



Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Centro de Educação e Humanidades

Faculdade de Comunicação Social

Simone Candida Lima

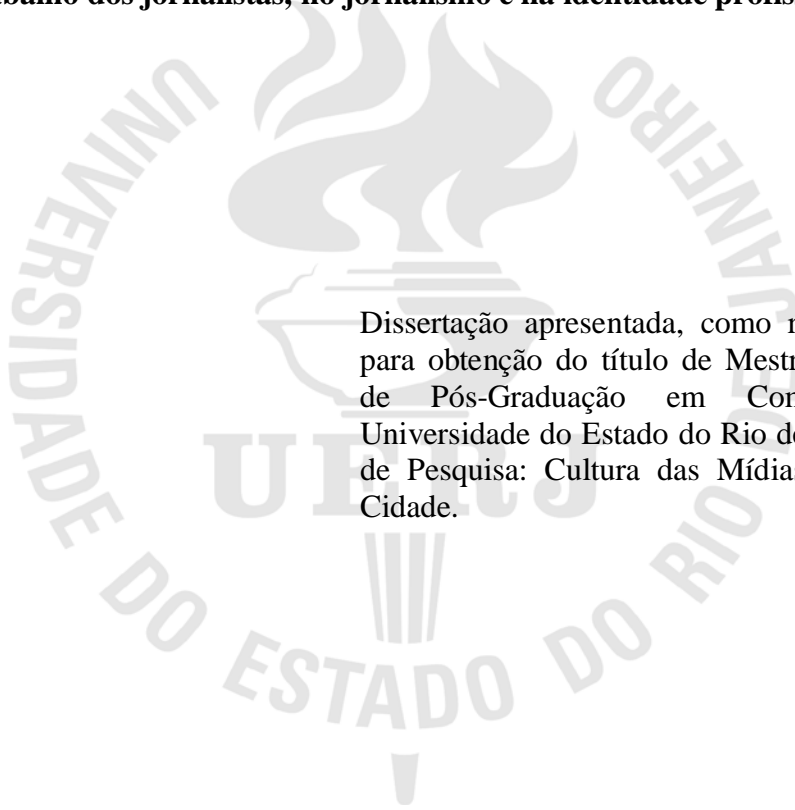
**O uso do WhatsApp como fator de mudanças
no trabalho dos jornalistas, no jornalismo e na identidade profissional**

Rio de Janeiro

2022

Simone Candida Lima

**O uso do WhatsApp como fator de mudanças
no trabalho dos jornalistas, no jornalismo e na identidade profissional**



Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Linha de Pesquisa: Cultura das Mídias, Imaginário e Cidade.

Orientadora: Profa. Dra. Sonia Virgínia Moreira

Rio de Janeiro

2022

CATALOGAÇÃO NA FONTE
UERJ / REDE SIRIUS / BIBLIOTECA CEH/A

L732 Lima, Simone Candida.
O uso do WhatsApp como fator de mudanças no trabalho dos jornalistas, no jornalismo e na identidade profissional / Simone Candida Lima. – 2022.
133 f.

Orientadora: Sonia Virgínia Moreira.
Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
Faculdade de Comunicação Social.

1. Jornalismo – Teses. 2. Redes Sociais – Teses. 3. Prática profissional – Teses. I. Moreira, Sonia Virgínia. II. Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Faculdade de Comunicação Social. III. Título.

bs CDU 316.77

Autorizo, apenas para fins acadêmicos e científicos, a reprodução total ou parcial desta dissertação, desde que citada a fonte.

Assinatura

Data

Simone Candida Lima

**O uso do WhatsApp como fator de mudanças
no trabalho dos jornalistas, no jornalismo e na identidade profissional**

Dissertação apresentada, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre, ao Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade do Estado do Rio de Janeiro. Linha de Pesquisa: Cultura das Mídias, Imaginário e Cidade.

Aprovada em 23 de junho de 2022.

Banca Examinadora:

Prof^a. Dr^a. Sonia Virgínia Moreira (Orientadora)
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social - UERJ

Prof^a. Dr^a. Leticia Cantarela Matheus
Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social - UERJ

Prof^a Dr^a Nélia Rodrigues Del Bianco
Programa de Pós-Graduação em Comunicação - UnB

Rio de Janeiro

2022

DEDICATÓRIA

Dedico esse trabalho a minha família, em especial a minha filha Lívia, que, com sua paixão por aprender e apreender a vida, me lembra a cada instante que sonhar nos mantém em movimento. Dedico também ao meu companheiro de jornada, Alessandro Alvim, por sempre me apoiar e acreditar em mim (muita vezes mais do que eu mesma), além dos meus três fiéis amigos caninos: Millie, Pistache e Fox, que se mantiveram a meu lado (nem sempre em silêncio!) nas muitas horas de leitura. Dedico também a meus avós e a meus pais, que fazem parte do que eu sou.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos aqueles que de forma direta ou indireta contribuíram para o desenvolvimento desse trabalho. Foram muitos, mas destacarei alguns.

A minha orientadora Sonia Virginia Moreira que, com sua generosidade, paciência e constante empolgação pela pesquisa, me incentivou e guiou pelos estudos do mundo do jornalismo, além de me fazer enxergar a conexão da Comunicação com a Geografia e me apresentar à obra de Milton Santos.

Aos professores do PPGCOM da UERJ, que, mesmo diante dos desafios técnicos e do cenário incerto da pandemia de Covid-19, tornaram meus dias de isolamento menos solitários e mais desafiadores, em especial Leonardo de Marchi, Raquel Paiva e Fátima Régis. Durante suas aulas, fui apresentada a autores que me ajudaram a estabelecer conexões e correlações importantes, que me fizeram enxergar as mudanças do jornalismo num contexto mais amplo.

Aos colegas do curso de mestrado, em especial Nice Affonso, Mauro Amaral e André, Tavares que, por meio de um grupo de WhatsApp, trocaram impressões e ideias sobre as aulas, os autores que lemos e as dificuldades de ser mestrando, fazendo eu me sentir menos sozinha durante o período de estudos.

Aos jornalistas e amigos de longa data Martha Neiva Moreira e Marcello Benites, por terem lido parte do trabalho e me ajudado a aparar várias arestas.

Aos funcionários da secretaria do PPGCOM da UERJ, pelas respostas rápidas a todas as minhas dúvidas de estudante e pela disposição de sempre ajudar da melhor forma, mesmo com o distanciamento imposto pela pandemia.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), pelo apoio e suporte da bolsa de pesquisa durante o curso.

Aos colegas jornalistas de várias gerações com quem convivi (e ainda convivo) nestas muitas décadas de profissão. Vocês me inspiraram (e ainda inspiram) a tentar compreender as transformações do ato de fazer jornalismo.

RESUMO

LIMA, Simone Candida. *O uso do WhatsApp como fator de mudança no trabalho dos jornalistas, no jornalismo e na identidade profissional*. 2022. 135 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Faculdade de Comunicação Social, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2022.

Esta pesquisa teve o objetivo de investigar, contextualizar e contribuir para o debate sobre os impactos do uso do WhatsApp nas rotinas de trabalho de jornalistas que atuam em redações da cidade do Rio de Janeiro. A partir da comparação com os modos do fazer jornalismo antes dos recursos digitais, quando os profissionais estavam mais presentes nas ruas na cobertura de fatos locais, a dissertação abordou as mudanças provocadas pela internet e pelas mídias sociais na perspectiva do jornalista. A metodologia incluiu a aplicação de um questionário online com 40 jornalistas, elaborado de forma a registrar a percepção dos profissionais deste momento de transição, em que formas analógicas de apuração (criadas, testadas e fundamentadas em período no qual o jornalismo seguia o modelo capitalista-industrial) agora convivem com métodos de apuração digitais, voltados para a disseminação e o compartilhamento de conteúdos na rede, principalmente por meio de plataformas. Entre os resultados, o trabalho constatou que os jornalistas normalizaram o uso do WhatsApp no processo de apuração, realizando entrevistas inteiras via aplicativo. Na opinião dos profissionais entrevistados, a adesão ao WhatsApp resultou em algumas implicações práticas: passou a ser possível (e exigido pelas chefias) que eles apurem mais rapidamente e publiquem as matérias com maior agilidade; as saídas com as equipes e carros de reportagem ficaram ainda mais limitadas; as fontes e as chefias passaram a ser contatadas (e a contatá-los) com maior facilidade. A precarização das condições de trabalho e a queda da qualidade do conteúdo foram apontadas como mudanças negativas deste novo modo de produção jornalística. Os jornalistas percebem, porém, que o WhatsApp expandiu sua capacidade de pesquisa e de acesso a documentos, além de ter agilizado e facilitado o processo de apuração.

Palavras-chave: Jornalismo. Apuração jornalística. Prática profissional. Mídia local. Redes sociais. Cidade do Rio de Janeiro.

ABSTRACT

LIMA, Simone Candida. *The use of WhatsApp as a factor of changes in the work of journalists, journalism, and professional identity*. 2022. 135 p. Master Thesis in Communication. Social Communication Faculty, State University of Rio de Janeiro, 2022.

This research aimed to investigate, contextualize and contribute to the debate about the impacts of the use of WhatsApp in the professional routines of journalists who work in newsrooms in the city of Rio de Janeiro. Based on a comparison with the ways of doing journalism before the digital resources, when professionals were more present in the streets covering local facts, the dissertation addressed the changes caused by the internet in the journalists' perspective. The methodology included the application of an online questionnaire with 40 journalists, with questions elaborated to register the professionals' perception of this moment of transition, in which analogical forms of reporting (created, tested and based in a period in which journalism followed the capitalist-industrial model) now coexist with digital reporting methods, focused on the dissemination and sharing of content on the web, mainly through platforms. Among the results, the study found that journalists normalized the use of WhatsApp in the news gathering process, conducting entire interviews via the application. According to the interviewees, the use of WhatsApp has resulted in some practical implications: it is now possible for them (and also required by the editors) to investigate and to publish articles more quickly; the coverage team and the use of cars became even more limited; the news sources and the editors are now consulted easily. The precariousness of working conditions and the decrease in the quality of content were pointed out as negative changes in this new mode of journalistic production. Journalists perceive, however, that WhatsApp has expanded their ability in news covering and their access to documents, in addition to having speeded up and facilitated the process of reporting.

Keywords: Journalism. Journalism routines. Professional practice. Local media. Social networks. Rio de Janeiro

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 –	Vantagens mencionadas no uso do WhatsApp	91
Figura 2 –	Desvantagens mencionadas no uso do WhatsApp.....	93
Gráfico 1 –	Faixa etária dos jornalistas pesquisados	78
Gráfico 2 –	Tempo de exercício de profissão.....	79
Gráfico 3 –	Perfil de cor/raça dos entrevistados	79
Gráfico 4 –	Renda média dos jornalistas pesquisados.....	80
Gráfico 5 –	Tipo de contrato de trabalho	81
Gráfico 6 –	Formatos de distribuição de conteúdo noticioso.....	82
Gráfico 7 –	Frequência de uso de redes sociais e aplicativos na apuração	84
Gráfico 8–	Aplicativos mais usados pelos jornalistas	84
Gráfico 9–	Jornalistas que fizeram entrevistas inteiramente via WhatsApp.....	85
Gráfico 10–	Motivos para entrevistas por WhatsApp	86
Gráfico 11–	WhatsApp substitui a ligação telefônica	94
Gráfico 12–	Percepção de mudanças nas rotinas de trabalho	97
Gráfico 13–	O uso do WhatsApp na pandemia	106
Gráfico 14–	Porcentagem de jornalistas que contraíram Covid-19.....	106
Gráfico 15–	Os jornalistas e o medo de trabalhar na pandemia.....	107
Gráfico 16–	Percepção do WhatsApp durante a pandemia	107

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Razões de uso do WhatsApp pelos jornalistas	97
Tabela 2 – Comportamento do chefes durante a pandemia.....	108
Tabela 3 – Grau de dificuldade de cumprir as pautas durante a pandemia	108
Tabela 4– Impactos do home office na vida dos jornalistas pesquisados.....	108

SUMÁRIO

	INTRODUÇÃO	11
1	A NARRATIVA E A REPORTAGEM NO MUNDO CONTEMPORÂNEO, UMA PERSPECTIVA BENJAMINIANA	24
1.1	Ser jornalista no século XXI	26
1.2	As mudanças na relação com o espaço e a narrativa jornalística.....	32
2	JORNALISTAS: IMAGINÁRIO, IDENTIDADE E RELAÇÃO COM O LEITOR	39
2.1.	O imaginário do jornalista herói e a identidade jornalística no século XXI.....	40
2.2	A identidade do jornalista brasileiro na contemporaneidade	44
2.3	Modo de vida contemporâneo a influência na conexão entre jornalista e leitor..	46
2.4	Jornalismo em tempos de cólera (e discursos de ódio)	47
2.5	Jornalistas multitarefas, cansados e cada vez mais sentados	49
2.6	Novas competências e novas exigências: os jornalistas e o universo do marketing digital	51
2.7	Apuração cada vez mais à distância	54
3	A INTERNET E AS REDES SOCIAIS COMO FATOR DE MUDANÇA NO UNIVERSO DAS REDAÇÕES TRADICIONAIS	56
3.1	Uma questão de percepção: como a tecnologia molda o olhar do jornalista e do leitor	61
3.2	O WhatsApp e nova arquitetura da notícia	65
3.3	Exemplos de uso do WhatsApp nas redações	68
4	ANÁLISE DAS RESPOSTAS AO QUESTIONÁRIO	74
4.1.	O contexto socioespacial em que os jornalistas trabalham.....	74
4.2	Perfil dos jornalistas que responderam ao questionário	77
4.3	As respostas dos entrevistados.....	83
4.3.1	O que pensam os jornalistas sobre o os tipos de uso do WhatsApp na apuração.....	83
4.3.2	Vantagens e desvantagens do WhatsApp indicadas pelos jornalistas.....	90
4.3.4	O que pensam os jornalistas sobre os impactos do WhatsApp nas rotinas de trabalho do jornalista, no formato dos textos e no conteúdo editorial.....	91

4.3.5	O que pensam os jornalistas sobre transformações no modo de trabalho e os reflexos na identidade profissional.....	97
4.3.6	Os jornalistas e o trabalho durante a pandemia de Coronavírus.....	105
4.4	A produção de notícias no contexto da plataformização: os impactos sentidos pelos jornalistas no modo de fazer jornalismo.....	109
5	CONCLUSÃO	113
	REFERÊNCIAS	118
	APÊNDICE	126

INTRODUÇÃO

Houve um tempo em que o território de trabalho mais fértil para o jornalista era o ambiente externo. Era no caminhar pelas ruas, nas conversas com pedestres, comerciantes e outros personagens das calçadas que o repórter conseguia colher depoimentos com riqueza de detalhes, podia ouvir uma maior diversidade de histórias ou simplesmente observava e sentia a ambiência de um lugar, reunindo material para compor suas narrativas do cotidiano. Ele próprio exercia um importante papel na dinâmica dos episódios de uma cidade, ao se deslocar da redação, normalmente junto com uma equipe formada por fotógrafo ou cinegrafista e motorista, em direção ao endereço de um acontecimento.

Quando ocorria um incêndio, um crime, acidente grave ou evento oficial de inauguração de obras públicas, por exemplo, já era esperado pela população que um número considerável de repórteres, de veículos impressos e emissoras de rádios e TV, aparecesse rapidamente com microfones, gravadores e blocos de anotação em punho, causando agitação e indicando que algo *noticiável* estava ocorrendo. Para os jornalistas, o externo era representado pelo que estava do lado de fora das paredes das redações. Algo que podia ser alcançado após um percurso físico e que permitia a criação de um contexto espacial nos textos posteriormente produzidos. Num esquema de trabalho redação-rua-redação que vinha sendo preservado por um bom tempo e ainda persiste, pelo menos na teoria e no imaginário dos profissionais e do público, como um ideal de fazer jornalismo.

