



## Mudanças no mundo social do jornalismo: transformações na rotina produtiva de uma TV universitária

**Gabriela Silva Meneses<sup>1</sup>.**

Universidade de Brasília (UnB).

**Resumo:** O presente trabalho tem como objetivo analisar transformações na rotina produtiva de jornalistas que atuam em uma TV universitária, a partir da perspectiva teórica dos mundos sociais. Os dados foram colhidos, entre abril e maio de 2019, por meio de observação participante, realizada em uma universidade pública federal, e entrevistas informais com jornalistas e outros profissionais que trabalham na produção de conteúdo da instituição. Este artigo se detém a descrever a rotina de um dos setores de comunicação da universidade, a TV universitária. A partir disso, analisa três aspectos do mundo social do jornalismo que sofreram mudanças e consequentemente provocaram transformações na rotina produtiva: **divisão de tarefas e hierarquias; convenções e redes de cooperação.**

**Palavras-chave:** jornalistas; mundo social; hierarquias; convenções; redes de cooperação.

### 1. Introdução

O jornalismo é uma atividade coletiva. Não se concebe nenhum produto gerado por jornalistas, como um jornal impresso, uma revista, um noticiário de TV ou de rádio, que não conte com a participação de outros atores sociais. É necessário ter um técnico em audiovisual que seja capaz de colocar os equipamentos para funcionar, uma equipe

---

<sup>1</sup> Mestre em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Jornalista da Universidade Federal do Cariri (UFCA). E-mail: gabrielasmeneses@gmail.com.

que atue na impressão da revista e mesmo pessoas que sejam responsáveis por distribuir e vender os jornais diariamente. Nesse aspecto, o jornalismo pode ser considerado um mundo social (TRAVANCAS, 1993; PEREIRA, 2018; LANGONNÉ et al, 2019) em que há interações e negociações (STRAUSS, 1978), resultando em **divisão de tarefas e hierarquias; convenções** (BECKER, 1974), que facilitam o trabalho desenvolvido pelas pessoas envolvidas; e **redes de cooperação** (BECKER, 1974).

A perspectiva dos mundos sociais (STRAUSS, 1978; STRAUSS, 1999; BECKER, 1974; BECKER, 1976), que pode ser aplicada para a compreensão do jornalismo e de tantos outros agrupamentos, como o mundo da arte (BECKER, 1974), da moda, do crime, do drama (STRAUSS, 1999), tem base na tradição do interacionismo simbólico, desenvolvido na Escola de Chicago<sup>2</sup>. Está focada em discursos e no caráter simbólico, como pertencimento e identidade, mas tem implicações práticas para questões como atividades, membros, lugares, tecnologias, organizações (STRAUSS, 1978). Becker (1976), ao estudar o mundo da arte, define um mundo como um agrupamento de pessoas e organizações que produzem algo que o próprio mundo estabelece como sendo daquele mundo. Esses agrupamentos, entretanto, não se constituem em uma organização estanque, caracterizam-se pelo caráter “frouxo e difuso” (STRAUSS, 1999), inclusive de mudanças e intersecções entre submundos e mundos diversos.

Ao aplicar a perspectiva de mundos sociais para o jornalismo, Pereira (2018) defende que é preciso considerar todas as pessoas que participam desta atividade coletiva. A produção de notícias, por exemplo, “depende da coordenação desse coletivo de atores e do conjunto de escolhas e negociações às quais eles estão envolvidos (PEREIRA, 2018, pág. 399). Considerando o jornalismo como um mundo social, o presente trabalho pretende analisar transformações na rotina produtiva dos jornalistas que atuam em uma TV universitária. Os dados foram colhidos, entre abril e maio de 2019, por meio de observação participante, realizada em uma universidade pública federal, e entrevistas informais feitas com jornalistas e demais profissionais que atuam na produção

---

2 Desenvolvida na Universidade de Chicago no início do século XX, a Escola de Chicago nasceu com o objetivo de desenvolver estudos sobre os problemas sociais norte-americanos, como a imigração. A ideia era construir uma ciência social com bases empíricas, influenciada pela sociologia, a filosofia, a antropologia e a psicologia social, e que focava fortemente nas reflexões sobre a relação indivíduo e sociedade (VELHO, 1999).

de conteúdo na instituição. O registro foi feito em um caderno de campo. Os resultados aqui apresentados estão focados em dois dias de observação da TV universitária<sup>3</sup>, ocorridos no dia 17 de abril e no dia 8 de maio de 2019. As identidades da universidade e dos participantes serão mantidas em sigilo a pedido de alguns e para preservação deles.

