo por parte dos usuários. Já em 2017, ano de realização da referente pesquisa no JC e no DP, o relatório da Pesquisa Nacional de Amostra por Domicílios Contínua – PNAD Contínua (IBGE, 2017), sobre as TIC, revelava que 93,5% dos lares brasileiros já continham um telefone celular. Isso ao mesmo

tempo em que o consumo de telefones fixos declinavam e o consumo de internet aumentava consideravelmente.

Para Canavilhas e Fidalgo o uso da tecnologia móvel não é apenas uma tendência, mas um caminho sem volta, agora que maioria dos usuários podem literalmente carregar todos os jornais no bolso, mediante o uso do próprio smartphone.

Para todos os efeitos, contudo, tanto as empresas do sector da informação noticiosa como a pesquisa em jornalismo têm de encarar o celular como um dispositivo fulcral e imprescindível na divulgação das notícias, como o último passo na cadeia que liga jornalista e leitor, ouvinte ou espectador. (CANAVILHAS; FIDALGO, 2016, p.8)

3. Impactos sobre a rotina produtiva do JC e DP

Partindo do raciocínio de Canavilhas e Fidalgo (2016), podemos dizer que ao unir vantagens como a mobilidade e a possibilidade de uso de redes sociais, smartphones hoje estão presentes em todas as etapas da rotina produtiva, que vão desde a seleção até a edição e replicação do conteúdo (FREIRE, 2018). Em cada uma das etapas é possível identificar formas de incorporação à rotina jornalística, como se pode observar no Quadro 1, abaixo:

Quadro 1: DP e JC: uso de smartphones em diferentes etapas

Seleção e apuração	Produção	Edição	Replicação/Publicização
Uso de aplicativos para contato com assessores de imprensa, ronda, entrevistas e recebimento de pautas por parte do público. Uso de aplicativos para distribuição de pautas.	Transmissão de conteúdo ao vivo, produção de fotos para serem utilizadas em textos, etc.	Edição de vídeo e imagem por meio de aplicativos.	Postagem de conteúdo em redes sociais como Instagram e aplicativos, a exemplo do Whatsapp.

Afim de compreender melhor como foram obtidas tais conclusões, trazemos a seguir um breve relato a respeito das observações participantes nas redações do JC e do DP, mas não sem antes detalhar a metodologia utilizada, a qual consistiu em observação participante (PERUZZO, 2005);(TRAVANCAS, 2005), com uso de diário de campo (MINAYO, 2016), além de registro fotográfico e perguntas aos jornalistas, como forma de complementar as informações.

Sobre o assunto, cabe destacar que a primeira editoria visitada durante esta pesquisa foi a de Local, do Diario de Pernambuco, o mais antigo em circulação na América Latina, localizado Avenida Marquês de Olinda, nº 133, bairro do Recife. A observação foi realizada durante uma semana, do dia 23 a 27 de outubro de 2017, das 14h às 18h.

Com objetivo de preservar a identidade dos jornalistas e garantir a qualidade da troca de informações, optamos por utilizar nomear os profissionais por meio de siglas. Dessa forma, os repórteres foram identificados no diário de campo como DPR1, DPR2, DPR3, DPR4, DPR5 e DPR6; os editores como DPE1, DPE2 e DPE3 e a estagiária presente durante nossa pesquisa foi identificada como DPES1. Ao todo, foram dez trabalhadores com o qual mantivemos contato.

A mesma metodologia foi aplicada na editoria de Cidades, do Jornal do Comercio, pertencente ao Sistema Jornal do Comercio de Comunicação, localizado na Rua da Fundação, nº 257, bairro de Santo Amaro, também no Recife. Lá a observação foi realizada dos dias 30 de outubro a 1 de novembro de 2017, das 14h às 18h, e depois retomada no mesmo horário nos dias 16 e 17 de novembro de 2017. Foram também dez trabalhadores analisados: sete repórteres, dois editores e uma estagiária. Os repórteres foram JCR1, JCR2, JCR3, JCR4, JCR5, JCR6 e JCR7; os editores JCE1 e JCE2 e a estagiária JCES1.