Hoje esta realidade está sendo alterada: progressivamente a maioria das notícias são pautadas, apuradas e publicadas em outro ambiente, no qual o repórter não precisa estar fisicamente presente: o da internet. Distante das ruas, porém, ele perde a experiência de absorver “uma espécie de grafia da cidade vivida que fica inscrita, mas que, ao mesmo tempo, configura o corpo de quem a experimenta” (BRITTO e JACQUES, 2012, p. 144-145). Esta ausência progressiva dos repórteres das ruas ocorre por uma série de fatores e atinge principalmente os profissionais que trabalham exclusivamente com texto, que prescindem do registro de imagens ou da captura de áudio no local da notícia. A mudança também pode ser verificada nas equipes de TV, que em determinadas pautas coletivas (em que autoridades vão dar declarações, por exemplo) são constituídas apenas por cinegrafistas com microfones. Esta pesquisa, no entanto, tem foco nos jornalistas profissionais de impressos e sites.

Seguindo uma lógica que já se espalhou para vários ambientes sociais, o jornalismo, como outras profissões, adaptou-se às regras e à ideia da sociedade em rede (CASTELLS, 1999), em que a relevância de um fato ou de alguém é medida pela sua presença e ressonância

nas redes sociais. É como se quase tudo ocorresse naquele espaço e que apenas o que se comenta e compartilha nas redes merecesse virar notícia. Fontes, pessoas ou entidades que têm algum tipo de informação que interessa ao repórter aderiram a esta lógica, a este deslocamento para a vida em rede, e mostram preferência por dar entrevistas via WhatsApp. Seria um reflexo do nosso comportamento cotidiano, em que passamos a privilegiar as conversas por meio de aplicativos de mensagens? Nas suas pesquisas sobre o impacto da tecnologia digital nas conversas pessoais, a socióloga Sherry Turkle (2015) argumenta que o uso massivo de celulares tornou as comunicações fragmentadas e pouco empáticas. Este modo de comunicar nos compatibilizou com uma vida de constante interrupção.

Conversas face a face se desdobram lentamente. E ensinam a ter paciência. Nós prestamos atenção no tom e na nuance. Quando nos comunicamos por meio de nossos dispositivos digitais, aprendemos hábitos diferentes. À medida que aumentamos o volume e a velocidade de nossas conexões on-line, queremos respostas imediatas. Para conseguir isso, fazemos perguntas mais simples, embotamos nossas comunicações, até mesmo as questões mais importantes. E nos acostumamos a uma vida de constante interrupção (TURKLE, 2015, p. 35 Tradução livre).¹

Os ambientes jornalísticos tradicionais (as redações), objeto de estudo desta pesquisa, atravessam um período de transição: mudanças trazidas pelo sopro (ou seria turbilhão?) de digitalização e plataformização (VAN DIJCK, 2019) se instalaram e antigas formas do trabalho jornalístico passaram a conviver com novas técnicas, muitas ainda em evolução. Por isso é necessário investigá-las e refletir sobre os seus impactos. No processo de apuração de informações, se mantém a prática de entrevistas presenciais ou plantões (espera por informações e dados, geralmente de prontidão em algum endereço fixo) porque algo pode ser dito em primeira mão ao repórter e retransmitido aos leitores (plantões na porta de delegacias durante a apuração de crimes são exemplos recorrentes), mas crescentemente as conversas e coletas de informações em redes sociais ou sites vêm sendo privilegiadas como principal método de apuração dos jornalistas.

Entre as perguntas que precisamos fazer estão porque prevalecem os contatos e entrevistas à distância, via aplicativos, e o que elas geram no dia a dia de trabalho dos jornalistas. Figaro (2005; 2019; 2020) e Moretzsohn (1999; 2002; 2015) apontam que o crescimento da precarização das condições de trabalho é um dos efeitos destas transformações, assim como o esvaziamento das conversas (TURKLE, 2015). Ao fazer uso

¹ Face-to-face conversation unfolds slowly. It teaches patience. We attend to tone and nuance. When we communicate on our digital devices, we learn different habits. As we ramp up the volume and the velocity of our online connections, we want immediate answers. In order to get them, we ask simpler questions; we dumb down our communications, even on the most important matters. And we become accustomed to a life of constant interruption.

das tecnologias que facilitam o trabalho, o profissional consegue se desdobrar em múltiplas apurações munido de aparatos técnicos que permitem que ele cumpra um maior número de pautas e se adeque ao ritmo frenético da produção noticiosa atual. Por isso é preciso tratar das implicações desse contexto para o profissional e para a profissão.

O WhatsApp como ferramenta de apuração

O trabalho do jornalista passou por um processo de intensa e rápida mudança com o surgimento (e crescimento do uso) das tecnologias associadas à internet. Foi necessária uma adaptação das redações e dos profissionais de comunicação ao ritmo da sociedade em rede e conectada (CASTELLS, 1999) e o trabalho de apuração jornalística passou a contar com as redes sociais como ferramenta primordial. Num mundo sob o regime de trabalho 24/7, que evoca “um universo aceso, cujas tomadas se perderam” (CRARY, 2016, p. 40), o jornalista também se desdobra para publicar e renovar o volume de notícias disponibilizadas para o consumidor, que não cessa de buscar conteúdos no ambiente digital. Na teoria de Crary (2016, p. 51), percebe-se que “uma lógica mais antiga da obsolescência programada continua em vigor, estimulando a demanda por substituição ou aprimoramento de produtos”. E a notícia é sempre um produto fadado a ser obsoleto: mal é finalizada e oferecida ao leitor, já está pronta para ser substituída por uma mais nova. Como ensina Nelson Traquina (2005), as notícias são vistas como um bem altamente perecível, daí a valorização da velocidade em produzi-las e distribuí-las, acentuada na segunda década do século XXI.

Pelo menos em um ponto produtores e consumidores de notícias ainda concordam: notícia boa é notícia “quente” (TRAQUINA, 2005). Na comunicação digital, pode-se afirmar que, entre os valores da profissão de jornalista, o valor do imediatismo é o que segue incontestável na contemporaneidade (TRAQUINA, 2005), enquanto o valor da “objetividade” é bombardeado num contexto de descredibilização da mídia tradicional. Neste cenário, o modo de trabalho dos jornalistas é constantemente atualizado, em velocidade crescente. Até então habituados a fazer entrevistas por telefone fixo, celular ou por e-mail, os repórteres, cuja função é apurar as informações para transformá-las em notícias, tiveram que se adaptar a um novo ritmo de produção e a uma nova realidade de consumo de conteúdo noticioso.

O uso da comunicação via WhatsApp e/ou Messenger para chegar às fontes, checar informações e buscar pautas normalizou-se, assim como o monitoramento de publicações no *Twitter* e no *Facebook*. Inicialmente restrita ao contato inicial com os possíveis entrevistados,

para checagem de dados ou nomes, a comunicação via redes sociais passou a ser usada de forma mais extensiva: profissionais fazem com frequência entrevistas pelas redes sociais. Também há incentivo à participação de leitores/internautas no fazer jornalístico por meio dos mesmos canais (ASSUNÇÃO e EHRENBERG, 2016).

Hoje não causa estranhamento jornalistas redigirem reportagens inteiras a partir de informações coletadas, analisadas e impressas de redes sociais de celebridades ou políticos. Um dos casos emblemáticos foram as conversas que o site *Intercept Brasil* publicou em 2019 (inicialmente sozinho e depois em parceria com veículos de organizações de mídia), mostrando discussões internas e controversas de integrantes da força-tarefa da Lava-Jato, coordenada pelo ex-procurador Deltan Dallagnol em colaboração com o ex-ministro da Justiça Sergio Moro. Neste caso, o aplicativo de comunicação que serviu como fonte foi o *Telegram* e os jornalistas usaram o conteúdo de troca de mensagens entre outros interlocutores sem participar da conversa.

Essas adaptações e mudanças foram observadas durante a pandemia de Coronavírus (Covid-19). No período 2020-2021, um dos efeitos verificados no trabalho jornalístico foi a aceleração do uso das tecnologias digitais e, conseqüentemente das redes sociais, no processo de apuração, porque o sistema *home office* foi adotado na maioria das redações e as equipes trabalharam com restrições de circulação que variaram do isolamento total (março-junho de 2020) a saídas mais esporádicas (a partir de julho de 2020).

Com as medidas de isolamento e limitações decretadas com a pandemia, os jornalistas ficaram longe das ruas, ainda mais apartados da cidade. Estudo realizado em abril de 2020 pelo Centro de Pesquisa Comunicação & Trabalho da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (CPCT ECA-USP) constatou que nos primeiros meses da pandemia de Coronavírus, em 2020, a maioria dos 557 comunicadores consultados estava trabalhando em casa. Desses, 61,2% eram jornalistas. Na segunda etapa da pesquisa, feita em 2021, a maioria dos 994 respondentes também declarou estar trabalhando em *home office* no período de pandemia. O WhatsApp e o e-mail foram apontados como as ferramentas mais usadas para o desempenho do trabalho (páginas 30 a 34). Levantamento da Federação Nacional dos Jornalistas - FENAJ em 2020 mostrou resultado semelhante: dentre 457 entrevistados, 75,2% estavam trabalhando em *home office* contra 24,8% presencialmente devido aos riscos da Covid-19 (FENAJ, 2020, p. 13).²

² As duas pesquisas podem ser conferidas nos seguintes links: <http://www3.eca.usp.br/noticias/como-trabalham-os-comunicadores-em-uma-pandemia-e> e <https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2020/06/pesquisa-covid-2020.pdf>

Se antes da pandemia o uso do WhatsApp pelos repórteres para falar com fontes já era frequente, a partir de março 2020 este modo de fazer jornalismo foi intensificado, podendo ser enquadrado no conceito de jornalista sentado (NEVEU, 2004), que descreve o trabalho do profissional que busca as informações em sites e por meio de outras ferramentas digitais sem ir às ruas. Com a maioria dos profissionais em *home office* por causa das medidas sanitárias, o “novo normal” nas redações brasileiras foi usar as Tecnologias Digitais de Informação e Comunicação.

Em abril de 2020, a Medida Provisória 936/2020 (depois transformada na Lei 14.020, de 6 de julho de 2020) autorizou negociações para redução de jornada e salários ou suspensão de contrato e se somou à precarização das condições de trabalho, com a diminuição da renda dos profissionais. Nas redações dos jornais do Rio, por exemplo, a maioria dos repórteres, editores e diagramadores estavam trabalhando em regime remoto durante a pandemia, com exceção dos fotógrafos, que, pela necessidade do trabalho presencial, seguiram circulando pelas ruas e hospitais em busca de registros de histórias.

A pandemia do Coronavírus trouxe junto com o medo do vírus a imposição de uma nova relação das pessoas com a cidade, pautada pela total mediação no período inicial, quando os moradores deviam manter-se em isolamento e apenas atividades e serviços considerados essenciais puderam prosseguir.³ Pelo menos nos momentos em que o isolamento social total durou, aos cidadãos que cumpriam (ou podiam cumprir) a quarentena só era possível ter contato com o que ocorria na cidade por meio de fotos e vídeos postados em redes sociais ou via meios de comunicação tradicionais (TV e Jornal). Na cidade inacessível, o olhar do cidadão também esteve distante das ruas, em um afastamento compulsório que deixou a cidade esvaziada (mesmo que alguns não pudessem ou não quisessem permanecer em quarentena). No caso do Rio de Janeiro, emergiu a imagem de uma cidade com regiões fantasmas como as ruas no Centro, em processo de deterioração urbana antes de o vírus se espalhar, pelo descaso da administração do prefeito Marcelo Crivella (2016-2020) e pelo agravamento de uma crise econômica que fechou muitos estabelecimentos. No primeiro estágio da pandemia, um dos resultados foi a reaproximação do público com as mídias tradicionais⁴, que operaram como uma das janelas para o mundo exterior.

³ Entre março e julho de 2020, a cidade esteve com escolas, academias e estabelecimentos considerados não essenciais fechados, em obediência a um decreto do governo estadual que estabeleceu um Estado de Emergência.

⁴ Pesquisa Datafolha realizada em março mostrou que os meios de comunicação e a imprensa tradicional eram considerados as fontes mais confiáveis na cobertura da crise do novo Coronavírus. TVs e jornais lideraram com 61% e 56% respectivamente, o índice de confiança sobre o assunto. Somente 12% das pessoas disseram ter confiança em informações compartilhadas em aplicativos e redes, segundo reportagem de O Globo.

Este quadro de isolamento vivido no começo da pandemia levou a um paradoxo. Justamente quando a população mais precisava de repórteres nas ruas e demonstrava maior confiança no jornalismo os profissionais tiveram sua circulação restringida. Neste contexto de afastamento do mundo real, a atuação do repórter, profissional cuja essência do modo de trabalhar é produzir narrativas sobre a realidade, foi ainda mais afetada. Sem poder circular, como servir de testemunha dos fatos e acontecimentos? Nos jornais do Rio, as medidas de proteção mandaram a maioria das equipes para o trabalho remoto durante a pandemia. O trabalho em *home office* se manteve em 2021, ainda que com maior flexibilidade. Em julho de 2021, boa parte dos jornalistas da equipe da editoria Rio do jornal *O Globo*, por exemplo, seguia trabalhando em casa, com poucos repórteres deslocando-se para cobertura de pautas, saindo diretamente de suas residências. A partir de janeiro de 2022, foi adotado um esquema de rodízio, com as equipes de jornalistas de *O Globo* e *Extra* trabalhando em regime híbrido.

Embora o uso de aplicativos de comunicação facilite o trabalho de apuração e possa ser considerado um caminho sem volta, há problemas que devem ser discutidos. Atualmente, a estrutura das redações de mídia no Rio de Janeiro é formada por poucos profissionais. Os canais estabelecidos pelos aplicativos se incorporaram ao processo de trabalho, inclusive, porque permitem ao repórter comunicar-se com mais de uma fonte ao mesmo tempo. No entanto, as dúvidas sobre o grau de confiabilidade da ferramenta de apuração contribuem para aumentar o clima de desprestígio que atualmente envolve o fazer jornalístico, com autoridades questionando e tentando deslegitimar o papel da imprensa.

O surgimento de um possível embate entre as facilidades tecnológicas que se apresentavam para a profissão e o “esvaziamento” do olhar jornalístico foi apontado por Lage (1979), ao destacar que apesar de todas as vantagens trazidas pela tecnologia a base da reportagem continuava sendo a entrevista, de preferência pessoalmente, para que se pudesse captar tanto o dito quanto o não dito. As redes sociais surgem como mais uma possibilidade de filtragem da informação, visto que a conta de WhatsApp de uma pessoa pode ser usada por outra. No caso de autoridades ou políticos, por exemplo, ela pode ser operada por assessores de imprensa ou marqueteiros.

Considerando esse contexto, esta pesquisa reúne elementos para contribuir com o debate sobre as mudanças no trabalho de apuração dos jornalistas e os impactos do uso de plataformas digitais no fazer jornalístico, com um olhar especial para o contato com as fontes

durante a pandemia do Coronavírus em 2020-2021. A dissertação investiga como os jornalistas do Rio de Janeiro exercem a profissão num cenário em que as tecnologias de comunicação passam a mediar de forma mais acentuada as narrativas (tanto no processo de coleta do material como aquelas que tentam transmitir aos leitores) e como estas influem em questões de identidade profissional. Os entrevistados são jornalistas que moram no Rio e fazem parte das equipes locais de empresas jornalísticas convencionais como contratados ou com vínculos temporários.

A metodologia é fundamentada na aplicação de um questionário on-line com repórteres, redatores e produtores de conteúdo⁵, a fim de registrar percepções dos jornalistas neste momento de transição, em que formas analógicas de apuração (criadas, testadas e fundamentadas em um período em que o jornalismo seguia o modelo capitalista-industrial) convivem com métodos de apuração digitais voltados para disseminação e compartilhamento de conteúdo na rede, principalmente por meio de plataformas.