## 2. Descrição do campo

A investigação<sup>4</sup> começou no dia 10 de abril de 2019 pela assessoria de comunicação, a partir de uma conversa inicial com o coordenador de comunicação para compreender a estrutura, o funcionamento e algumas questões e dificuldades do setor, já que, no caso da universidade escolhida, a TV é um braço da assessoria. Não se trata de uma emissora – não está em canal aberto ou fechado –, mas de uma parte da equipe da assessoria de comunicação. Não houve dificuldades no recebimento da autorização para passar esse período frequentando e estudando as estruturas de comunicação da universidade. Pelo contrário, desde o primeiro contato com o coordenador do setor via WhatsApp, ele foi bastante receptivo, colocando-se à disposição para contribuir com as informações necessárias. Antes da chegada da pesquisadora, o chefe também já havia informado aos profissionais os objetivos da pesquisa, de modo que não houve empecilhos para circular nos espaços e nem para entrar em contato com os participantes. De uma maneira geral, as equipes foram receptivas e disponíveis.

Durante esse período de observação participante, a TV estava passando por um processo de mudanças. Após o encerramento de um contrato de serviço terceirizado, a equipe de jornalistas perdeu o corpo técnico (cinegrafista, operadores de mesa de edição). Ficaram então cinco jornalistas: duas pela manhã, uma que fica parte da manhã e parte da tarde e duas à tarde. O número caiu ainda para três, já que uma das jornalistas foi remanejada para outro setor temporariamente e outra estava de licença. Além delas, havia dois bolsistas que cumpriam 12 horas/semanais. Essa redução exigiu uma readaptação. Com a equipe técnica completa, a TV produzia um programa, dois quadros e uma participação no boletim de comunicação interna que vai para os servidores. Sem equipe, as jornalistas deixaram de produzir o programa na íntegra, mas continuaram fazendo

---

3 Os dados utilizados neste trabalho fazem parte de uma pesquisa mais ampla já concluída.

4 A investigação da pesquisa completa.

matérias com o próprio celular e os quadros, com o auxílio dos dois bolsistas (jornalismo e estilismo e moda).

A rotina a ser descrita corresponde ao que foi observado durante o período em que estive presente na universidade e que passou a fazer parte do cotidiano da equipe em 2019.

Entre 7h e 8h da manhã, costumam chegar duas jornalistas. Enquanto uma delas trabalha na produção de uma matéria – agendamento de horário de entrevistas, pesquisa do tema, confirmação dos entrevistados – a outra se dedica à edição de uma reportagem. A TV contava com um programa e alguns quadros. No entanto, após a redução de pessoal, passou a ter apenas os quadros e algumas reportagens publicadas diretamente no canal do YouTube. No meio da manhã, chega mais uma jornalista que ficava um período da manhã e mais um período da tarde. Ela, juntamente com os bolsistas, dedica-se principalmente a um dos quadros da TV que tem como público-alvo os estudantes e que busca ouvir a opinião deles sobre um tema polêmico que está sendo veiculado na mídia. Como não há programa regular, o cotidiano das jornalistas é bem flexível, podendo mudar, a depender das demandas que surgem na assessoria de comunicação. Em alguns momentos, encontrei a equipe na assessoria de comunicação e na rádio, buscando encontrar soluções para as demandas delas ou mesmo trabalhando em conjunto com os outros jornalistas em alguma matéria.