3.1 POR DENTRO DAS REDAÇÕES

Durante o processo de observação no Diario de Pernambuco, um fato inesperado ocorreu: os telefones ficaram mudos por três dias seguidos. O motivo apontado por um dos diretores seria a mudança de cabos da rede de telefonia. Este fato, porém, não comprometeu a pesquisa, tendo em vista que na maioria dos dias da semana a rotina dos

profissionais seguiu normalmente. Antes disso, no entanto, o contratempo enriqueceu os relatos, trazendo uma maior reflexão dos jornalistas sobre a dependência tecnológica.

Houve, inclusive, quem mencionasse o histórico do uso de tecnologias móveis na redação, que foi uma das primeiras a adotar o uso de celulares corporativos, prática inexistente na atualidade.

Segundo os repórteres DPR3 e DPR6, na gestão anterior da empresa, especificamente os que tinham blogs ou colunas haviam recebido telefones funcionais. No entanto, da mesma forma que os blogs se tornaram raros no DP, os celulares, do modelo Iphone 4, não teriam tido a licença renovada pela empresa, o que impossibilitou o uso destes aparelhos por qualquer pessoa na redação (FREIRE, 2018, p.88).

O DP também foi um dos primeiros a utilizar o aplicativo Whatsapp na redação. Ironicamente, porém, no momento da observação, os jornalistas utilizavam smartphones pessoais, pois a relação da empresa com o aplicativo não parecia ter sido positiva.

O DP foi um dos primeiros jornais a adotar o uso do aplicativo e divulgá-lo para a população na Região Metropolitana do Recife, porém, depois de um tempo, o app começou a ser temido pelos jornalistas. Isso ocorreu não apenas pela quantidade de informação disposta de forma linear, mas também pelo conteúdo que chegava às mãos dos profissionais: havia desde mensagens de “bom dia” até fotos de cadáveres. A carga de informações irrelevantes foi tanta que o Whatsapp passou a ser visto como uma “caixa de pandora” da redação e logo tornou-se inviável [...] (FREIRE, 2018, p.91).

Apesar de a empresa ter abolido o uso de um número institucional, devido às razões acima, os jornalistas continuaram utilizando o aplicativo, por meio de contas pessoais. A solução tornou-se polêmica, principalmente no que diz respeito à privacidade.

Nas palavras de DPR2, tanto o e-mail quanto o Whatsapp revelam limitações em termos de apuração e exposição excessiva dos jornalistas. “Você apura muito melhor conversando com a pessoa. Você não tem diálogo no e-mail. E agora ainda tem mais essa: tudo é Whatsapp. Isso é um saco porque você perde totalmente a sua privacidade. Se eu tivesse celular funcional ok, mas não é o caso. A pessoa sabe quando você está online e, por isso, pode interpretar errado quando você não pode ver a mensagem.” (FREIRE, 2018, p. 88).

Já um exemplo visto como positivo foi o caso da editora DPE2, que elaborara uma matéria tendo como base conteúdo disponibilizado em grupo do qual fazia parte no aplicativo. A informação foi obtida e a apuração também foi feita presencialmente por um dos repórteres. A pauta era sobre bandidos que teriam invadido uma escola particular da qual o filho da jornalista seria aluno.

A situação é semelhante à da repórter do Jornal do Commercio JCR6, que já havia elaborado reportagens especiais seguindo a mesma metodologia. Para ela uma vantagem do app é a possibilidade de se aproximar das pessoas que, em sua opinião, muitas vezes preferem ser entrevistadas ou ter o primeiro contato via internet.

Outra jornalista que não se incomodou em utilizar ao aplicativo foi DPR1. Ela explica que desde 2016, alguns assessores de comunicação vêm solicitando o envio de pautas via Whatsapp e fazendo o chamado “follow up”, ou seja, a confirmação do recebimento das pautas, por meio do mesmo aplicativo. Este tópico, por sua vez, trouxe preocupação à repórter especial DPR4, que mencionou ainda práticas como a criação de grupos por assessores, em que todos os jornalistas recebiam as mesmas informações ao mesmo tempo, diariamente. Para ela, isso significava um prejuízo para a “ronda” e até mesmo para o “furo jornalístico”.