Objeto, objetivo e metodologia do estudo

O objeto da pesquisa é observar o impacto do uso do WhatsApp como ferramenta de apuração jornalística. Questões que emergem e tangenciam esta prática também foram abordadas nas entrevistas e ao longo da dissertação, porque para a compreensão mais ampla do problema é preciso apontar o maior número possível de variáveis.

Considera-se aqui uma realidade em que os profissionais estão adaptados ao uso de redes sociais como ferramenta de apuração, já que a maioria dos entrevistados integra a rede (CASTELLS, 1999), e que o processo de trabalho segue sendo atravessado pela mentalidade e pela linguagem do mundo do marketing, com a crescente plataformização do jornalismo (tema abordado no Capítulo 4), como assinalam vários autores (PETRE, 2015; VU, 2014; VIEIRA, 2018; VAN DJICK, 2019 e 2020) que estudam os efeitos dessas transformações no mercado jornalístico e nos mercados de trabalho do jornalista (VU, 2014; PITHAN, KALSING e EICHLER, 2018).

⁵ Levamos em conta que, com a criação de sites jornalísticos, os cargos e funções dos jornalistas sofreram mudanças. Nas empresas que ainda têm produção híbrida (papel e internet), como a Editora Globo, as funções de repórter, chefe de reportagem, subeditor e editor ainda existem na cadeia de produção do impresso, com uma divisão de tarefas bem-marcada. Já nas equipes dos sites, os repórteres atuam também como redatores e editores de suas matérias, titulando, cortando fotos e escrevendo legendas. E há casos em que um único jornalista atua como repórter, redator e editor, mesmo não sendo contratado pelo cargo mais alto.

Assim, a pesquisa se propôs a identificar e analisar os sinais de mudanças para o jornalista no ambiente profissional a fim de responder as seguintes perguntas:

1. Quais as principais alterações no modo de fazer jornalismo a partir do uso do WhatsApp?
2. Como os modos de apuração se reconfiguram neste cenário e em que medida o uso do WhatsApp impacta o produto final, as reportagens e a identidade do jornalista?
3. O que é ser jornalista em um ambiente profissional que se submete à lógica das plataformas, modelo de negócio atrelado à boa performance nas *timelines* (linhas do tempo que apresentam uma sequência de postagens nas redes sociais) e nas classificações do Google (*ranqueamento* no jargão do marketing, também adotado nas redações)?
4. Como o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) está afetando a rotina de trabalho dos jornalistas cariocas/locais?
5. Quais os principais impactos da pandemia de Coronavírus no trabalho dos jornalistas de veículos da cidade do Rio de Janeiro?

Este trabalho tem como origem a experiência profissional da autora, que acompanhou como jornalista a introdução da nova forma de apuração nas redações e observou como os profissionais incorporaram às suas rotinas de trabalho as conversas com fontes oficiais (ou não) por meio do WhatsApp. Durante a pandemia de Coronavírus, observamos a institucionalização da prática do *home office*, até então uma exceção, que resultou também na intensificação do uso do aplicativo de mensagens.

Objetivos principais

O objetivo central do trabalho foi verificar o impacto do uso das redes sociais (em especial o WhatsApp) no trabalho de apuração jornalística, assim como os reflexos provocados em questões de identidade profissional e no produto final (a notícia). Para tanto examinou, entre outras questões, os critérios de uso da ferramenta e os limites éticos desse tipo de apuração.

A pesquisa empírica também teve por objetivo investigar como as reconfigurações no modo de produção do jornalismo ocorridas a partir da “virada on-line” e da plataformização do jornalismo estão impactando o trabalho dos jornalistas do Rio de Janeiro de modo geral. Realizada no contexto de pandemia de Coronavírus, a pesquisa considerou os efeitos das

restrições impostas pela Covid-19 nas redações pesquisadas, a fim de contribuir com dados locais sobre as reformulações em andamento do modo de produção jornalística na esfera da comunicação digital e para o registro deste momento pandêmico no jornalismo carioca. O projeto se desdobrou nos objetivos específicos detalhados a seguir.

Objetivos específicos

- Explicar a influência do uso do WhatsApp no trabalho de apuração, investigando como alguns preceitos clássicos do fazer jornalístico, entre eles objetividade e credibilidade, se reconfiguraram diante desta nossa realidade de trabalho com as tecnologias digitais.

- Examinar o impacto, para os jornalistas, do contato rápido e instantâneo nas redes sociais (neste caso, o WhatsApp) na qualidade e na confiabilidade da informação apurada.

- Identificar as novas práticas de apuração em comparação com o modo de trabalho realizado até a década de 2010, explorando as analogias e divergências entre o modo analógico e digital no que tange ao processo de trabalho, ao ambiente de trabalho e à própria identidade do profissional, a fim de apontar indícios de um novo tipo de narrativa e de outro tipo de relação do profissional com a cidade (no seu território) a partir do uso do WhatsApp e verificar o surgimento de um jornalista sem redação (sem o seu território).

No contexto de reconfiguração do modo de fazer jornalismo (FERRARI, 2003; CANAN, 2010; ROXO e MELO, 2018; MORETZSOHN, 2002), a dissertação investigou em que medida a mudança nos modos de trabalho e de consumo da notícia está remodelando a profissão na visão dos jornalistas. O estudo também investiga como o novo modo de apuração e pesquisa jornalística impacta o *ethos* da profissão e a percepção dos jornalistas sobre o processo de trabalho e o seu papel na sociedade. O contato entre jornalistas e entrevistados, ao ser intermediado por um recurso digital, facilita o processo de apuração, mas também envolve riscos, como o de vazamentos de conversas ou manipulação de conteúdo, por exemplo. Pretende, com isso, problematizar as questões éticas que emergem desta situação, como a possível falta de controle sobre a veracidade dos fatos e pela confiabilidade das fontes.

A pesquisa se concentrou nas formas de apuração da informação por jornalistas na cidade do Rio de Janeiro durante a pandemia do Coronavírus, a partir de opiniões e relatos de profissionais de mídia impressa. A metodologia incluiu coleta de informações com repórteres, redatores e produtores de conteúdo de três redações locais - jornais *O Globo*, *Extra*, *O Dia* – e duas sucursais – *O Estado de S. Paulo* e *Folha de S. Paulo* - na abordagem sobre o uso do WhatsApp, que permite conversas em grupo e compartilhamentos. Dados de janeiro de 2021 da pesquisa “Panorama Mobile Time/Opinion Box - Mensageria no Brasil” com usuários de

smartphones mostraram que o WhatsApp era o aplicativo mais popular do país, instalado em 98% dos celulares dos pesquisados (MOBILE TIME; OPINION BOX, 2021).

Em relação à metodologia, trata-se de uma pesquisa empírica, que usou na geração de dados primários um questionário on-line composto por perguntas fechadas (de múltipla escolha e em escala) e abertas:

- 1) As perguntas de múltipla escolha recolheram informações junto aos jornalistas sobre como, quando e com que frequência eles usam as redes sociais para conversar/entrevistar pessoas/ fontes de informação; como encaram este tipo de entrevista; que medidas tomam para garantir a confiabilidade da fonte e a credibilidade da informação e como o uso de novas tecnologias digitais de comunicação impactaram seu processo de trabalho, inclusive durante a pandemia de Coronavírus.
- 2) O retorno das perguntas em escala foi organizado para medir o grau de conforto e confiança dos jornalistas com relação a determinados usos do WhatsApp ou a variação de preferência pelo uso da rede social, por exemplo, visto que este formato de pergunta é o mais indicado quando se procura conhecer escalas de medição de sentimentos e gostos (BERNAL TORRES, 2006).
- 3) As perguntas abertas serviram para obter informações mais personalizadas, sendo um espaço para que o profissional explicasse com suas palavras as experiências, os medos e as expectativas diante das mudanças no modo de trabalho.

Segundo Torres (2006), o questionário é um conjunto de perguntas formuladas para gerar os dados necessários para o alcance dos objetivos do projeto de pesquisa e apresenta, entre suas vantagens, o fato de permitir a padronização e a uniformização do processo de compilação da informação coletada, sendo um recurso utilizado com frequência nas investigações.

O questionário on-line foi respondido por jornalistas que trabalham como repórteres na cidade do Rio de Janeiro, em mídias convencionais dos grupos Editora Globo (jornais O Globo, Extra), Ongoing/Ejesa (jornal O Dia) e das sucursais da Folha de S. Paulo e do Estado de S. Paulo no Rio de Janeiro. A distribuição do questionário foi feita em grupos de WhatsApp de jornalistas (contatos da própria pesquisadora, que participa de alguns grupos, e de outros colegas profissionais), grupos de Facebook de jornalistas e do LinkedIn de jornalistas do Rio de Janeiro (dos quais a pesquisadora também faz parte), de professores de

jornalismo e de outros profissionais do mercado, de modo a ampliar o alcance e, ao mesmo tempo, garantir que o questionário fosse aplicado a jornalistas que atuam na cidade.

Os respondentes tiveram garantido o anonimato, mesmo que a pesquisadora tenha nomes e contatos fornecidos de forma voluntária pelos entrevistados. Por ser uma técnica que permite a aplicação junto a um grande número de respondentes, o questionário possibilitou uma visão geral do uso das redes sociais nas redações de jornais do Rio de Janeiro, tanto pelos jornalistas contratados por empresas de mídia (contratos temporários ou sem prazo determinado), como por profissionais autônomos (prestadores de serviço sem vínculo CLT). Antes da aplicação, o questionário foi testado com um grupo de jornalistas e professores de jornalismo para que fossem corrigidas eventuais imprecisões ou falta de clareza nas perguntas.

A pesquisa usou amostra não probabilística por conveniência ou acessibilidade, considerada a mais adequada a este período de restrições de mobilidade e de contato físico impostas pela pandemia de Coronavírus. A seleção dos entrevistados também obedeceu ao critério de facilidade de acesso da pesquisadora. Como explica Gil (2008), este tipo de amostra não apresenta fundamentação matemática ou estatística e depende unicamente de critérios do pesquisador.

O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo. Aplica-se este tipo de amostragem em estudos exploratórios ou qualitativos, onde não é requerido elevado nível de precisão (GIL, 2008, p. 94).

A escolha da amostragem foi motivada, ainda, pela dificuldade em obter (em entidades de classe e no Sindicato do Jornalistas do Município do Rio de Janeiro) um número oficial do universo de jornalistas que trabalham como contratados ou como freelancers em redações da cidade do Rio de Janeiro. A pesquisadora consultou o Sindicato e obteve a informação de que a entidade não possuía nem mesmo uma estimativa desse número.

Justificativa

Ao propor investigar e refletir sobre novas formas de produção nas redações, a pesquisa busca compreender as repercussões culturais e materiais das tecnologias digitais no fazer jornalístico e na própria notícia, destacando o uso das redes sociais na comunicação entre repórteres e fontes. A relevância da investigação sobre os efeitos nas notícias (jornais e sites) se justifica pela capacidade da informação jornalística traduzir e evidenciar características da sociedade atual. Assunção e Ehrenberg (2016) destacam que, como em toda

produção comunicacional, a prática jornalística teve que se adaptar às características da internet. Com isso, os textos on-line passaram a priorizar o imediatismo e para atingir a agilidade necessária o repórter usa o WhatsApp para se comunicar rapidamente com as fontes. Mas neste ambiente de ultra velocidade do jornalismo em tempo real, “a informação só tem valor se for credível. Se não há credibilidade, não há jornalismo” (ASSUNÇÃO e EHRENBURG, 2016, p. 58).

É necessário então debater a importância de se estabelecer parâmetros éticos (necessidade de checagem da veracidade da identidade do interlocutor e dos riscos de vazamento de conversas, por exemplo) no uso das ferramentas digitais. O método em uso pelos jornalistas pode suscitar questionamentos sobre a credibilidade da informação e/ou da fonte porque não há contato direto entre repórter e entrevistado, principalmente nos casos de respostas escritas em mensagens de texto. O risco de o interlocutor num momento posterior alegar distorção dos fatos, apelando para a retórica da fake News, não deve ser descartado, como se observa em diversas situações do noticiário político.

Hipóteses da pesquisa

Nesse cenário de reformulação do modo de produção jornalística, a pesquisa partiu de uma hipótese principal: a apuração de notícias por meio de redes sociais ou aplicativos de comunicação, em especial o WhatsApp, apesar de facilitar o trabalho de pesquisa e/ou de entrevista, tem impactos para o jornalista (inserido num novo ritmo de trabalho, que exige ainda maior agilidade e o afasta ainda mais do contato presencial com a cidade e com os entrevistados, e num contexto de contestação de sua credibilidade e autoridade) e no próprio fazer jornalístico, imerso numa dinâmica digital passível de perda de qualidade e de profundidade do conteúdo.

A pesquisa empírica também pretendeu verificar uma hipótese correlacionada à principal: os jornalistas enfrentam cobranças de desempenho vinculadas aos novos padrões do modelo de negócio e de produção jornalística na lógica digital e da sociedade em rede adotados pelas redações. Eles sentem que estão sendo avaliados pela qualidade da reportagem do ponto de vista jornalístico e também pela capacidade de serem rápidos e produtivos, para que cumpram com agilidade o maior número de pautas possível. Nem que para isso precisem concentrar as suas apurações via WhatsApp.

Além da introdução e das considerações finais, este trabalho se distribui em quatro capítulos. O capítulo 1 aborda o conceito de narrador de Walter Benjamin e traça um paralelo com as mudanças das narrativas na contemporaneidade, em particular a narrativa jornalística.

A partir da lente benjaminiana, trata da situação das narrativas jornalísticas nos dias de hoje e os impactos desta nova relação com as pessoas e a cidade a partir da tecnologia digital. Disserta, ainda, sobre os conceitos de espaço, tempo e globalização e sua relação com o jornalismo contemporâneo. O capítulo 2 faz um breve histórico da profissionalização do jornalismo no país e do processo de formação da identidade dos jornalistas. Também pondera as alterações na identificação do público com o trabalho jornalístico e em relação à imagem do jornalista. O capítulo 3 traz uma revisão de artigos, teses e dissertações sobre o uso do WhatsApp no jornalismo brasileiro. Aborda o uso das TICS e, especificamente, esse aplicativo inserido na rotina das redações, avaliando os impactos das ferramentas digitais no fazer jornalístico e as reformulações da experiência da temporalidade jornalística e das mídias em geral. Finalmente, o capítulo 4 apresenta e analisa as 40 respostas válidas ao questionário on-line aplicado a jornalistas da cidade do Rio de Janeiro, complementadas por suas opiniões e declarações.

1 A NARRATIVA E A REPORTAGEM NO MUNDO CONTEMPORÂNEO, UMA PERSPECTIVA BENJAMINIANA

No ensaio “O Narrador - Considerações sobre a obra de Nikolai Leskov” (1936 [1974]), o filósofo alemão Walter Benjamin reflete sobre as mudanças que a modernidade impôs ao modo de as pessoas se comunicarem e se relacionaram com o mundo. Para guiar o leitor por esta trajetória de transições, Benjamin descreve a figura do narrador, comparado por ele a imagem de um artesão, de alguém que tece experiências de vida (da sua própria e a de outras pessoas) e as transforma em histórias úteis, que servem como ensinamentos e insumos para a imaginação do interlocutor. Num trecho do artigo, Benjamin recorre a uma frase do poeta e ensaísta francês Paul Valéry para, mais uma vez, apontar as características desta mudança: “O homem de hoje não cultiva o que não pode ser abreviado. Com efeito, o homem conseguiu abreviar até a narrativa” (apud BENJAMIN, 1985, p.206). No contexto atual, de comunicação por meio de tecnologias digitais e redes, a sentença nos remete ao esquema de comunicação observado em aplicativos como o Twitter, por exemplo, com sua restrição de textos com limite de até 280 caracteres. Ainda hoje (ou hoje mais ainda), no século XXI, o homem vem preferindo abreviar suas narrativas e encontrou no léxico disponibilizado pela comunicação mediada por computadores a possibilidade de torná-las ainda mais curtas.