A mudança na equipe exigiu a adequação a novos desafios. “*Estamos sem equipe técnica, mas avaliamos que não poderíamos parar a produção de conteúdo. Temos um canal no YouTube com quase 10.500 seguidores e fazemos material também para as redes sociais*”<sup>5</sup>, explicou uma das jornalistas. A ideia foi, então, gravar as matérias com os celulares pessoais das próprias jornalistas e elas mesmas editarem. Uma delas tem mais afinidade com os programas de edição e dedicou-se esse trabalho. “*A gente tem aproveitado para dar uma modernizada, testar formatos, sair da zona de conforto. A tendência do jornalismo é ser multimídia*”<sup>6</sup>, argumentou uma das jornalistas. Outra jornalista disse que elas optaram por continuar produzindo material, mesmo nessas condi-

---

<sup>5</sup> Diário de campo, 17/04/2019.

<sup>6</sup> Diário de campo, 17/04/2019.

ções reduzidas, pois, se fossem para outro setor, correriam o risco de não voltar mais para a TV, já que seriam absorvidas por outras demandas.

As sugestões de pautas chegam por muitos meios. Como a TV é um braço da assessoria de comunicação e não uma emissora, boa parte das demandas vem da própria assessoria, em uma tentativa de integrar a produção da assessoria, da TV e da rádio. Elas recebem demandas do chefe da comunicação, que vem da reitoria; utilizam as matérias do portal e ampliam para o formato de vídeo; fazem uma busca ativa entrando em contato com os departamentos e as coordenações para saber se há eventos ou pesquisas interessantes. Não há uma quantidade grande de sugestões de pautas por parte da comunidade acadêmica, como a assessoria de comunicação recebe, nem demandas dos veículos de comunicação externos, que costumam solicitar à assessoria de comunicação fontes para suas matérias ou respostas institucionais da universidade.

A escolha do que vai se transformar em vídeo ou não fica à critério das próprias jornalistas, mas elas, por princípio, atendem a uma expectativa da administração superior e da chefia do setor. Houve um tempo em que elas tinham liberdade para pautar temas diversos, sem se prender a temáticas específicas da universidade. No entanto, na época da pesquisa, havia ficado decidido que as sugestões que viram notícia deveriam ser todas relativas a temas da própria instituição. Segundo relatos das jornalistas, não houve resistência para essa mudança, apesar de uma certa insatisfação com o que elas consideram como o lado jornalístico de cada uma. *“A gente tinha acesso ao mundo, antes nosso programa era mais interessante. Mas foi acontecendo, a gente obedece ordens. A comunicação reflete muito da sua gestão”*<sup>7</sup>, disse uma das jornalistas.

Outra jornalista da TV, em uma ocasião diferente, também fez a mesma reflexão:

*Aqui tem um viés institucional. A gente tenta falar mais para nós [comunidade interna] do que para a comunidade externa. O público-alvo é a comunidade acadêmica. A gente já teve momentos de fazer algo mais próximo da comunicação pública. Hoje é mais institucional. Comunicação na universidade é também institucional, mas eu atribuo isso [a mudança de concepção do que vira pauta] à forma como a gestão superior vê a comunicação*<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Diário de campo, 08/05/2019.

<sup>8</sup> Diário de campo, 17/04/2019.

Apesar de seguir a esses princípios gerais, no dia a dia, não há interferência diária, nem do chefe de comunicação, nem da administração superior. As próprias jornalistas, dentro das convenções que foram sendo estabelecidas, têm autonomia para definir as pautas, a partir daquilo que foi sugerido. Vira matéria somente aquilo que é referente à universidade, mas isso não quer dizer que são só temas relacionados à reitoria ou à administração superior. Acreditam que fazem comunicação da universidade, contemplando toda a comunidade acadêmica. *“Para fazer isso, a gente tenta fazer matérias diferentes em que várias pessoas estão envolvidas, a gente não tá só falando que o reitor fez isso ou aquilo. A gente se vê como um canal para comunicar o que a universidade faz, como uma prestação de contas”*<sup>9</sup>. Os formatos dos produtos levam em consideração aquilo que elas denominam como critérios tradicionais do jornalismo e não precisam de uma aprovação prévia, antes de serem colocados nas redes sociais. *“Só se for alguma matéria mais polêmica e isso acontece muito raramente”*<sup>10</sup>, disse uma das jornalistas.