Enquanto isso, a repórter DPR4 mostrou-se preocupada com a relação entre jornalistas e assessores na atualidade, sobretudo por meio de grupos no aplicativo. Para ela, o hábito dos repórteres receberem fotos, textos e vídeos pelo Whatsapp torna os jornalistas mais acomodados, desmotivando-os a buscarem versões diferentes da mesma história, além de gerar uma relação promíscua com assessores de imprensa. Ela classifica a comunicação das assessorias com jornalistas por meio de grupos como “massificada” e interpreta que algumas assessorias mandam matérias pelo app com a tese de facilitar a vida do repórter, mas que, no entanto, esta mesma prática pode ser utilizada como um meio de controle ou de “mordaca”, na medida em que exime o repórter da sua obrigação de entrevistar as fontes por telefone ou pessoalmente. (FREIRE, 2018, p.89).

Embora os aplicativos tenham sido apontados como uma ferramenta prática na transmissão de informações de texto, outra reclamação frequente foi a ausência de sincronia durante entrevistas, de forma que uma simples entrevista pode durar horas caso o entrevistado não responda imediatamente. Além disso, foram apontadas – em ambas as redações- a tendência à descontextualização de informações e à disseminação de notícias falsas, assim como a ausência de reunião de pauta, devido à praticidade para conversa com editores por meio do aplicativo.

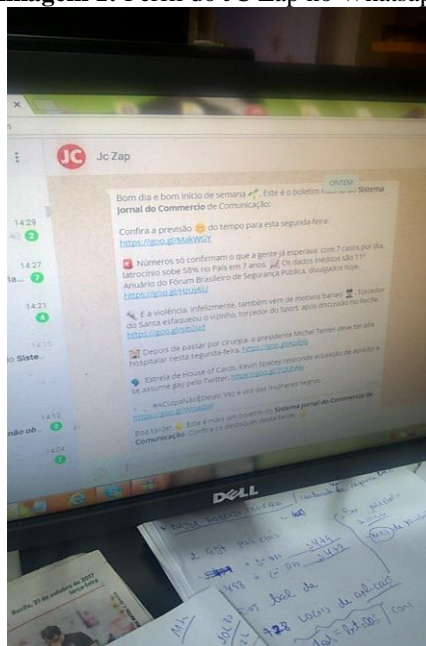
As mudanças no que diz respeito à ronda, à forma de contato com assessores de imprensa e com relação ao acesso a informações também foram apontadas por repórteres e editores do JC. No entanto, cabe ressaltar que em ambas as redações, os impactos do uso de smartphones na redação não se resumiram a hábitos gerados pelo uso do Whatsapp.

Em um dos primeiros dias na redação do Jornal do Commercio, ouvi o relato do repórter JCR3, que à semelhança de repórteres do DP, por diversas vezes produziu e enviou conteúdo, porém, em alguns casos, utilizando-se de smartphones cedidos pela empresa.

O repórter JCR3, cuja especialidade são assuntos relacionados a polícia, é um dos que costuma realizar este tipo de trabalho. Ele conta que certo dia foi acordado pelo editor JCE1 com uma ligação ainda de madrugada, para às 6h da manhã começar a gravação sobre uma rebelião que havia acabado de ocorrer em um presídio. “Nesse dia, fiz live do Facebook logo de manhã cedo. Então, os usuários já receberam a notificação assim que acordaram. Entrei via Skype no programa das 11h da TVJC, que funciona todos os dias, de segunda a sexta. Entrei e falei por telefone com o pessoal da Rádio Jornal Recife e a de Caruaru. Fiz takes para o pessoal no grupo da redação e aí a TV ficou livre para usar também. Também editei algumas imagens para internet nesse aplicativo aqui, o kinemaster” (FREIRE, 2018, p.110-111).