Ao destrinchar o interior do processo narrativo, Benjamin esmiuça os vários sintomas (e causas) do desaparecimento e da desvalorização dos narradores e das narrativas da sociedade moderna ocidental com o passar dos anos. Ao longo do texto, publicado em 1936, o filósofo destaca a diferenciação entre narrativa e romance e evidencia uma série de oposições que marcam este contraste: o artesanal x o industrial; o oral x o escrito; a comunidade x o indivíduo e a memória x as reminiscências, entre outras. A tese de Benjamin nasce da observação das alterações trazidas pela modernidade na virada do século XIX, mas algumas de suas ideias são úteis para pensarmos sobre as transformações narrativas a que assistimos na contemporaneidade.

Na essência, todas estas diferenças sublinhadas pelo filósofo no supracitado ensaio teriam relação com o modo de os homens da modernidade encararem o tempo. E a maneira de lidar com o tempo é algo contextual, que pode influenciar e ser influenciada pelos aparatos tecnológicos com que o homem convive em cada época, por exemplo. Sendo assim, ter (ou não) tempo para o trabalho manual, para contar uma história, para se relacionar com os outros, ou para lembrar um acontecimento marcante são questões relacionadas com as subjetividades de cada período. Se trouxermos este debate para os dias atuais, também

podemos identificar no modo de vida em esquema 24/7, com todos os sequestros de nosso tempo pelo ritmo de vida capitalista, como conceitua o filósofo Jonathan Crary (2016), ingredientes que entrariam em choque com a essência do gênero narrativo construído em um passado recente, em que as leituras aconteciam de formar linear, por exemplo.

Diante de um cenário em que a imprensa e o texto escrito eram os grandes opositores da riqueza da história oral, Walter Benjamin aponta em seu ensaio sinais de que a nova relação com o tempo, imposta por aquelas inovações da modernidade, foi matando o narrador, sufocado pelos novos modelos de trabalho, de comunicação e de vida nas cidades. Na atualidade, mantendo a comparação sugerida neste trabalho, as mensagens de texto e de áudio, enviadas via WhatsApp e outros aplicativos por usuários de smartphones, poderiam, então, ser apontadas como efeitos de uma ruptura da primazia da comunicação escrita tradicional e dos modelos de conversação e troca comunicacional até então praticados. Diante das novidades tecnológicas e das novas formas de se deslocar, de mandar mensagens ou de se situar no mundo, o homem contemporâneo acelerou-se e este movimento de aceleração tornou-se um paradigma, como destaca o geógrafo Milton Santos (2013).

Este ensaio de Walter Benjamin, assim como outros de sua autoria, está inserido num conjunto de análises filosóficas que versaram sobre os impactos que o surgimento de novos aparatos tecnológicos causou na subjetividade moderna, refletindo-se em mudanças na forma de perceber o mundo. Ao ser compatibilizado com o modo de vida urbano, em que a rapidez das máquinas a vapor e a velocidade dos automóveis se inseria num cenário de cidades cheias, em contraste com a lentidão e o quase deserto da vida do campo a que a maioria estava acostumada, o homem do século XIX e início do século XX foi ganhando uma nova percepção, novo foco, novo ritmo de caminhada e adotando outro estilo de vida. E uma lente analógica, industrial e mecânica foi moldando seu modo de ver, ser e estar no mundo.

Fenômeno similar pode ser observado na contemporaneidade com o enquadramento do mundo ocidental aos parâmetros, regras e fluxos das tecnologias digitais e da globalização, conforme abordam autores como Milton Santos (1994), Paula Sibilia (2012 e 2016), Paul Virilio (1984, 1994 e 1996) e Jonathan Crary (2016). Vivemos atualmente num padrão de movimento em que não podemos perder tempo (ou pelo menos é assim que nos fazem acreditar ou fomos ensinados), então como gastá-lo contando um “caso” ou ouvindo um conto? Sem tempo de ter contato pessoal e presencial com quase ninguém, o narrador da atualidade precisou inventar um outro modo de narrar. E uma outra forma de ouvir e consumir as narrativas. Aplicativos como o WhatsApp, que permite contar histórias à distância e para muitas pessoas, adequam-se a esta nova realidade. Se, como escreve Walter Benjamin, “a

experiência que passa de pessoa a pessoa é a fonte a que recorrem todos os narradores” (p.198), as narrativas dos dias atuais precisaram ser reinventadas num cenário de pouco ou quase nenhuma troca presencial entre interlocutores. E a arte de narrar, que segundo Benjamin já se encontrava em “vias de extinção” quando ele publicou o ensaio, hoje transmutou-se.

Os que têm habilidade para usar as ferramentas e linguagens das tecnologias da informação e comunicação (TICs), são “letrados” e exímios storytellers (contadores de história, no jargão do marketing). Os que têm pouca ou nenhuma intimidade, limitam-se a comunicar-se com menos “palavras” e ou a compartilhar conteúdos alheios. Fenômeno semelhante foi registrado por Benjamin no passado. Muitos dos que estavam familiarizados com uma concepção de narrativa associada à comunicação oral, viram-se inicialmente excluídos da novidade (as narrativas escritas e impressas), até pela necessidade de estar apto à leitura, saber usar o alfabeto. Benjamin apontava nestas mudanças as origens de um empobrecimento da comunicação naquele período.

São cada vez mais raras as pessoas que sabem narrar devidamente. Quando se pede num grupo que alguém narre alguma coisa, o embaraço se generaliza. É como se estivéssemos privados de uma faculdade que nos parecia segura e inalienável: a faculdade de intercambiar experiências (BENJAMIN, 1985, p.198).

Podemos usar algumas ideias discutidas por Benjamin neste artigo para um exercício de análise da situação das narrativas jornalísticas nos dias de hoje e os impactos desta nova relação com as pessoas e a cidade a partir da tecnologia digital. O desafio é pensarmos sobre se ainda é possível cultivar narradores e narrativas numa sociedade que valoriza os que dizem “tudo” em poucos caracteres. No século XIX, as figuras da narrativa oral foram perdendo espaço com o surgimento de novas dinâmicas sociais, como o êxodo das populações para as cidades e o apagamento de algumas profissões e o nascimento de outras; na contemporaneidade as narrativas escritas, por exemplo, também vêm sendo submetidas às tensões das mudanças do cotidiano. No século XXI, o jornalista, figura associada ao ofício de tecer narrativas sobre os fatos do cotidiano e repassá-las ao público, encontra-se no meio de uma disputa entre diferentes formas de representação e de consumo de ideias.

1.1 Ser jornalista no século XXI

Um dos valores simbólicos do jornalismo é seu poder de narrar o cotidiano, como discorre Matheus (2011). A autora ressalta que é enorme o desafio e o risco de analisarmos as categorias, conceitos e ideias do jornalismo do passado a partir do modo de vida, das

concepções e das ferramentas do presente. O que era considerado texto jornalístico e narrativa no século XIX, não se encaixaria nos parâmetros do século XX, assim como as formas de narrar do século XXI causam estranhamento quando analisadas sob os princípios do século passado. Isso nos impele a pensar sobre o que está se tornando a narrativa jornalística na contemporaneidade.

Partindo da hipótese de que estas as narrativas jornalísticas conduzem a sociedade a uma percepção da história como um progresso, algo linear e determinista, para o qual o jornal impresso funcionaria como um guia pelo “caminho previamente traçado” (2011, p.16), Matheus aborda a relação entre a adoção desta perspectiva de uma temporalidade linear pela sociedade e a relevância no jornalismo. Ao privilegiar uma visão de linearidade no jornalismo, com base na ideia da previsibilidade do futuro e do progresso, o jornal se adequaria a uma demanda de controle da realidade. Segundo a autora, “esta noção de tempo e história favorece a própria aceitação do jornalismo como modo de representação relevante (...) e a flexibilização dessa noção, no senso comum, forçaria uma reformulação do estatuto do jornalismo” (2011, p.22). O que vemos hoje é justamente esta flexibilização. O surgimento e a difusão de múltiplas maneiras de acessar um conteúdo e uma história, ou seja, a quebra da linearidade, possibilitou que movimentos de contestação ou até mesmo de apagamento desta relevância do jornalismo encontrassem espaço na sociedade.

Nesta nova realidade que se impõe, as redes sociais surgem como o grande painel de exibição das conversas e diálogos (assíncronos e síncronos) na sociedade. Elas funcionam com um display, em que se escreve com pouca profundidade, de forma fragmentada, e com o intuito de mostrar cada vez mais uma intimidade (sic), ou seja, uma exibição da intimidade (SIBILIA,2016). Em seus estudos sobre a subjetividade na contemporaneidade, a antropóloga argentina Paula Sibilía (2016) aponta que as transformações dos meios de comunicação entre o século XX e o século XXI nos fornecem pistas para entender as mudanças no modo de nos relacionarmos com os outros e com a realidade.

Dos sistemas fundados no princípio do broadcasting (como rádio e televisão), com mídias em que uma fonte emissora envia mensagens iguais para milhares de receptores; até a comunicação por meio de computadores interconectados através de redes digitais de alcance global, analisa Sibilía, vimos uma virada de chave tecnológica, cultural e filosófica. Estes novos canais contemporâneos não se enquadrariam no esquema tradicionalmente nomeado broadcast, mas também não poderiam ser comparados “às formas *low-tech* de comunicação tradicional”, como telefone, telégrafos, mesmo ainda havendo alguma possibilidade de interação (2016, p.19).

Quando as redes informáticas começaram a tecer seus fios ao redor do planeta, tornou-se evidente que algo estava mudando de modo radical; e o futuro ainda promete mais consumações dessa metamorfose, que vêm se gestando num ritmo cada vez mais vertiginoso de atualizações e mudanças. Nos meandros desse ciberespaço de escala global, foram germinando novas práticas de difícil qualificação, inscritas no então nascente âmbito da comunicação mediada por computador. São rituais bastante variados, que brotaram em todos os cantos do mundo e não cessam de ganhar novas modalidades e mais adeptos dia após dia, inclusive entre aqueles que no início se mostraram resistentes ou desinteressados, tais como os idosos e os moradores de certas comunidades rurais mais isoladas (SIBILIA, 2016, p.19).

Com uma visão mais atrelada ao mercado e ao comportamento do consumidor, o pesquisador Henry Jenkins (2009) propõe uma análise das transformações dos meios de comunicação ocorridas no século XXI a partir do paradigma da cultura da convergência (JENKINS, 2009). Segundo a visão do estadunidense, o conceito de convergência não está relacionado a uma mudança tecnológica, ou seja, não se trata apenas da junção de múltiplas funções dentro dos mesmos equipamentos, mas de uma transformação cultural, “à medida que consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos” (p.30). Ele frisa que vivemos um momento histórico de adaptação, em que “as velhas e as novas mídias colidem, onde mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder do produtor de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p.29).

Para esclarecer o conceito, Jenkins recorre às definições de sistemas de distribuição (que são as ferramentas usadas para acessarmos os conteúdos, como a fita cassete, por exemplo) e de meios de comunicação (que são os sistemas culturais que usamos para nos comunicar, como o som gravado, por exemplo). Ele defende que as “tecnologias de distribuição vêm e vão o tempo todo, mas os meios de comunicação persistem como camadas dentro de um estrato de entretenimento e informação cada vez mais complicado” (p.41). As interações e trocas na contemporaneidade ocorrem primordialmente por meio de novas tecnologias digitais, mas isso não significa que os velhos meios de comunicação estão sendo substituídos e totalmente anulados. Eles têm suas funções e status transformados por estas novas tecnologias (2009, p.41-42).

Muito além de uma mudança tecnológica, ressalta Jenkins, a convergência é uma mudança sociocultural. Algo que ocorre não apenas no nível dos sistemas de distribuição, mas dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com os outros, alterando a lógica pela qual a indústria midiática opera e pela qual os consumidores processam a notícia e o entretenimento. Trata-se de uma mudança nos protocolos através dos quais vem ocorrendo a produção e o consumo de mídia, segundo esta concepção de Jenkins. E uma análise do que vem se passando no jornalismo é exemplo disso. Tanto o ato de fazer

notícia, quanto o ato de consumir este conteúdo jornalístico sofreram modificações, inseridas neste contexto da convergência (JENKINS, 2009) e da conexão (JENKINS, 2014).

Cada meio antigo foi forçado a conviver com os meios emergentes. É por isso que a convergência parece mais plausível como uma forma de entender os últimos dez anos de transformações dos meios de comunicação do que o velho paradigma da revolução industrial (JENKINS, 2009, p.41).

Diante desta nova dinâmica comunicacional, cabe ao repórter adaptar seu modo de narrar a outros formatos, com o objetivo de alcançar este público que já não o espera passivamente do outro lado da linha de produção das notícias (o jornal, o rádio, a TV, ou o site) e utiliza o conteúdo jornalístico para criar seu próprio conteúdo, seja pelo simples compartilhamento com comentários nas redes sociais, seja pela intervenção mais direta, com o uso de partes de uma reportagem para compor um meme ou um post explicativo nas redes. Outro exemplo é o caso de apropriação de uma notícia, retirada de contexto, para criação de uma nova notícia falsa (as chamadas fakes news).

Adequar-se a este novo modo de fazer jornalismo é uma questão de sobrevivência no mercado, visto que as corporações exigem que o profissional esteja preparado para interagir e entender este público, ou seja, que ele saiba escrever reportagens que atendam aos requisitos de um jornalismo on-line, mesmo que muitas destas empresas jornalísticas ainda não tenham concluído que jornalismo on-line é este. Alguns padrões de formato, no entanto, já começaram a ser desenhados. No caso de textos escritos, os artigos longos, e as análises mais aprofundadas passaram a ser associadas a um modo de narrativa jornalística considerada antiga, mais apropriada ao impresso. O próprio jornal, como mídia, encontra-se num ponto de resignificação, com perda de assinantes e leitores em papel e busca por um modelo sustentável de negócio⁶.

Outra característica do jornalismo destes tempos de conexão e convergência que merece ser destacada é que na web os textos já não são necessariamente considerados o principal meio de informação do leitor. Hiperlinks para vídeos, fotogalerias ou infográficos animados são recursos utilizados para entregar ao (agora) consumidor de conteúdo (antes apenas um leitor/espectador/ouvinte) um “pacote” completo e com ideia de interação, mais condizente com a realidade da vida em rede. E há um ingrediente essencial que comanda as

⁶ Dados do Instituto Verificador de Comunicação (IVC) mostram uma queda de 13,6% na circulação dos 10 principais jornais impressos do país em 2021, em comparação com 2020.
<https://www.poder360.com.br/midia/jornais-tem-alta-de-64-no-digital-e-queda-de-136-no-impresso-em-2021/>

práticas de produção e consumo das notícias: a aceleração. Estas metamorfoses tiveram - e ainda têm - impacto no processo de produção jornalística, uma delas é o enquadramento das notícias no universo da produção de conteúdo, reduto do marketing digital.

Até o final do século XX, o trabalho dos jornalistas, mais especificamente do repórter, consistia, em sua essência, em ir às ruas, ver e ouvir o que suas fontes contavam, fazer um recorte, editando trechos desta realidade, e narrar o acontecimento para os leitores, ouvintes ou telespectadores. O jornalista atuava mediando o acesso de boa parte da população às informações, por meio de uma curadoria de notícias, escolhendo o que merecia ser divulgado, de acordo com critérios de noticiabilidade.

A profissão sempre esteve sujeita às transformações ocasionadas tanto pelo surgimento de novas tecnologias, quanto de novas formas de organização social. Por isso, o uso de novos dispositivos tecnológicos no processo de trabalho sempre foi um processo esperado nas redações, que ao logo dos tempos vêm absorvendo as novidades, até mesmo para não perder o ponto de contato com seu público. Assim que surgiram, aparatos tecnológicos, como o telefone, o gravador e o computador, causaram estranhamento e resistência, até que tiveram seus usos assimilados e foram incorporados aos processos de apuração, atuando como facilitadores, ao mesmo tempo em que levaram a rearranjos na forma de trabalhar nas redações. A história se repete com as tecnologias digitais de informação e seus muitos derivados.