Durante o trabalho diário, as jornalistas estão sempre em contato umas com as outras. Dão opinião na matéria produzida pela colega, tiram dúvidas, sugerem e ajudam a encontrar soluções, principalmente nesta fase sem a equipe técnica. Além disso, elas, de vez em quando, conversam sobre situações da vida pessoal ou sobre a política nacional. Nos dias em que estive presente, as jornalistas foram extremamente receptivas, travando inclusive diálogos sobre minha pesquisa, escolhas profissionais que acabam impactando a vida pessoal e política. O grupo possui uma certa homogeneidade. São cinco mulheres que trabalham juntas há cerca de dez anos, com alguns intervalos entre licenças e períodos fora da instituição. Nos dias em que estive presente, não presenciei nenhuma situação de divergência entre elas, pelo contrário, mesmo conversando separadamente com as jornalistas, foi perceptível uma unidade no discurso.

Diante do cenário descrito acima, pensando nas mudanças que ocorreram ao longo do tempo na TV e na ausência de um grupo de profissionais que atuava juntamente com as jornalistas em todo o processo de produção, essa pesquisa pretende refletir sobre transformações na rotina produtiva da equipe. Como já citado anteriormente, o

---

<sup>9</sup> Diário de campo, 08/05/2019.

<sup>10</sup> Diário de campo, 08/05/2019.

jornalismo é um mundo social que pressupõe a colaboração de diversos atores, que não são necessariamente jornalistas, na produção de um resultado final (PEREIRA, 2018). Entretanto, caracteriza-se por possuir um caráter “frouxo e difuso” (STRAUSS, 1999), podendo ocorrer mudanças e intersecção entre submundos e outros mundos sociais. Adiante serão analisados três aspectos do mundo social do jornalismo que sofreram mudanças na TV universitária - **divisão de tarefas e hierarquias; convenções e redes de cooperação** - e como transformaram a rotina produtiva do setor.

### 3. Análise

A TV universitária, na estrutura administrativa da instituição pesquisada, faz parte do setor de comunicação, composto por assessoria, TV, rádio e marketing. Hierarquicamente, este setor está subordinado à gestão superior da universidade, que é representada pela reitoria. As jornalistas da TV, portanto, além de estarem submetidas a uma chefia direta, seguem princípios que também vão sendo definidos pela gestão superior. Esses acordos e direcionamentos formais, entretanto, não são fixos. No dia a dia da equipe da TV são necessários diálogos, conversas, embates e acordos para que os profissionais cheguem ao fim almejado: a produção de conteúdo audiovisual noticioso. A partir dessa interação com os demais atores sociais, vão sendo definidas as divisões de tarefas, as hierarquias informais e formais e as mudanças na estrutura da equipe. É o que se chama de **negociação**, dentro do contexto dos mundos sociais. De acordo com Strauss (1978), essas negociações ocorrem em espaços – não necessariamente físicos – chamados de arena.

A estrutura da TV foi criada em 2007, a partir da ideia de um programa que veiculasse notícias da universidade. Logo depois disso, nos anos seguintes, foram contratados, via concurso público, jornalistas que ficassem diretamente lotados nesta equipe. Para que o trabalho pudesse funcionar a contento, a universidade também contratou profissionais técnicos para atuar na captação de imagens e na edição dos produtos audiovisuais. A equipe completa, no final de 2018, funcionava com cinco jornalistas, três cinegrafistas e dois editores de imagem, além do suporte dos estudantes bolsistas. O setor tinha a atribuição de produzir um programa de TV, além de outros quadros meno-

res para o canal do YouTube e uma matéria de vídeo para o boletim de comunicação interna.

A divisão de tarefas dentro da equipe sempre seguiu às formalidades dos cargos e dos contratos. No entanto, houve negociação informal de quem fica mais à frente de determinadas tarefas. Dessa forma, tem jornalista que trabalha na produção, outras em reportagem e apresentação de programas e ainda outras no acompanhamento da edição, enquanto os cinegrafistas filmam (sozinhos ou acompanhados por jornalistas) e os editores de imagem fazem o trabalho de montar o produto final, sob a supervisão das jornalistas. Apesar de formalmente não haver uma hierarquia entre jornalistas e técnicos, e ambos serem geridos pelo mesmo chefe do setor de comunicação, segundo relatos das jornalistas, existe uma supervisão do trabalho dos técnicos por alguma jornalista, como se houvesse uma nomeação temporária e informal de uma jornalista como líder da equipe que está trabalhando diretamente em um produto final.