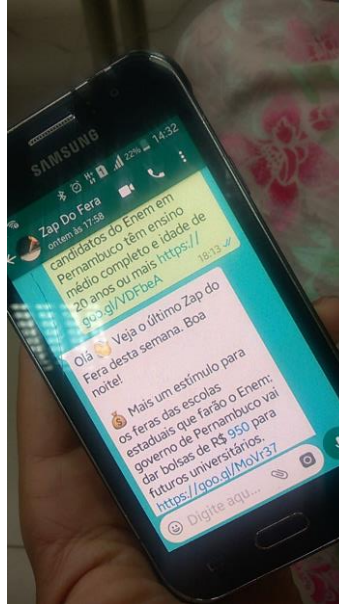
Interessante perceber que, no que diz respeito à postagem e replicação do conteúdo, ambas as empresas têm posturas diferentes. Como dito anteriormente, o DP optou por não disponibilizar mais um número oficial da empresa para contato com o público, devido à experiência negativa com a criação de grupos. Já o JC, optou por criar ferramentas como o “JC Zap”, administrado pela editoria de mídias sociais e “Zap do Fera”, ativo apenas em período de testes pré-vestibular e atualizado pela jornalista que mantém o Blog relacionado ao assunto.

Imagem 1: Perfil do JC Zap no Whatsapp



Fonte: Freire (2018, p.115)

Imagem 2: Perfil do Zap do Fera no Whatsapp



Fonte: Freire (2018, p.116)

O objetivo é que o leitor receba o conteúdo diretamente em seu celular, sob a justificativa de que, na atualidade, os usuários dificilmente acessam sites de notícias e, portanto, preferem se informar por meio das redes sociais. O jornalismo e o jornalista, portanto, teria que se utilizar de meios para aproximar-se das pessoas, levando à população a informação de qualidade.

Interessante perceber que alguns jornalistas do JC também participam desse processo, ainda que haja uma editoria específica para postagem em redes sociais.

A publicação em redes sociais, embora não seja uma obrigação por parte dos jornalistas, já foi voluntariamente aderida na rotina de alguns, a exemplo da repórter JCR4. A repórter costuma escrever textos de divulgação e postá-los nas redes sociais Facebook e Instagram do SJCC sempre que possível. O objetivo é divulgar matérias e programas seus que são veiculados ao vivo na webTV. Para isso, em uma rede social como o Instagram, por exemplo, ela possui diferentes perfis cadastrados em seu celular, permitindo que ora ela poste textos e imagens na sua página pessoal e ora na página da empresa (FREIRE, 2018, p.109).

No DP o mesmo acontece, a exemplo da repórter DPR4, que ao produzir uma matéria especial opta por postá-la em sua rede social, tendo muitas vezes que lidar com comentários ofensivos e “moderá-los”, sempre que necessário.

Diante de tanta exposição, nem sempre é fácil lidar com o público. A repórter DPR4 foi uma das que teve dificuldade em se adaptar a postagens em redes sociais. Apesar da familiaridade com o Facebook hoje em dia, ela explica que teve que enfrentar comentários ofensivos de usuários que se aproveitam do anonimato: “No começo eu me sentia agredida, hoje eu me divirto. Tem gente que

no comentário é agressiva e quando você vê o perfil é bem metida a meiga” (FREIRE, 2018, p. 93).

Os comentários aparecem em forma de notificações diariamente em seu smartpho-
ne, assim como boa parte do trabalho feito ao longo do dia, que é posto na “nuvem”
virtual e, portanto, pode ser acessado a partir de qualquer, a qualquer momento, desde
que haja acesso à internet.

4. Levando o trabalho no bolso

Se hoje em dia, como diria Canavilhas e Fidalgo (2016), é possível levar todos os
jornais no bolso, é possível também levar toda a redação em que o profissional trabalha.
Essa característica pode ser uma facilidade, mas ao mesmo tempo caracteriza-se como
uma notória dificuldade de distinção entre os momentos de trabalho e de descanso ou
lazer, gerando problemáticas com relação a direitos do próprio trabalhador.