Vemos hoje que a chegada da tecnologia digital apresentou aos repórteres do século XXI um novo desafio: trouxe a possibilidade de conhecer um número maior de histórias, sem limite geográfico, a partir do Zoom, Skype e outras plataformas de comunicação, mas, por outro lado, impôs ao profissional a dificuldade de conseguir capturar estes relatos num cenário de esvaziamento das ruas, numa sociedade em rede (CASTELLS, 1999) em que muito se fala, mas pouco se diz.

Um dos custos desta “expansão de território”, proporcionada pela tecnologia, é um aumento da cobrança por uma maior velocidade no processo de trabalho, visto que os gestores consideram que as possibilidades técnicas estão dadas. Moretzsohn (2002) descreve as mudanças com o crescimento do jornalismo on-line e do imperativo do tempo real, no começo da virada digital dos jornais do sudeste.

Com a incorporação dos serviços on-line pelos grandes jornais, a sobrecarga é ainda maior. Assim, a vantagem que o repórter de jornal impresso poderia ter em relação ao que trabalha em meios eletrônicos desaparece: se antes havia condições de retornar à redação para redigir a matéria até o horário do fechamento, hoje é preciso fornecer *flashes* para o serviço “em tempo real” do jornal e, quando for o caso, também boletins radiofônicos. (MORETZSOHN, 2020, p.137)

Em tempos de home office, forçado e intensificado pela pandemia do Coronavírus, vimos o leque de possibilidades de contato interpessoal ser ainda mais reduzido. Se antes podíamos e tínhamos que, pelo menos, conversar com o colega de trabalho ou participar de uma reunião da empresa, agora abre-se uma perspectiva de que nem estas trocas de experiências sejam mais retomadas em muitos campos profissionais e sociais. Com a emergência e consolidação de tipos de trabalho que exigem agilidade e têm pouco espaço para o tédio, sentimento que, ressalta a tese de Walter Benjamin, sempre foi associado ao universo das narrativas, estas (pelo menos as do tipo defendido por Benjamin) tornaram-se ainda mais fora deste tempo. Viraram artefatos arqueológicos, de uma época que passava mais devagar, em que os homens ainda trocavam ideias, sem olhar para o relógio impacientemente quando alguém lhes atravessava o caminho querendo contar uma experiência.

Na segunda década do século XXI, nos questionamos se faria sentido perguntar qual o sentido de se perder tempo ouvindo uma história, se quase tudo está nas redes e vira um meme, algo mais fácil e rápido de consumir. Aprendemos com autores como Walter Benjamin que os tipos de trabalho oferecidos numa sociedade, os meios de transporte usados pelos moradores, assim como outros aspectos do estilo de vida, influenciam e são influenciados pelo modo como os cidadãos vão perceber, representar e comunicar a realidade. E nestes tempos de globalização, os efeitos deste espírito do tempo são espalhados de forma ainda mais abrangente e acelerada.

Quando o ritmo do trabalho se apodera dele, ele escuta a história de tal maneira que adquire espontaneamente o dom de narrá-las. Assim se teceu a rede e, está guardado o tom narrativo. E assim essa rede se desfaz hoje por todos os lados, depois de ter sido tecida, há milênios, em torno das mais antigas formas de trabalho manual (BENJAMIN, 1974 p.205).

A morte do estilo de narrativa lembrado por Benjamin, que vinha definindo ao longo do século XX e respirava por aparelhos no começo do século XXI, teve reflexos em todas as esferas da sociedade, se pensarmos sob a perspectiva do filósofo alemão. Um processo que, já ressaltava o Benjamin na década de 1930, vinha de longe e seguiu seu curso. E que “tem se desenvolvido concomitantemente com toda uma evolução secular das forças de produtivas” (p. 201). Façamos um exercício de comparar as formas narrativas do final do século XX, com as da segunda década do século XXI: temos uma história narrada com memes, gifs, palavras abreviadas e, com frequência, sem contato entre o narrador e os consumidores da narrativa.

1.2 Efeitos das mudanças da relação com o espaço na narrativa jornalística

Neste trabalho tratamos de espaço, de tempo e de globalização porque são questões que atravessam os debates sobre a prática do jornalismo na contemporaneidade. Juntamente com o tempo, a questão do espaço se apresenta como um fator de reconfiguração das narrativas na realidade que se apresenta atualmente e, conforme o geógrafo Milton Santos ensina, a globalização constitui-se como paradigma para compreendermos os diferentes aspectos da realidade na atualidade (2013, p.45). Sob este paradigma, nossa relação com o tempo e o espaço foi reestruturada. E, de acordo com as ideias de Santos, o advento do Período Científico-Técnico possibilitou a junção do espaço e do tempo, fundindo-os e confundindo-os e, com isso, nas ciências sociais já não é mais possível tratar estas duas categorias separadamente. Ou seja: se quisermos entender como (e porque) o jornalista passou a ter cada vez menos tempo de apurar e escrever uma reportagem, temos que analisar também como (e porque) estes profissionais mudaram sua relação com o espaço. O uso do WhatsApp e seus impactos na apuração (algo prático) e na identidade do jornalista (algo subjetivo, porém entrelaçado com a questão do espaço) se insere nesta problemática.

A geógrafa Doreen Massey (2008) defende que o modo como lidamos com o espaço tem reflexos sobre todos os outros contornos de nossa vida. Daí a importância de também abordarmos e de refletirmos sobre o papel que ele vem ocupando no cotidiano de trabalho do jornalista na contemporaneidade. Massey, assim como outros geógrafos que adotam a concepção relacional do espaço (SANTOS, 1994, HAESBAERT, 2007) pensam no espaço não somente como algo físico, local de pouso ou passagem, mas como um lugar simbólico, marcado pela dinâmica de trajetos e encontros, além de ser o lugar da possibilidade de existência da multiplicidade e de estar sempre em transformação.

(...) Importa o modo como pensamos o espaço; o espaço é uma dimensão implícita que molda nossas cosmologias estruturantes. Ele modula nossos entendimentos do mundo, nossas atitudes frente aos outros, nossa política. Afeta o modo como entendemos a globalização, como abordamos as cidades e desenvolvemos e praticamos um sentido de lugar. Se o tempo é a dimensão da mudança, então o espaço é a dimensão social: da coexistência contemporânea de outros. E isso é ao mesmo tempo um prazer e um desafio. (MASSEY, 2008, p.15)

Ao defender uma visão alternativa do espaço, Massey abre caminho para que outros elementos das relações humanas sejam levados em conta na análise de um contexto, permitindo um afastamento dos estudos que privilegiam o tempo e o pensamento linear. É preciso desvencilhar-se das “imaginações hegemônicas de espaço” (MASSEY, 2008) se quisermos discutir as causas e efeitos da globalização. Não apenas o tempo, mas o espaço-

tempo ou tempo-espaço (Massey ressalta que eles não são idênticos, nem criam uma “quarta dimensionalidade diferenciada”) devem ser discutidos quando o objetivo é entender uma transformação como a que vem se desenhando no jornalismo, se nos apropriarmos da perspectiva proposta por Doreen Massey e pelos autores que reivindicam um olhar menos fechado sobre o conceito de espaço.

Se encarmos o espaço como a possibilidade da existência da multiplicidade e da heterogeneidade, uma questão que emerge é a do uso da internet para apuração de uma notícia. Ao limitar suas trocas e conversas ao universo das redes, o jornalista pode ser encaminhado (pelos algoritmos e suas bolhas) a circular somente por um espaço universal (SANTOS, 1994) moldado pelo pensamento hegemônico ocidental, perdendo, assim, a chance de contato com diferentes perspectivas, histórias e subjetividades. Há que se acreditar na dinâmica e na imprevisibilidade relacional do espaço, como defendem Massey e Santos, se quisermos apostar na possibilidade do jornalismo como ferramenta de transformação social. “O espaço jamais poderá ser essa simultaneidade completa, na qual todas as interconexões já tenham sido estabelecidas e no qual todos os lugares já estão ligados a todos os outros” (MASSEY, 2008, p. 32.). Restringir-se à apuração pelas redes sociais ou, mais especificamente, com as entrevistas e trocas de informações pelo WhatsApp, é escolher uma rota, um caminho fechado, sem distrações no percurso. Entender o que isso vai trazer de mudança no modo de trabalho do jornalista contemporâneo, exige um exercício de desapego das antigas formas de apuração, mas também exige um olhar crítico sobre as novas maneiras de se trabalhar as informações. Não podemos apenas negar e resistir às novidades, mas também podemos aderir sem pensamento crítico.

A reflexão sobre os novos modos de se estabelecer contato pode nos ajudar a entender este novo cenário em que o jornalista está inserido. Numa pesquisa realizada com estudantes do ensino médio nos Estados Unidos, Turkle (2015) ouviu da maioria que eles preferiam estabelecer contatos digitando pelo celular, em vez de trocar palavras presencialmente. Quando perguntado sobre o que havia de errado com conversar, um jovem secundarista respondeu: “Isso acontece em tempo real e você não pode controlar o que você vai dizer” (TURKLE, 2015, p. 22.). Olhando à nossa volta vemos que não se trata de uma realidade restrita aos jovens, como a própria autora ressalta. Esta necessidade de manter o fluxo de conversação sob controle atravessa gerações e, certamente, é uma das explicações da preferência da maioria dos interlocutores por se comunicar por meio de aplicativos de mensagens, como o WhatsApp. “Lidar com as coisas on-line soa como o início de uma

solução: pelo menos podemos responder a perguntas conforme nossa conveniência e editar nossas respostas para fazer tudo ‘direito’” (TURKLE, 2015, p.22. Tradução livre).

Transportando esta discussão para o cenário do jornalismo, esta possibilidade de edição e controle total do conteúdo de mensagens, sem risco de surpresas e reviravoltas, deve ser levada em conta quando se opta por fazer uma entrevista por meio das redes sociais. Os repórteres ganham em agilidade, conseguem ter maior êxito em se conectar com a fonte, e disfrutam até da facilidade de já ter todas as respostas gravadas no seu celular, mas há perdas neste processo de comunicação, em comparação com o contato presencial, por exemplo. Com o uso do WhatsApp, os jornalistas não podem ver a reação do entrevistado à sua pergunta, eles não podem ter certeza sobre quem respondeu e eles não podem captar informações não verbais que enriqueceriam sua narrativa, como o cenário, a roupa usada e o tom de voz do entrevistado, por exemplo.

Através da concepção relacional do espaço (MASSEY, 2008), é possível obter um panorama mais amplo da questão do jornalismo e das tecnologias de comunicação, escapando das limitações de uma análise tecnicista, unicamente voltada para a investigação da utilização (e dos impactos) das novas técnicas de apuração que vêm se impondo aos jornalistas no século XXI. Na ótica da geógrafa britânica Doreen Massey, a questão do espaço deve ser introduzida como elemento primordial no entendimento da dinâmica de formação das identidades, ressaltando, assim, a importância da perspectiva geográfica nas relações sociais, culturais e políticas. Mas, como defende a autora, é importante destacar a transitoriedade e o dinamismo desta espacialidade. O espaço, segundo Massey, é lugar de devir e, por isso, amplo de possibilidades.

A partir de uma nova perspectiva do tempo e do espaço, o modo de fazer jornalismo se reconstrói com ferramentas e mentalidades estruturadas e ancoradas no mundo globalizado. Neste mundo, conceitos como tempo, espaço e aceleração mesclam-se e se modulam, dando forma a um tipo de notícia/narrativa que cria o efeito de instantaneidade e ubiquidade. No jornalismo, passa a existir uma dependência e uma reverência aos dispositivos e equipamentos das tecnologias de informação e comunicação e aos modelos de fluxos de informação ditados pelos meios hegemônicos, em detrimento das antigas formas de apuração, que, mesmo com limitações (e também estando ligadas a pensamentos hegemônicos), abriam a possibilidade de

encontros inesperados e de contatos interessantes com homens lentos⁷ (SANTOS, 1994) em espaços que obedecem⁸ (SANTOS e SILVEIRA, 2006).

Inicialmente, para escapar do esquema do pensamento linear associado ao conteúdo escrito, a narrativa jornalista optou pela fragmentação e pela adesão a tudo que revestisse o conteúdo de um verniz de agilidade e tempo real. Nas redações, os repórteres foram convertidos em redatores e editores de notas e conteúdos e viram sua mobilidade diminuir à medida que os seus smartphones se tornavam mais inteligentes e lhes permitia “visitar” mais lugares. “A instantaneidade da informação globalizada aproxima os lugares, torna possível uma tomada de conhecimento imediata de acontecimentos simultâneos e cria, entre lugares e acontecimentos, uma relação unitária na escala do mundo” (SANTOS, 2013. p.46). Ou, como diz Massey: “Parece que, algumas vezes, na corrida enlouquecida para abandonar a singularidade da formidável narrativa modernista (a estória universal singular) o que foi adotado em seu lugar foi uma visão de uma instantaneidade de interconexões” (MASSEY, 2008, p.36).

Na contemporaneidade, explica Santos (2013), convivemos com objetos técnicos geográficos (a nossa tendência a georreferenciação de todas nossas ações é um exemplo disso) e a predominância de um único sistema técnico, que seria a base da mundialização. Sob as regras da globalização, o meio geográfico que se apresenta, diz o geógrafo, tem característica científica-tecnológica-informacional.

Alguns conceitos e categorias desenhados por Milton Santos em seus estudos sobre globalização podem, seja por associação, seja por comparação direta, ajudar na reflexão sobre o surgimento de uma nova postura, um novo comportamento do jornalista no manejo do espaço/tempo, que poderia ser interpretado como uma hipervalorização do tempo e das coisas consideradas do tempo-mundial. Um novo ritmo de apuração surgiu num contexto de aceleração de trabalho, uma imposição das empresas de mídia, principalmente das proprietárias de jornais, que buscavam e ainda buscam sobreviver e ter negócios lucrativos num ambiente globalizado e plataformizado. A palavra precarizado também pode ser incluída no rol dos vocabulários associados a esta nova realidade jornalística, visto que as mudanças foram surgindo de forma precária e tornando ainda mais desconfortáveis as formas de

⁷ Como bem define Gil Sevalho (2012): o personagem do “homem lento” foi elaborado por Milton Santos (1994) em seu debate sobre técnica, espaço, tempo, encarnando a figura do “homem comum, pobre, do lugar, que, no ambiente das metrópoles emergentes, resiste às forças verticais, externas, da globalização”.

⁸ Milton Santos e María Laura Silveira (2006, p.265) utilizam as metáforas-conceitos de espaços que comandam e espaços que obedecem para explicar “o acúmulo de funções diretoras em certos lugares e a sua falta na maioria dos demais”, com a ressalva de que espaço é “um conjunto indissociável de sistemas de objetos e de sistemas de ação”.

trabalho do jornalista nas redações cariocas, como vêm pesquisando Fígaro (2013) e Grohmann (2016).

A mundialização multiplica o número de vetores e, na verdade, aumenta as distâncias entre instituições e pessoas. Ubiquidade, aldeia global, instantaneidade são, para o homem comum, apenas uma fábula. Para o homem comum, o mundo, mundo concreto, imediato, é a cidade, sobretudo a metrópole. [...] (SANTOS, 2013, p.78)

Jornalistas, principalmente repórteres e cronistas, cultivaram durante um longo período o hábito de misturar-se aos homens comuns, aos homens lentos, para observar e até mesmo absorver as coisas do dia a dia das cidades e contá-las em artigos e reportagens. A presença dos jornalistas nas ruas e nos ambientes que poderiam fornecer material bruto para que o profissional elaborasse uma reportagem evidencia uma forte relação do jornalista com o espaço. E uma forte presença do corpo deste profissional neste espaço, abria a possibilidade de ele deixar sua marca nas ruas e receber de volta as impressões da cidade, segundo os conceitos de corpografia urbana (BRITTO e JACQUES, 2008), enriquecendo as narrativas.