Essa era a negociação que já estava estabelecida para o funcionamento do setor. No entanto, no começo de 2019, houve um rompimento com a saída da equipe de técnicos. E, a partir disso, as jornalistas precisaram negociar a divisão de tarefas de uma outra forma. Sem os técnicos, elas poderiam ser remanejadas para outros setores ou optar passar pelas mudanças necessárias. Escolheram a última opção. No momento da observação participante, as jornalistas já não contavam mais com os técnicos. Estabeleceram uma nova rotina produtiva, com nova divisão de tarefas e mudanças nos produtos. O programa de TV não está sendo mais produzido. São feitas matérias isoladas em vídeo e dois quadros para alimentar o canal da TV no YouTube. A produção de uma matéria em vídeo para o veículo de comunicação interna também permanece. Elas também tiveram de aprender novas habilidades e funções.

Para uma das jornalistas, que se divide entre as atribuições de repórter e de editora de vídeo, a mudança foi uma chance de *“dar uma modernizada, testar formatos”*<sup>11</sup>. Uma outra jornalista acredita que a mudança era necessária pelas questões estruturais das universidades, como a falta de recursos para contratação de mais pessoal, principalmente num período em que há ameaça de corte de gastos constantemente para essas instituições públicas, e também exigência de adaptação da equipe às novas linguagens

---

11 Diário de campo, 17/04/2019.



mediáticas. *A TV mudou também, a Internet deu novos ares. Precisamos entrar nessa por uma questão de mercado e sobrevivência. A gente não sabe como serão os recursos*”<sup>12</sup>.

As jornalistas da TV universitária assumiram, em partes, as funções dos câmeras e editores de vídeo. Não consideram, portanto, que sejam atribuições específicas somente dos técnicos, mas que estão dentro do escopo de atividades do jornalista nessa sociedade moderna. Elas não conseguem fazer todas as produções que eram realizadas com a equipe completa, mas desenvolvem alguns produtos e têm testado outros formatos para web. Permaneceram com uma certa divisão de tarefas, já que algumas jornalistas têm mais habilidades de editar vídeos ou de apresentar, por exemplo, mas as atividades estão bem mais entrelaçadas (todas fazem de tudo) e menos compartimentalizadas. Quanto à hierarquia informal, entre elas praticamente é inexistente. Cada uma cuida do produto que está desenvolvendo, muitas vezes por sugestão própria, e elas costumam pedir ajuda umas às outras, quando precisam de uma ideia para fechar uma matéria, uma pauta ou manusear algum equipamento ou software de edição.

Não foi a primeira vez que mudanças relativas à hierarquia e divisão de tarefas ocasionaram transformações na rotina produtiva. Como já citado acima, ao longo do tempo, com a mudança da gestão da universidade, as jornalistas passaram a trabalhar a partir de diferentes entendimentos. Com uma nova gestão universitária e um novo entendimento sobre o funcionamento da TV, foram modificados critérios de escolha daquilo que é noticiado nas produções. A comunicação da TV, conforme a equipe, tornou-se mais institucional, por focar em divulgar somente informações relacionadas à própria instituição.

Os mecanismos de negociação para que a TV funcione são organizados em torno de **convencões**. No mundo social, as convenções facilitam a atividade coletiva, otimizando o tempo e a energia dedicados ao objetivo último (BECKER, 1974). Essas convenções podem estar escritas em documentos como normas pré-estabelecidas ou se darem a partir das necessidades (técnicas ou de habilidades, por exemplo) ou de mudanças (ideológicas, como a forma de conceber uma determinada atividade) que vão ocorrendo ao longo do tempo. As convenções, mesmo já estabelecidas, não são fixas ou imutáveis

---

12 Diário de campo, 17/04/2019.

(LANGONNÉ et al, 2019). As situações mudam. Saber das convenções de um determinado grupo e acompanhar as mudanças contribui para facilitar a chegada ao resultado final.