Não somente nesta pesquisa, mas em pesquisas anteriores, como no trabalho de
conclusão de curso “A teoria na prática é outra? : condições de trabalho e aprendizado
percebidas por estagiários de jornalismo” (FREIRE, 2014), futuros profissionais comen-
tavam que se sentiam incomodados com o excesso de obrigação, simplesmente por te-
rem smartphones nas palmas das mãos. Soma-se a isso o fato de que, por vezes, se sen-
tiam frustrados ao não conseguirem atender a todas as demandas simultaneamente.

Por um lado as transformações na ronda, a baixa frequência – ou inexistência da-
reunião de pauta e a mudança na relação com assessores de imprensa e fontes de notí-
cias parecem estar cobrando do jornalista uma postura diferente. Por outro, o profissio-
nal que cobre cotidiano não descarta a importância de estar fora da redação, utilizando-
se da mobilidade para captar aquilo que é realmente importante, bem como melhorar a
qualidade de sua apuração.

A busca pelo contexto ou a maior contextualização de informações obtidas na
internet parece ser a chave, bem como a maior organização de funções e atividades que
parecem não estar adequadas às demandas atuais. Será que ainda vale a pena utilizar
termos como “jornalista do jornal impresso” ou “jornalista online”, se atualmente as
atividades extrapolam as nomenclaturas?

Será que o modelo de reunião via Whatsapp, que nem sempre favorece a comunicação sincrônica, é realmente eficaz? Ao que parece, empresas de jornalismo na atualidade desatentam para a verdadeira modernização do negócio, que consistiria em um planejamento que se adeque a um uso consciente de ferramentas tecnológicas nas redações.

Apesar disso, cabe destacar que nem todos os jornalistas desejam se adaptar a esse novo contexto. Há os que forçadamente postam conteúdos em redes sociais ou os replicam, fazendo esta que parece ser uma nova atribuição dos profissionais: publicar o conteúdo produzido. Alguns destes, mais experientes, ou seja, com mais tempo de carreira chegaram a questionar: E se em algum momento as redes sociais ou a própria internet der uma pane? E se o gravador do celular não funcionar? Para estes, os novos métodos não deveriam excluir os antigos. É com esse pensamento que muitos ainda recorrem ao bloquinho de anotações.

Referências

CAMARGO, Cláudio. O meio é a mensagem: a globalização da mídia. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina (Orgs). **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2008.

CANAVILHAS, João; FIDALGO, Antônio. **Todos os jornais no bolso**: pensando o jornalismo na era do celular. Universidade da Beira Interior. Disponível em: <<http://webx.ubi.pt/~fidalgo/antonio-fidalgo-canavilhas-todos-jornais-bolso.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2016.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo**: da pirâmide invertida à pirâmide deitada. Universidade da Beira Interior. Disponível em: <www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornalismo-piramide-invertida.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2019.

FREIRE, Flora Leite. **A teoria na prática é outra?** : Condições de trabalho e de aprendizado percebidas por estagiários de jornalismo. 2014. 49 p. Monografia (Graduação em Jornalismo) – Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

_____. **As transformações nas rotinas produtivas das redações**: Diário de Pernambuco e Jornal do Commercio. 2018. 152 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2018.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua** - PNAD Contínua: TIC 2017. Rio de Janeiro, 2018.

Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23445-pnad-continua-tic-2017-internet-chega-a-tres-em-cada-quatro-domicilios-do-pais>>. Acesso em: 16 jul.2019.

MESQUITA, Giovana Borges. **Intervenho, logo existo**: a audiência potente e as novas relações no jornalismo. 2014. 196 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014.

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

TRAVANCAS, Isabel. **Fazendo etnografia no mundo da comunicação**. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

VILLAMÉA, Luiza. **Revolução tecnológica e reviravolta política**. In: MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina (Orgs). História da imprensa no Brasil. São Paulo: Contexto, 2008.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia**: os bastidores do telejornalismo. 5.ed. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014. 139 p.

WOLF, Mauro. **Teoria das comunicações de massa**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2012.