Partindo do princípio de que o corpo e a cidade se relacionam, ainda que involuntariamente, a coreógrafa Fabiana Dultra Britto e a arquiteta Paola Berenstein Jacques (2015) apresentam em suas obras que analisam o corpo e a cidade uma perspectiva “corpográfica” da história das cidades. Proponho neste texto o uso desta premissa conceitual para refletirmos sobre o significado da presença (e da ausência) do repórter em pessoa, carne e osso, nas ruas do Rio de Janeiro. A partir desta visão da “corpografia” urbana, é preciso levar em conta a existência de uma relação entre a carne (do homem) e a pedra (dos prédios e monumentos) que deixa marcas recíprocas entre o caminhante e o caminho. Ao realizar o que chamam de *corpografia* urbana, o pesquisador transcende a perspectiva simplista de olhar a cidade como um mero cenário. A “corpografia” a que elas se referem é

(...) um “tipo de cartografia realizada pelo e no corpo que corresponde a diferentes memórias urbanas que se instauram no corpo como registro de experiências corporais da cidade, uma espécie de grafia da cidade vivida que fica inscrita, mas que, ao mesmo tempo, configura o corpo de quem a experimenta (BRITTO e JACQUES, 2015, p.144-145).

Na história do jornalismo, a figura do repórter que está onde a notícia acontece esteve até então associada à marca do fortalecimento do vínculo entre a população e os jornalistas, conforme destaque no capítulo II. Ou seja, a corporificação do jornalista, no caso o repórter, era uma característica que somava valor ao exercício da profissão até o momento. No atual cenário de protagonismo da tecnologia, o papel do jornalista, mas especificamente do

repórter, vem sendo relegado ao de coadjuvante. Vemos práticas de apuração associadas à desenvoltura no manejo de dados e no uso de programas que vasculham, raspam, limpam e fazem surgir informações relevantes sendo incensadas pelo mercado, que exalta os chamados “jornalistas de dados”. O paradigma da apuração vem sendo substituído pelo paradigma do vazamento (MATHEUS e MIRANDA, 2020), encaixando-se no conceito de jornalismo sentado.

Trata-se da mesma mentalidade que valoriza o uso de aplicativos e das redes sociais no processo de apuração, em detrimento de habilidades consideradas subjetivas, como faro jornalístico. Para Cremilda Medina (2014), as inovações tecnológicas não deveriam substituir a parcela humana do trabalho jornalístico. “O jornalista, o repórter, não pode se entregar à epiderme das bases de dados: já aprendeu, na solidez histórica dos valores editoriais, que é preciso dar vida a essa pele e fazer a leitura interpretativa das estatísticas” (2014, p.37). Ela destaca que o trabalho de reportagem denso e bem realizado não se faz sentado diante de um computador.

A reportagem densa e tensa é resultado de um autor preparado para lidar com o real com equipamento técnico eficiente, sensibilidade dialógica ou cumplicidade ética e narrativa inovadora (...) o que para mim é decisivo é o contato vivo do repórter, e não o isolamento sentado ou em pé, operando máquinas, ou estático, vítima da inércia das facilidades claustrofóbicas das redações (MEDINA, 2014, p.36).

Outro ponto da obra de Milton Santos que nos instiga a pensar este momento do jornalismo é o que ele aborda o conceito de aceleração. A sensação de que nos escapa a compreensão do todo – e também de parte de algo – que nos acompanha nos dias de hoje não é um incômodo que afeta apenas os que vivem no século XXI. Como diz Milton Santos, vivemos um destes momentos culminantes na História que o geógrafo traduz como aceleração, que já se repetiu em outras épocas, com outros ingredientes e contextos. A história é repleta destes períodos, que fazem explodir inovações e novidades que parecem ter o poder de mudar o ritmo do tempo (SANTOS, 2013). E deixam a impressão de que somos atropelados por um turbilhão de lançamentos de produtos, modismos e modos de agir aos quais não temos condições de acompanhar. Foi assim com a transição para era da modernidade, como bem registraram os escritos benjaminianos. E assim vem ocorrendo com as mudanças da época atual, batizada por alguns filósofos de pós-modernidade ou modernidade líquida (Harvey, 1989; Hall, 2002 e Bauman, 1999).

“Acelerações são momentos culminantes na História, como se abrigassem forças concentradas, explodindo para criarem o novo” (Santos, 2013, p.27). Por isso, a cada era, quando elas acontecem, assistimos a “reações de admiração e ou de medo diante do inusitado”

e convivemos com “as dificuldades e incertezas para entender os novos esquemas e para encontrar um novo sistema de conceitos que expressem a nova ordem de gestação”. (SANTOS, 2013, p.27).

A aceleração contemporânea, descrita por Milton Santos, apresenta como marca a efemeridade: fruto da banalização da invenção, da morte antecipada de todas as novidades e “de sua sucessão alucinante”, daí a sensação de um presente que foge, como define o geógrafo. E este tempo da aceleração da atualidade também se consagra como a época dos signos, que surge depois de termos vivido o tempo dos deuses, o tempo do corpo e o tempo das máquinas, tempos estes que nos moldaram e foram por nós moldados. E atualmente, como bem observamos com os efeitos da desinformação e da pós-verdade, um dos riscos que enfrentamos é que os símbolos nos confundam porque “eles tomam o lugar das coisas verdadeiras” (2013, p.28).

Diante de tanta velocidade e aceleração, em ritmos quase impossíveis de serem acompanhados, os jornalistas vêm sendo deslocados, tanto de seu território (a redação), quanto de sua identidade (de profissional que está nas ruas sendo os olhos e ouvidos de quem não pode vivenciar um feito).

2 JORNALISTAS: IMAGINÁRIO, IDENTIDADE E RELAÇÃO COM O LEITOR

Em *Superman*, longa metragem produzido nos Estados Unidos nos anos 1970, um extraterrestre com superpoderes, interpretado pelo galã Christopher Reeve, salva a Terra de terríveis vilões. Para esconder sua identidade, Kal-El, nascido no planeta Krypton, escolhe o disfarce de Clark Kent, um repórter terráqueo tímido e desajeitado do Planeta Diário, apaixonado pela colega de trabalho Lois Lane. Na época, o filme rendeu US\$ 134,4 milhões de bilheteria nos EUA e outros US\$ 66 milhões pelo mundo, conquistando um Oscar de efeitos especiais, o consagrado prêmio de Hollywood. Em *Todos os Homens do Presidente*, outro longa-metragem dos EUA, de 1976, a investigação de dois repórteres do jornal *The Washington Post* sobre uma invasão à sede do Partido Democrata desemboca no escândalo Watergate, que teve como consequência a queda do presidente Richard Nixon, acusado de espionagem. Ganhador de quatro estatuetas, a obra baseada em fatos reais é considerada um clássico do cinema. Numa produção mais recente dos EUA, de 2015, que recebeu o título no Brasil de *Spotlight – Segredos Revelados*, novamente o trabalho da imprensa aparece associado a valores positivos, como heroísmo e perseverança. A película, vencedora de dois Oscars (melhor filme e melhor roteiro original) narra a história, também verdadeira, de uma equipe de jornalistas investigativos de um jornal de Boston (EUA) que ajuda a desvendar e tornar público um escândalo envolvendo abuso sexual, pedofilia e a igreja católica.

Os três longas, dois do século XX e um do século XXI, produzidos, filmados e roteirizados nos Estados Unidos, têm jornalistas como personagens protagonistas – nos papéis de “mocinhos” – e simbolizam uma época em que o trabalho da imprensa, além de romantizado (no sentido literal da palavra, visto que dois dos filmes foram baseados em livros, inspirados em casos verídicos), usufruía de grande credibilidade e era associado a valores como verdade, justiça e confiança. Nestes tempos em que convivemos com fenômenos como o da pós-verdade e da desinformação, e uma crescente descredibilização do discurso da imprensa, o lugar dos jornalistas e do jornalismo na sociedade vem sendo questionado e reposicionado por diversos atores sociais. Há uma espécie de quebra de encanto, que sinaliza um processo de apagamento da posição de destaque que a profissão (e o profissional) até então ocupava no mapa de entidades mediadoras da realidade e no imaginário da sociedade. Apesar de os exemplos citados serem produções estrangeiras, eles também servem para pensar sobre a situação do jornalismo e do jornalista no Brasil a partir da primeira década do século XXI. As diferentes formas de representação do jornalismo no cinema e sua relação com a história do próprio jornalismo foram tema de uma reflexão mais

extensa num ensaio de Matheus e Miranda (2020), que destacou os arquétipos atribuídos ao jornalista e ao seu trabalho e o surgimento de novos paradigmas profissionais nos séculos XX e XXI.

2.1 O imaginário do jornalista herói e a identidade jornalística no século XXI

Como a dissertação aborda questões relacionadas ao universo do jornalista e do jornalismo no Rio de Janeiro, antes de tratar do movimento que aponta mudanças no papel, na imagem e na autoimagem do profissional na sociedade é importante fazer um pequeno histórico da profissionalização do jornalismo no país para entendermos o processo de formação da identidade dos jornalistas e da própria identificação do público com o trabalho jornalístico.

Entre o final do século XIX e o início do XX, o jornalismo no Brasil foi deixando de ser uma vitrine para intelectuais e bacharéis, que não encaravam o trabalho como um meio de vida, mas como um “bico” que poderia trazer projeção e ganhos políticos (TRAVANCAS, 1992; SEGISMUNDO, 2003 e LOPES, 2013). A profissionalização e a modernização do jornalismo brasileiro, ocorreram gradualmente ao longo da Primeira República, entre 1889 e 1930 (ROMANCINI e LAGO, 2007, p.67-68), e, com isso, as redações passaram a abrigar trabalhadores que se dedicavam integralmente ao ofício e adotavam a ocupação como uma carreira. Datam deste período, por exemplo, a fundação da Associação Brasileira de Imprensa (ABI), em 1908, e a criação do primeiro código de ética dos jornalistas.

Para a pesquisadora Isabel Travancas (1992), uma das diferenças mais frequentes entre os jornalistas da geração da década de 1990 e seus colegas da “velha guarda” passava pela questão dos limites da ética profissional, que foram sendo ajustados a partir de um modelo que almejava o profissionalismo e a objetividade. Em depoimento à pesquisadora, nos anos 1990, o jornalista e escritor Cícero Sandroni fez uma comparação entre o antigo e o moderno que exemplifica como eram as relações de trabalho no passado. Segundo ele, antes “todo jornalista tinha emprego público, isso porque era uma tradição o jornal pagar mal. O jornal não passava de um trampolim para o indivíduo se tornar político, funcionário público ou escritor” (TRAVANCAS, 1992, p.75-76).

Neste processo de profissionalização do jornalismo, com os jornais se organizando como empresas, foram produzidos regras, ideologias, mitologias e modos de ver e contar histórias que, com a ampliação e consolidação dos grandes veículos de comunicação, acabaram difundidos de forma mais efetiva e passaram a ser aceitos pelos leitores, além de

associados ao saber jornalístico. A adoção do *lead* (um parágrafo inicial que procura responder às perguntas o que, quem, quando, onde, como e por que) e o formato da pirâmide invertida (que consiste em contar os fatos principais no início do artigo, deixando os menos relevantes para os parágrafos seguintes, em ordem decrescente de importância) são alguns exemplos das modificações que a profissionalização provocou no modo de escrever dos jornalistas em jornais industriais, até então mais espelhado no estilo erudito e literário europeu.

A título de contextualização temporal, devemos ressaltar que a legislação trabalhista que regulamentou a profissão de jornalista, determinou a criação de escolas de jornalismo e estabeleceu o registro junto ao Ministério do Trabalho surge na década de 1930 (Decreto-Lei 910, de 1938), mas, como esclarece a autora Fernanda Lima Lopes (2013), no Brasil a década de 1950 é considerada o momento crucial para a transposição de um modelo “panfletário e partidário das publicações para um modelo de jornalismo objetivo”, mais de acordo com uma lógica empresarial de fabricação da notícia (LOPES, p.74). O período também marca um afastamento do modelo de jornalismo mais inspirado no francês, em que os textos possuíam tom mais literário, com prevalência de crônicas e artigos, e uma aproximação do modelo estadunidense, em que o estilo noticioso e informativo dava a tônica das publicações (LOPES, p.70).

Após 1950 não houve, no entanto, um apagamento de todas as características e comportamentos que durante muito tempo acompanharam a identidade jornalística, duas delas perduraram como modelo até o final do século XX e ajudaram a moldar a identidade dos profissionais: a ligação com a literatura e o comportamento boêmio, como ressaltava Lopes (2013). Até o final da década de 1990, o hábito de realizar grandes encontros em bares, que reunia colegas jornalistas de vários jornais do Rio de Janeiro, entre eles O DIA e O GLOBO, ainda se mantinha nas redações. A autora desta pesquisa, que começou na profissão como repórter do Jornal do Brasil em 1992, presenciou algumas destas confraternizações, onde as grandes coberturas jornalísticas da época eram comentadas pelos repórteres de variados veículos entre goles de chope.

Esta fama de boêmio, que durante muito tempo acompanhou a imagem do jornalista, foi captada e retratada por Travancas (1992), que, fazendo uso de etnografia, traçou um perfil desta categoria profissional. Segundo Travancas, o jornalista padrão, além de estar na redação (e à disposição da redação) 24 horas por dia, adora estar num bar. “E, se existe um jornalista ‘típico’, há também o sonho mais comum entre os profissionais. Todo jornalista parece sonhar

em abrir um bar” (TRAVANCAS, 1992, p.88). Este ambiente era considerado por muitos uma segunda redação.

A época desta pesquisa empreendida por Travancas foi um período em que o Rio de Janeiro tinha muitos veículos impressos, rádios e TVs e que as redações ainda empregavam a maioria dos profissionais. Segundo Travancas, no início dos anos 1990, de acordo com dados do Sindicato dos Jornalistas profissionais do Município do Rio de Janeiro, “havia mais de 6 mil profissionais distribuídos pelos sete maiores jornais cariocas, quatro sucursais de outros de fora do Rio, mais de vinte revistas, trinta estações de rádio e sete emissoras de televisão” (1992, p.31). Esvaziado depois das reformas trabalhista de 2017, que terminou com a contribuição sindical obrigatória, o sindicato informou à esta pesquisadora que não tem mais estes números atualizados.

Investigar a identidade jornalística na contemporaneidade tem sido tarefa de pesquisadores brasileiros (TRAVANCAS, 1992; NONATO, 2007; FIGARO, 2013 e 2014; LOPES, 2013, GROHMANN, 2015 e VIEIRA, 2020) e estrangeiros (DEUZE, 2005; CORREIA, 2009 e GARCIA, 2009), que com seus estudos apontam caminhos para entendermos, por um lado, com quais características profissionais os jornalistas de hoje ainda se identificam e, por outro, a quais valores, atributos e saberes a sociedade ainda associa o jornalista na atualidade. Como afirma Lopes (2013), ao sabermos que “é impossível compreender a identidade de um sujeito fora de sua colocação social” refletir sobre as mudanças na relação entre o jornalista e seus leitores/espectadores é um exercício necessário para a compreensão do momento em que a profissão se encontra. A pesquisadora destaca a importância do outro para a elaboração da autoimagem do jornalista e ressalta que a essência da profissão está nesta interação, já que a própria função que este trabalhador desempenha na sociedade está intrinsecamente conectada com o ato de falar *ao* outro e *do* outro por meio de seus textos, em qualquer que seja o formato. “Mas é interessante notar que em diversos momentos ele fala *de* si e/ou *para* si mesmo, numa atitude que chamamos autorreferenciação (*sic*) (apud LOPES 2013, p.25)”.

Outra dimensão fundamental nos processos identitários, sublinha Lopes, é a memória, porque a construção de uma identidade também pode ser compreendida como uma narrativa sobre si mesmo.

Muito do que dizemos de nós mesmos ou do que os outros dizem de nós se constrói a partir de lembranças. Por isso, a memória é considerada um atributo de suma importância para alinhar a organização dessa narrativa refletida (LOPES, 2013, p. 25).