Quando um desses atores participantes do mundo social, com maior ou menor influência, não compartilha das mesmas convenções, os impasses e as dificuldades começam a aparecer. Isso pode atrapalhar a atuação da equipe em busca do produto final ou provocar uma inovação. Os cinegrafistas, por exemplo, em determinadas situações precisavam fazer filmagens sozinhos. Se o profissional ainda não entendesse ou não soubesse as convenções que orientam aquele trabalho, poderia fazer imagens que não serviriam para o produto final que seria desenvolvido posteriormente. Da mesma forma, quando a gestão superior, o chefe da comunicação e os jornalistas entre si não estão de acordo com os critérios estabelecidos para transformar um acontecimento em uma matéria de vídeo, não se chega a um produto final a tempo. Por outro lado, a saída do corpo técnico da TV, que já era uma convenção estabelecida na rotina produtiva, trouxe para as jornalistas novas formas de cooperação e conseqüentemente nova convenção foi estabelecida. Com isso, as jornalistas começaram a testar novos formatos, inovando a forma de abordar os conteúdos.

No caso da TV universitária, a gestão da universidade, o chefe da comunicação, as jornalistas e os técnicos que estavam na equipe precisavam compartilhar dos mesmos critérios de escolha daquilo que se tornará pauta ou não e da forma de produzir essa pauta. Esses critérios, além da linguagem e do formato dos vídeos produzidos pela equipe da TV universitária, foram sendo modificados ao longo da história do setor, como já citado acima. De acordo com uma das jornalistas, no começo, era possível fazer matérias sobre assuntos diversos e não necessariamente somente aquilo que ocorria na universidade ou que tinha relação direta com a instituição. *“Dependendo do reitorado, a gente se sentia fazendo mais jornalismo [pautas além dos temas da universidade] (...) Mais recentemente nos tornamos mais comunicação institucional (...)”*<sup>13</sup>, explicou uma das jornalistas, mostrando a mudança editorial na rotina produtiva da equipe, a partir da negociação de um conjunto de convenções com a reitoria. Apesar de considerar mais interessante trabalhar com temas gerais, ela compreende a mudança como algo impor-

---

13 Diário de campo, 17/04/2019.

tante para a comunicação da universidade. “*A universidade precisa se comunicar com a sociedade*”<sup>14</sup>.

Atualmente, todos os produtos da TV têm como foco a divulgação de ações e eventos da universidade, com uma pequena exceção: um quadro que aborda temáticas que estão circulando na mídia e na sociedade em geral, mas que, mesmo assim, entrevista os estudantes da própria instituição. Não é necessário que alguém da gestão superior ou que o chefe da comunicação estejam diariamente na TV para observar se os produtos seguem a essa determinação. Como se tornou uma convenção, os profissionais já consideram como algo estabelecido e não ficam questionando a todo instante se deve ser assim ou não. Apesar de estabelecida no momento, uma convenção pode mudar e passar a valer uma outra que seja bem diferente.

Com a saída dos técnicos, por exemplo, a convenção dos critérios daquilo que pode vir a virar pauta permanece a mesma, no entanto nem todo tipo de cobertura se transforma em uma matéria de vídeo, porque não é possível fazer. Ou seja, a convenção tem passado por mudanças, devido aos constrangimentos estruturais. A linguagem e o formato dos vídeos, que já seguiam a convenções estabelecidas pelas jornalistas e pelos técnicos, que vêm do mundo social do jornalismo de TV, também estão se modificando. A linguagem das redes sociais e o formato de vídeos para YouTube são diferentes de matérias que são feitas para um programa que também será veiculado na TV. Nesse caso, as jornalistas têm buscado testar formatos e estabelecido novas convenções que se deslocam do mundo social do jornalismo de TV para o mundo social da produção de conteúdo para redes sociais. “*A gente tem muito mais respostas das redes do que da TV*”<sup>15</sup>, disse uma das jornalistas, enfatizando uma das mudanças que é o *feedback* mais ativo do público que acompanha as produções.

O trabalho dos jornalistas, portanto, depende das **redes de cooperação**, com as quais o profissional estabelece negociações e convenções. Para Becker (1974), não se pode imaginar, por exemplo, uma arte que dependa de somente uma pessoa, pois todas as artes conhecidas envolvem uma rede elaborada de cooperação. O mesmo ocorre no jornalismo. A cooperação (ou a sua ausência) pode ajudar ou dificultar a produção da

---

14 Diário de campo, 17/04/2019.

15 Diário de campo, 17/05/2019.

equipe e até mesmo mudar uma convenção, como visto acima. Na TV universitária, ficou evidente que, por mais que as jornalistas estivessem presentes e dispostas a mudar um conjunto de convenções, com a saída dos técnicos uma rede de cooperação se desestruturou, provocando transformações que vieram a dificultar o trabalho diário e exigir uma adaptação. Elas tiveram de desenvolver novas habilidades, repensar a própria função dentro da universidade, estabelecer uma nova rotina de trabalho e uma outra divisão de tarefas, além de reduzir a produção semanal da equipe.

Apesar da ausência dos cinegrafistas e editores de imagem que modificou consideravelmente a divisão de tarefas e as convenções, existem outras redes de cooperação que contribuem para que a rotina produtiva seja estabelecida. Além da rede de cooperação entre os próprios jornalistas, sejam as que trabalham diretamente juntas no setor ou com aqueles que estão na assessoria de comunicação, na sugestão e no diálogo sobre as pautas, por exemplo, a equipe conta ainda com a colaboração da gestão superior da universidade, dos professores, dos técnico-administrativos e dos estudantes. Se esses atores não atuam como uma rede de cooperação que tem a intenção de colaborar com o trabalho dos jornalistas, muitos produtos passam a não poder ser feitos ou feitos de outra maneira.

No caso da TV universitária, quando a gestão superior não consegue fechar a contratação de profissionais ou aquisição de materiais, a equipe se desestrutura e não é possível fazer todas as produções previstas. A gestão superior também atua como chefia em um grau hierárquico acima, podendo estabelecer mudanças que deverão ser absorvidas pela equipe da TV. Atua ainda como fonte, repassando informações, em nome da universidade, para as jornalistas fazerem a divulgação. Os professores e os técnico-administrativos também cooperam como fontes em temas administrativos, promoção de eventos universitários e divulgação de pesquisas e projetos da universidade. Se um desses atores decide não colaborar mais, as jornalistas da TV não terão pautas suficiente para produzir o conteúdo audiovisual. Por fim, os estudantes colaboram como bolsistas, diretamente na produção de alguns quadros e matérias, ou como fontes de eventos que ocorrem na universidade e projetos que podem ser divulgados. Sem os estudantes, a equipe precisaria reduzir ainda mais a produção e não contaria com essas fontes para matérias.

#### 4. Considerações

Diante do exposto, ficou evidente que o funcionamento de uma TV universitária, depende de uma rede de cooperação maior e mais complexa, além da presença dos jornalistas. São cinegrafistas, editores de vídeo, gestores, professores, técnico-administrativos que juntos atuam na rotina produtiva do setor, colaborando para que a produção do conteúdo noticioso seja executada. Essa cooperação é estabelecida por meio de negociações feitas ao longo do tempo, que dão origem a convenções que orientam o trabalho de todos os membros do mundo social. Toda essa engrenagem constitui-se no mundo do jornalismo, que está em intersecção com submundos e outros mundos. Nesse caso, existe uma relação mais visível com o mundo do audiovisual, o mundo da universidade, o mundo do jornalismo de TV, o mundo do serviço público.

A intenção deste trabalho foi abordar transformações na rotina produtiva, a partir de mudanças no mundo social do jornalismo, no âmbito da TV universitária. No aspecto da hierarquia e divisão de tarefas, as transformações na rotina produtiva já vinham ocorrendo ao longo do tempo, com a mudança da gestão da universidade. Com uma nova gestão e um novo entendimento sobre o funcionamento da TV, foram modificados critérios de escolha daquilo que é noticiado nas produções. A comunicação da TV, conforme a equipe, tornou-se mais institucional. Em 2019, com a saída do corpo técnico, mais uma mudança: as jornalistas assumiram boa parte das funções dos câmeras e editores de vídeo. Com esse acúmulo de funções, alguns produtos não tiveram continuidade e foi necessária uma readequação da rotina de produção, com nova divisão de tarefas e como a elaboração de novos produtos.