Segundo Michael Pollak, a memória é “uma operação coletiva dos acontecimentos e das interpretações do passado que se quer salvaguardar”, integrando-se em “tentativas mais ou menos conscientes de definir e de reforçar sentimentos de pertencimento e fronteiras sociais entre coletividades”. (1989, p.7). Em sua pesquisa sobre o *Jornal do Brasil*⁹, Itala Vieira (2020) mostra que as narrativas sobre o *JB* têm o papel de manter tradições e regras, perpetuando um paradigma de jornal e jornalista ideais entre profissionais da imprensa carioca. Mesmo quem não viveu os chamados “tempos áureos” do *JB* divide o sentimento nostálgico e o orgulho de contar os episódios sobre os quais leu ou ouviu alguma narrativa.

As falas dos jornalistas que lembram e contam a história do *JB* são memórias predominantemente nostálgicas, sobretudo em relação ao modelo de jornalismo que o veículo ajudou a consolidar a partir da reforma dos anos 1950/1960. Essa característica não se restringe às memórias do grupo que participou ou testemunhou a chamada época áurea do *JB*, estando também nos relatos de jornalistas que atuaram no jornal até fins dos anos 1990, e recuperadas em momentos-chave, como a saída de circulação em 2010 e o relançamento do periódico em 2018 (VIEIRA, 2020, p.51).

Maurice Halbwachs (1990), com o conceito de memória coletiva, nos recorda que não criamos nossas memórias sozinhos, tomamos memórias emprestadas para formar um quadro de lembranças. Na perspectiva de Halbwachs, para rememorar um fato, uma cena, ou um sentimento, o indivíduo aciona suas próprias recordações, mas também se utiliza da ajuda do que é contado por familiares, amigos, historiadores e documentos para compor um retrato do passado. Seja pelos depoimentos de colegas de trabalho, seja pela leitura de um livro ou de uma reportagem de jornal. “Um homem para evocar seu passado tem que fazer apelos às lembranças dos outros. Ele se reporta a pontos de referência que existem fora dele e que são fixados pela sociedade” (HALBWACHS, 1990, p.54). Em outras palavras, para conhecer o presente, lidamos com nossas próprias lembranças, misturadas às lembranças do grupo social em que estamos inseridos.

Dáí o impacto que as narrativas sobre feitos jornalísticos do passado – como a lendária previsão de “Tempo negro. Temperatura sufocante” (publicada na primeira página do *Jornal do Brasil*, no dia 14 de dezembro de 1968, dia seguinte ao decreto do Ato Institucional nº 5, numa mensagem velada sobre os acontecimentos políticos) – têm sobre a autoimagem dos jornalistas e sobre a imagem que a sociedade criou e preservou destes profissionais.

No momento em que vemos declarações de autoridades e pessoas públicas desqualificando o trabalho jornalístico, e reiteradas vezes assistimos ao presidente da

⁹ O jornal impresso circulou entre 1891 e 2010, foi relançado em 2018 e mais uma vez encerrado em 2019, e, na memória da imprensa, guarda a imagem de espaço mitológico e paradigmático, segundo a autora.

República desrespeitando e ameaçando agredir repórteres, associando-os a algo falso, a identidade destes profissionais também é afetada. Também exerce impacto sobre a autoimagem do jornalista a nova relação com os leitores, que é atravessada pelas forças da desinformação e pelos parâmetros da convergência digital. Pollak nos ajuda a pensar sobre o atual contexto de desconstrução da imagem da imprensa: “A memória e a identidade são valores disputados em conflitos sociais e intergrupais, particularmente aqueles que opõem grupos políticos diversos” (Polak, 1992, p.5 apud, VIEIRA, 2020, p. 50 e 51).

2.2 A identidade do jornalista brasileiro na contemporaneidade

Este trabalho parte da concepção de que a identidade na chamada pós-modernidade não é fixa, mas fluida e fragmentada e permanece sendo resultado de uma construção social (HALL, 2002), composta a partir da inserção do homem nos muitos contextos de interações a que ele é submetido. Dentro desta realidade de múltiplas identidades possíveis, a identidade profissional apresenta-se como uma das facetas assumidas pelo indivíduo. E também nela a formação de uma autoimagem ocorre a partir de tensionamentos e trocas com outros sujeitos e atores. Neste cenário em que as identidades modernas são descentradas, como ensina Stuart Hall, profissões que nasceram ou se fortaleceram no período moderno e ainda não se extinguíram na atualidade estão sendo reconfiguradas e os indivíduos que as exerciam passam por uma crise de identidade.

Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas. Se sentimos que temos uma identidade unificada desde o nascimento até a morte é apenas porque construímos uma cômoda estória sobre nós mesmos ou uma confortadora ‘narrativa do eu’. A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia” (HALL, 1992, p.13).

Em suas pesquisas sobre a identidade do jornalista no Brasil, Lopes (2013), apontou que a formação da identidade jornalística foi permeada pela contradição entre o apego a valores e crenças (além de costumes) existentes desde a época do chamado jornalismo artesanal, como a ideia do jornalismo como dom ou fruto de talento inato, e a luta pela valorização de características ligadas ao profissionalismo, entre elas o ideal da objetividade. (2013, p. 76; 93).

A credibilidade e a confiabilidade do jornalista ganharam reforço com a incorporação de algumas normas vinculadas ao ideal da objetividade, as quais significaram, em alguma medida, o aumento da sensação de isenção produzida pelo discurso

jornalístico informativo. As técnicas de produtividade procuravam propositalmente se afastar do antigo modelo prolixo, de terminologia rebuscada, com uso de termos da linguagem jurídica ou de estilo literário, mas, principalmente, cheio de juízo de valor explícito. Neste sentido, a notícia e a reportagem acabaram se tornando os produtos jornalísticos que melhor sistematizavam a imagem do jornalismo pós-reformas de 1950 (LOPES, 2013, p.77).

O mito do jornalista herói, do profissional que luta pela democracia e abnegado servidor dos interesses públicos, que ainda hoje é evocado por boa parte da imprensa e dos empresários de comunicação brasileiros, foi forjado durante a ditadura no militar (LOPES, 2013). Lopes destaca que muito do que o grupo dos jornalistas viveu naquela época marcou a construção de elementos que ajudaram a compor a identidade da categoria profissional, mas que houve uma generalização da atuação dos jornais e jornalistas, como se todos tivessem agido com a mesma coragem, desafiando a censura e arriscando-se. Os exemplos de jornalistas e jornais que se mantiveram neutros ou mesmo apoiaram o governo militar foram ofuscados pelo brilho do mito do jornalismo defensor da liberdade.

Atos de memória tendo como ancoragem o período de transição para a democracia são sobremaneira significativos para o grupo de jornalistas. Como visto, é estratégia de autolegitimação lançar mão de discursos que construam imagens de promotores dos valores democráticos e defensores das liberdades. Assim, tendo a história demonstrado que a ditadura foi substituída por outro regime, os atores sociais do presente, ao lidarem com operações de lembrança/esquecimento, têm a chance de reconstruir um relato do passado que possa promovê-los positivamente (LOPES, 2013, p.112).

Ao longo do século XX, a identidade do jornalista como um profissional defensor da liberdade e da democracia foi sendo construída pelos grupos de comunicação, entidades de classe, em parte pelo mundo acadêmico e pelos próprios profissionais, mas não sem disputas de poder e narrativas. Na contemporaneidade, estamos diante de um novo desafio para os profissionais e para o próprio jornalismo. Com as mudanças ocasionadas pela convergência (JENKINS, 2006), plataformização e digitalização (VAN DJICK, 2019 e FIGARO; NONATO; GROHMANN, 2013) do jornalismo, alguns destes mitos e valores da profissão passaram a ser questionados pelo público, pelos jornalistas e por alguns atores sociais, gerando, entre outros impactos, reflexões sobre a identidade destes profissionais. A própria configuração comunicativa, que permite uma troca direta entre produtores, consumidores e difusores de informação, inclusive, possibilitando uma recombinação de papéis, é um fator de estranhamento para alguns profissionais.

A virada do século XX para o século XXI, em que o uso de tecnologias digitais se estabeleceu e se intensificou nas redações de jornais e os próprios jornais deixaram de circular

apenas em papel e transformaram-se em produtos digitais, acarretou mudanças na relação do jornalista com suas fontes e com seu público - que atua com coparticipação - e na sua própria identidade profissional.

2.3 Modo de vida contemporâneo e a influencia na conexão entre jornalista e leitor

Uma das marcas da modernidade foi a separação entre o que era da esfera pública e do âmbito privado, derivando disso toda uma série de comportamentos sociais e hábitos de consumo que se encaixavam neste modo de encarar a vida. No modelo de vida burguês, que comandou e inspirou a era moderna (SIBILIA, 2016), os dispositivos de mídia (cadernos diários, livros, jornais e revistas) se sintonizavam com uma maneira de ser e estar no mundo em que havia a primazia da introspecção. Uma época em que os sujeitos eram incentivados a atividades solitárias, que os levassem a um mergulho em seus próprios pensamentos: a leitura, assim como a escrita de diários autobiográficos, era uma prática comum e difundida entre a burguesia letrada. O consumo diário e individual de periódicos, normalmente realizado à mesa do café da manhã, ou no transporte público, a caminho do trabalho, se harmonizava com esta atmosfera. Ao longo dos anos, com surgimento de novas relações com o tempo e o espaço, o hábito de ler jornal foi sendo adaptado a outros estilos de vida e convivendo (além de ser influenciado e transformado) com outros suportes, entre eles notebooks, tablets e smartphones.

Na época contemporânea, as subjetividades vêm sendo adaptadas a uma realidade em que as paredes (da vida privada) vem sendo demolidas (ou melhor, apagadas) para a exibição da vida pública em rede (SIBILIA, 2012). Em vez da preservação da intimidade, temos um cenário de valorização da extimidade (*sic*) (SIBILIA, 2016), em que emitir uma opinião ou contar uma história no Facebook ou no Instagram é visto como algo natural, esperado e apreciado. Com esta nova concepção dos sujeitos, que não se importam (ou melhor, até gostam) de ver detalhes da vida íntima revelados e compartilhados, a leitura e a escrita vêm perdendo o caráter privado e reservado. Neste contexto, ler uma notícia passou a ser uma atividade coletiva, na medida em que é possível replicá-la, assim como comentá-la e, com isso, explicitar uma opinião sobre aquele fato narrado. Aliás, o ato de compartilhar uma notícia já se configura numa exibição do seu eu: mostra que você está “on”, que sabe do que se está falando. Mesmo que tenha lido apenas o título do artigo.

A leitura de um jornal diário, comprado numa banca ou recebido em casa, por assinatura, exige tipos de comportamento, de disposição do tempo e de letramento (só para

citar alguns pré-requisitos) que diferem dos necessários para o consumo de um conteúdo na internet. Ler jornal é um ato solitário, que demanda concentração, ociosidade e até espaço físico, para que se percorra e abra as páginas, enfim, características e hábitos do homem moderno são acionados para a prática de leitura de um jornal impresso. Mesmo quando o jornal é lido agora, no século XXI. Cabe reforçar que o surgimento de novos hábitos e novas práticas de consumo de uma época não gera automaticamente o apagamento do que havia no período anterior. Há uma convivência na área cinzenta da transição. Podemos observar que vivemos hoje nesta zona cinza, em que meios de comunicação que nasceram e se desenvolveram pelas regras e leis da modernidade estão sendo remoldados e remodulados pelas normas digitais e pelas regras algorítmicas, como a televisão, que passou a oferecer também programação on-line, por streaming, e as emissoras de rádio, que também migraram para o on-line. Como defendem Richard Grusin e Jay David Bolte (1999) com o conceito de remediação, existe uma continuidade entre os suportes midiáticos, que se conectam, se reinventam, se renovam e assimilam algumas linguagens e formas dos meios anteriores.

Outro sinal que não pode ser ignorado é que vemos emergir uma geração de produtores e consumidores de conteúdo que atua coletivamente (JENKINS, 2006), que faz questão de participar, por meio de *likes*, *shares* ou *memes*. O acesso à edição on-line de um periódico, lido no computador, no smartphone, ou no tablet, apesar de ser um ato inicialmente individual e solitário (o clicar na notícia é feito pelo dedo ou pelo mouse por uma só pessoa), transcorre num ambiente em que pode haver troca (seja pelo compartilhamento da matéria, seja pela curtida na página do jornal); exige um outro grau de concentração (existe o hábito da leitura e a interação com mais de um conteúdo ao mesmo tempo, em várias abas de acesso da internet) e não oferece problemas como o espaço e a posição do corpo no momento da leitura, já que a mídia/dispositivo/equipamento em que está publicada a reportagem terá o tamanho que o leitor quiser carregar (do pequeno smartphone ao médio notebook), em contraste com os modernos e analógicos jornais e revistas, que necessitam de ter suas páginas viradas, num movimento de mãos e braços.

2.4 Jornalismo em tempos de cólera (e discursos de ódios)

Em anos recentes, os jornalistas andam “perdendo cartaz” (para usarmos uma expressão bem moderna, associada à era de ouro do cinema, em que painéis desenhados a mão com as estrelas do filme eram uma atração à parte). A figura do profissional com bloco de anotações e gravador nas mãos, atento, destemido e sempre pronto para ir a qualquer lugar

em busca da notícia, esteve presente no imaginário coletivo durante várias décadas. Junto com este estereótipo do repórter corajoso e defensor dos direitos do cidadão (retratado em filmes, livros e novelas) vinha a reboque uma aura de confiança que o profissional de imprensa e mídia, chamado por alguns de “testemunha ocular da notícia”, despertava nos leitores, telespectadores e ouvintes. Uma visão romântica que contrasta com o comportamento desconfiado e, muitas vezes, agressivo, que pode ser observado nos últimos tempos, seja em comentários de reportagens publicadas em portais de notícias brasileiros, representantes da chamada mídia hegemônica, ou em *hashtags* criadas e difundidas em redes sociais, com objetivo de atacar a TV Globo (#Globolixo) e o jornal *Folha de S. Paulo* (#FalhadeSP), por exemplo.

Um dos enfoques possíveis para analisarmos esta realidade é mudança na relação do leitor/público com o jornalista/jornalismo nos dias de hoje, em comparação com a que existia quando os jornais tinham milhares de assinaturas e as emissoras de TV aberta eram hegemônicas. Se antes, os leitores, ouvintes e telespectadores, quando desejavam fazer uma denúncia, reclamação ou sugestão de pauta utilizavam-se de cartas, do telefone e, posteriormente, do e-mail, para manter a comunicação com o veículo em que a notícia era publicada, na atualidade este contato costuma ser feito na seção de comentários dos portais de notícias, pelas redes sociais do veículo ou, em muitos casos, a partir de menções ao nome do veículo e do repórter nas redes, em explanações que se tornam públicas e podem ser compartilhadas por qualquer um na internet. Neste contexto, há que se pensar que o relacionamento do leitor com o veículo/jornalista abandona o caráter privado (SIBILIA, 2012, 2016), em que a troca era circunscrita a quem lesse a carta ou e-mail ou recebesse o telefonema, e passa a ser de caráter público, visto que nas redes sociais outros podem ler e, na maioria dos casos, interagir.

Devemos mais uma vez salientar outro aspecto desta mudança de paradigma do analógico para o digital: o do modo de produção da notícia. Nas últimas décadas, o uso de tecnologias digitais vem modificando o modo de as pessoas consumirem notícias e informação, assim como também vêm impactando o modo de trabalhar do jornalista, que passou a usar mais as redes sociais para apuração, a concorrer com blogueiros e influenciadores e a ver seu trabalho classificado como ‘produção de conteúdo’, numa clara associação ao vocabulário do marketing. Antes, o fazer jornalístico era pautado por uma ética moderna, em que prevalecia o papel de representante do cidadão; na era contemporânea o modelo do jornalismo vem sendo pensado pela dinâmica do consumidor. Este atravessamento do universo de produção da notícia por regras, ritmos e mentalidades relacionadas ao mundo

do capitalismo de plataforma ou de vigilância (ZUBOFF, 2015; VAN DIJCK, 2020) é um dos efeitos que podem ser detectados e que tem impacto na imagem do profissional de jornalismo.