As mudanças no mundo social da TV universitária também foram modificando, ao longo do tempo, um conjunto de convenções estabelecidas pela equipe. A mudança de gestão da universidade influenciou significativamente a linha editorial que define os temas abordados nas produções. Com a saída dos técnicos, essa convenção não se alterou. Por outro lado, o constrangimento estrutural da falta de técnicos dificultou o andamento de algumas produções. Nem tudo aquilo que regularmente seria um pauta se transforma em uma matéria de vídeo, porque não é possível devido ao tamanho da equipe e ao conhecimento limitado da equipe em cinegrafia e edição. A linguagem e o for-

mato dos vídeos, que já seguiam a convenções estabelecidas pelas jornalistas e pelos técnicos, também se modificou, afastou-se mais do formato tradicional de TV e se aproximou dos formatos das redes sociais.

Diante do exposto, é possível identificar, no caso da TV pesquisada, que as mudanças na rede de cooperação – alterações na gestão da universidade e ausência do corpo técnico – trouxeram transformações na rotina produtiva. Na TV universitária, ficou evidente que, por mais que as jornalistas estivessem presentes e dispostas a mudar um conjunto de convenções, com a saída dos técnicos uma rede de cooperação se desestruturou, provocando transformações que vieram a dificultar o trabalho diária, exigir uma adaptação e modificar a forma de fazer. Elas tiveram de desenvolver novas habilidades, repensar a própria função dentro da universidade, estabelecer uma nova rotina de trabalho e uma outra divisão de tarefas, além de reduzir a produção semanal da equipe, com novo formato e nova linguagem.

Por fim, a abordagem dessa pesquisa levou em consideração o mundo do jornalismo como um mundo social, em que não só o jornalista tem sua importância no processo, mas todos aqueles que fazem a engrenagem do jornalismo funcionar. Pensando em mundo social, outros aspectos podem ser investigados, como, por exemplo, o papel dos consumidores e usuários das notícias nas mudanças dentro de um agrupamento (LANGONNÉ et al, 2019). Tradicionalmente, as investigações nessa perspectiva, assim como as pesquisas que seguem a tradição do interacionismo simbólico, costumam trabalhar com estudos indutivos e qualitativos, que utilizam etnografias, entrevistas em profundidade, observação participante. Diante das constantes mudanças no jornalismo, esse tipo de pesquisa tem se apresentado como uma alternativa possível para compreender essas novas realidades.

## Referências

- BECKER, Howard. Art As Collective Action. **American Sociological Review**, v. 39, n. 6, p.767-776, dez. 1974. SAGE Publications. <<http://dx.doi.org/10.2307/2094151>>.
- BECKER, Howard. Art worlds and social types. **American Behavioral Scientist**, v. 19, n. 6, p.703-718, ago. 1976.

LANGONNÉ, Joël et al. Os mundos sociais do jornalismo: introdução. **Sur Le Journalisme, About Journalisme, Sobre Jornalismo**, Online, v. 8, n. 1, p.12-16, 15 jun. 2019. Disponível em: <<http://www.surlejournalisme.com/rev>>. Acesso em: 27 jun. 2019.

PEREIRA, Fábio Henrique. As notícias como prática coletiva e convencional: a abordagem beckeriana aplicada aos estudos do jornalismo. **Revista Observatório**, v. 4, n. 4, p.389-419, 29 jun. 2018. Universidade Federal do Tocantins. <<http://dx.doi.org/10.20873/uft.2447-4266.2018v4n4p389>>.

STRAUSS, Anselm. A social world perspective. **Studies In Symbolic Interaction**, Greenwich, CT: JAI Press, v. 1, p.119-128, 1978.

STRAUSS, Anselm. **Espelhos e máscaras**: a busca da identidade. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 1993.