2.5 Jornalistas multitarefas, cansados e cada vez mais sentados

Os jornalistas do século XXI precisam atender, entre outras exigências profissionais, a de ser multitarefa. Com a inserção e o crescente uso da tecnologia digital nos processos de produção e consumo de notícias, houve uma reconfiguração e uma adaptação de funções e atividades (MICK, 2013 e 2015; PEREIRA et al, 2012), como o surgimento de novas ações a serem executadas durante as jornadas de trabalho nas redações de grupos de mídia. Além de apurar, escrever e sugerir pautas, dos jornalistas passou a ser exigido que eles publiquem as matérias nos sites, produzam vídeos e fotos com smartphones (muitas vezes com o celular do próprio profissional), postem tuítes e outros conteúdos em redes sociais das empresas e produzam ou participem de podcasts.

Nesta nova realidade produtiva, a figura emblemática do repórter que saía para a pauta com bloco de anotações, caneta e gravador e só retornava perto da hora do fechamento do jornal para escrever sua reportagem passou a fazer parte da imagem idealizada do profissional. Na atualidade, as redações são enxutas, os profissionais trabalham para jornais, sites, podcasts e quantos formatos fizerem parte da carteira de produtos jornalísticos do veículo que os contratou. Quando saem para apurar uma notícia na rua, enviam a reportagem do próprio local, redigida no smartphone ou em um notebook. Para conseguir dar conta do volume de trabalho e por necessitar redigir, editar, publicar e compartilhar os conteúdos que produz nas mais diferentes formas, ele passa muito tempo sentado, personificando a figura de linguagem criada pelo sociólogo Érik Neveu (2004). São jornalistas cansados e sentados.

Mas eles não se sentaram subitamente, foram sendo levados a reduzir sua circulação pelo espaço público com as mudanças nas formas de trabalhar geradas, entre outras coisas, pelo uso de novos dispositivos tecnológicos. A jornalista e pesquisadora Isabela Travancas (1993) traçou um perfil dos jornalistas na década de 1990 e, em seu trabalho etnográfico, evidenciou um quadro semelhante ao que se vislumbra na atualidade: uma geração de profissionais que aprendeu a trabalhar com um tipo de tecnologia analógica é desafiado a se adaptar a novos modos de produção. Alguns se saem melhor que outros. Na década de 1990, a novidade nas redações do Rio de Janeiro era o uso de computadores nas redações dos jornais, que ganhavam um sopro de informatização, aposentando as barulhentas máquinas de escrever. Entre os depoimentos coletados por Travancas, a “presença do computador” (1992, p. 73;75)

é temática comum tanto aos jornalistas “das antigas”, quanto aos da (então) nova geração, que encaram o dispositivo com mais entusiasmo. O jornalista Newton Carlos, na época com 62 anos, contou um episódio que exemplifica o choque de gerações e de modos de operar nas redações do final do século XX.

[...]conta que recentemente perderam um texto seu na ‘Folha’ e ele disse para procurarem no meio dos papéis que estavam lá. Surpreso, ouviu como resposta do jovem repórter um ‘aqui não tem mais papel não’. Ele ri e comenta a imagem que guarda de redação, que hoje quase não frequenta, é de barulho e muitos papéis por todos lado [...] (TRAVANCAS, 1992, p.73).

Hoje a presença dos smartphones (telefones inteligentes com acesso à internet) e o uso das redes sociais e aplicativos (em especial o WhatsApp) se impõem como marcas de transformação das redações. O smartphone é usado para apuração, para gravação de vídeos, para comunicação com a chefia e com fontes por meio de e-mail e WhatsApp e para envio de reportagens e notas para edição. Já os computadores, que nos tempos relatados por Newton Carlos (TRAVANCAS, 1992) eram usados ainda como máquinas para agilizar a digitação e envio dos textos para composição, tornaram-se terminais com acesso à internet e à intranet, permitindo que os repórteres passem muito mais tempo de suas jornadas sentados (NEVEU, 2004).

Estas transformações ultrapassam o caráter técnico-operacional e se espraiam pelo modo de encarar e lidar com a notícia. As empresas jornalísticas, cada vez mais inseridas numa lógica do marketing, passaram a exigir também saberes e habilidades relacionados a esta área. Diante disso, vemos jornalistas atuando como produtores de conteúdo, usando técnicas de *Search Engine Optimization* (SEO), ou melhor, otimização para mecanismos de buscas no Google, por exemplo. Um cenário que transformou as redações em ambientes bem diferentes dos que nos acostumamos a ver retratados com romantismo em filmes e novelas das décadas de 1970 e 1980/1990. Repórteres que chegam da rua, tomam cafezinho com o chefe de reportagem e trocam ideias sobre a pauta do dia com o subeditor (TRAVANCAS, 1992) ainda existem, mas estão em vias de se tornarem personagens raros. Até porque, muitos destes cargos estão sendo extintos, repensados e rebatizados e, com a “pejotização”¹⁰ da profissão, muitos trabalham sem vínculo e sequer têm uma redação para onde retornar. E não podemos esquecer do home office. As vagas de pauteiro, redator e copidesque, por exemplo,

¹⁰ O termo “pejotização” se refere a contratos como Pessoa Jurídica, usado para descrever o ato de manter empregados por meio da criação de uma empresa pelos contratados. O contrato de trabalho é substituído por uma relação entre empresas.

comuns na década de 1990, já foram eliminadas das folhas de pagamento, passando a ser condensadas e repassadas a outros jornalistas que acumulam funções (TRAVANCAS, 1992).

2.6 Novas competências e novas exigências: os jornalistas do século XXI precisam entender o marketing digital

Estudo desenvolvido por Jacques Mick e Samuel Lima (2015) no programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina, mapeou e analisou o surgimento de novas funções e atividades no campo jornalístico brasileiro por causa da convergência digital. Feita com base nas respostas de 4.183 jornalistas a uma pesquisa on-line, no contexto do trabalho “Perfil profissional do jornalismo brasileiro”, a investigação lista novos cargos como o de analista de mídias sociais, pesquisador de conteúdo, redator de blog, analista de mobilização social e gestão de canais on-line, entre outras tantas novas designações que se cristalizam no universo da empregabilidade contemporânea. Mick e Lima retratam as transformações na profissão do jornalista no Brasil, relacionando-as tanto com mudanças estruturais no jornalismo, quanto com a “arregimentação de saberes típicos dos trabalhadores do setor por empresas ou organizações não midiáticas” (MICK; LIMA, 2015, p.15). A listagem com novos cargos e classificações profissionais demonstra uma adaptação da profissão ao universo da Sociedade em Rede (CASTELLS, 1999) e pode ser apontada como um dos resultados do processo de digitalização e plataformização (VAN DJICK, 2020) do jornalismo.

Na mídia, as novas funções ou atividades indicam claramente os movimentos de ajuste das empresas às novas condições do setor, com seu direcionamento específico ao universo digital, a concentração de propriedade no âmbito de grupos de mídia, a diversificação de atividades e a precarização das formas de contratação (...). Funções tradicionais ligadas à apuração e à produção da informação receberam atualizações, em denominações tais como repórter de web, redator de conteúdo on-line, webjornalista. (MICK; LIMA, 2015. p.26 e 27)

O acréscimo de novas atividades acarreta uma intensificação da exigência dos empregadores por profissionais multitarefas (MICK, 2015). Para atender a este novo padrão de desempenho, os jornalistas passaram a se moldar a um perfil de jornalista sentado¹¹ (NEVEU, 2004), privilegiando a apuração por meios digitais, preterindo os deslocamentos

¹¹ O conceito francês de “jornalista sentado” (*journaliste assis*) foi criado pelo sociólogo Erick Neveu em 2001 para designar o jornalista com papel de redator e editor de informações apuradas em pesquisas de artigos, declarações e outros dados disponíveis na internet.

físicos em busca da notícia e reduzindo a presença de seus corpos nas ruas da cidade. Diante de uma realidade que impõe o cumprimento de mais obrigações durante a jornada laboral e estabelece um tempo de produção que não se encaixa mais no esquema de obediência ao fluxo de fechamentos dos jornais, a apuração não presencial mostra-se mais eficaz na medida em que permite ao profissional economizar preciosos minutos de viagem de carro, escapando dos imprevistos do trânsito, por exemplo. Nas redações, as reportagens, os artigos, os vídeos têm que ser atualizados e produzidos num fluxo que obedece ao valor do imediatismo (TRAQUINA, 2005), que recebeu uma atualização pela ótica do tempo real.

Sylvia Moretzsohn (2002) analisou as implicações do fetiche da velocidade no jornalismo e identificou que, ao imprimir uma lógica do tempo real nas rotinas produtivas, pautada pela mentalidade do mercado financeiro, o jornalismo como um todo adotou um ritmo que se assemelha ao das antigas agências de notícia que enviavam notas do mundo inteiro para os veículos. “(...) com a considerável diferença de que, então, jornal reuniria aquele material para depois processar a informação, e agora a relação é diretamente com o público” (MORETZSOHN, 2002, p.131). Há, segundo a autora pontua, uma “associação automática entre o fazer (a prática jornalística) e o modo de fazer (correndo contra o relógio)”, em que um regime de prensa é oferecido como parte de um trabalho de utilidade pública. (2002, p.164). Ela identifica nisso, no entanto, um paradoxo: esta utilidade pública é sistematicamente desatendida pelo próprio regime de prensa. Para dar conta de cumprir a tarefa de publicar rapidamente as notas e notícias, os jornalistas optam por caminhos mais fáceis, como a preferência por fontes mais acessíveis (que conhecem os horários e as urgências das redações e se encaixam no esquema) ou histórias mais simples de apurar, e pela simplificação de conflitos a partir de estereótipos (bandidos contra cidadãos de bem), diante da falta de tempo para questionamentos. (MORETZSOHN, 2002, p.166-167).

A exemplo do que já foi visto em outros períodos da história do jornalismo brasileiro, esta reconfiguração do fazer jornalístico ocorreu com jornalistas mais antigos, que começaram na profissão quando os modos de produção e distribuição de notícias ainda eram analógicos ou conviviam com algum grau de digitalização, e também vem forjando os novos profissionais, nativos digitais, que aprendem a exercer a profissão em redações esvaziadas, com ritmos de trabalho mais intensos e pouca oportunidade de travar contatos presenciais, ou mesmo telefônicos, com os entrevistados e as fontes. A apuração por meio de e-mails, WhatsApp e outras ferramentas e aplicativos foi incorporada às rotinas profissionais. E, com os desafios impostos pela pandemia de Coronavírus, o modo de trabalho à distância consolidou-se. (FÍGARO 2020; RODRIGUES E LIMA, 2020).

Neste contexto precarizado, o uso do WhatsApp na apuração, objeto de estudo desta pesquisa, é um facilitador, pois permite que o repórter fale com mais pessoas ao mesmo tempo e faça rondas pela cidade de modo virtual, por meio da investigação de informações que chegam via grupos de WhatsApp. Isso transformou o aplicativo numa das principais ferramentas de mudança do modo de fazer jornalismo nas redações do Rio nos últimos anos.

Um dos exemplos do uso desta tecnologia no cotidiano da imprensa carioca é o grupo de WhatsApp do OTT-RJ (Onde Tem Tiroteio no Rio)¹². Iniciado em janeiro de 2016, o OTT começou como uma página no *Facebook*, com pouco mais de 200 seguidores, evoluindo em 2019 para um aplicativo e grupos de WhatsApp, mas ainda na época em que era fanpage eles já haviam se tornado fonte de jornalistas (ANTUNES e MATHEUS, 2020). Em 2018, segundo informou um dos fundadores do projeto, Benito Quintanilha, em entrevista a esta pesquisadora, a página já tinha sido curtida por mais de 600 mil pessoas. Em 2021, havia 707.633 pessoas seguindo as atualizações no *Facebook*, de acordo com dados repassados por Quintanilha à pesquisadora. Em 2019, tornou-se aplicativo (ANTUNES e MATHEUS, 2020), mas ainda na época que era fanpage eles já haviam se tornado fonte de jornalistas.

Lançado com o objetivo de fornecer informações sobre riscos de balas perdidas, tiroteios e crimes para toda a população do Rio de Janeiro, o serviço teve adesão de um número considerável de jornalistas, principalmente os que realizam cobertura de casos policiais, sendo utilizado como uma fonte de apuração. Foi criada inclusive uma sessão somente para divulgação de informes para os jornalistas, o grupo OTT-RJ-Imprensa que, de acordo com Benito Quintanilha, em junho de 2021 contava com 247 cadastrados do Rio de Janeiro, aptos a receber os alertas emitidos via WhatsApp. Estes avisos sobre tiros divulgados pelo grupo OTT-RJ-Imprensa, do qual a pesquisadora faz parte, são frequentemente comentados por jornalistas e servem de canal de troca de informações entre repórteres e produtores, que usam o grupo para fazer comentários, tirar dúvidas ou pedir mais detalhes sobre os casos postados. No dia 19/06, às 19h45, por exemplo, o administrador do grupo escreveu: “OTT-RJ INFORMA: Tiros ouvidos na Linha Amarela entre as saídas 2 e 3, sentido Barra. Alguns veículos foram abandonados no local. Cuidado na região. #OTTRJ.” Em seguida, uma repórter pergunta: “Sabem o que houve?”.

¹² Quatro amigos, voluntários, são responsáveis por alimentar os dados. A informação chega e sai vida redes sociais (os usuários precisam solicitar a adesão por meio de mensagem do Facebook) e pelo aplicativo (por meio de um cadastro). O objetivo é criar alertas rápidos, enviados quase em tempo real para os seguidores. Outras informações sobre o OTT-RJ: <https://www.facebook.com/OTTRJ> e <https://oglobo.globo.com/rio/celular-vira-alerta-para-tiroteios-balas-perdidas-no-rio-22501656>

Se no passado o trabalho de escuta, que consistia em sintonizar os rádios da polícia e estar em contato com bombeiros, delegacias, hospitais e outros “pontos nevralgicos da cidade” (TRAVANCAS, 1992, p.25) era a principal forma de o repórter descobrir o que estava ocorrendo na cidade, na atualidade, os grupos de WhatsApp fazem este papel para os jornalistas do Rio de Janeiro. Há grupos que incluem assessores de imprensa de órgãos públicos, por onde são divulgados comunicados de imprensa, releases e informações.

Além das consequências no processo de trabalho (entre elas destaco a intensificação do jornalismo sentado, com afastamento do repórter de um contato presencial com as fontes), o uso da tecnologia digital nos processos de produção e consumo de notícias tem efeitos na estrutura profissional e no próprio campo jornalístico. Um dos marcos da profissão a partir do século XIX foi a emergência de um novo paradigma (TRAQUINA, 2005, p.34), o da informação, que passou a ser partilhado entre a sociedade e os jornalistas. Como o objetivo era oferecer informação e não publicidade, os jornais passaram a priorizar as notícias baseadas em fatos de interesse público. A inserção de uma mentalidade (e de técnicas e parâmetros) relacionada ao marketing digital no universo jornalístico na contemporaneidade reinsere o jornalismo num modelo que já havia sido abandonado.

A vertiginosa expansão dos jornais no século XIX permitiu a criação de novos empregos nos jornais; um número crescente de pessoas passou a dedicar-se a tempo inteiro a uma atividade que, durante as décadas do século XIX, ganhou um novo objetivo – fornecer informação e não propaganda. Este novo paradigma será a luz que viu nascer valores que ainda hoje são identificados com o jornalismo: as notícias, a procura da verdade, a independência dos jornalistas, a exatidão, e noção do jornalismo como um serviço ao público – uma constelação de ideias que dão forma ao emergente “polo ideológico” do campo jornalístico (TRAQUINA, 2005, p.34).

2.7 Apuração cada vez mais à distância

Durante a pandemia de Coronavírus, boa parte dos profissionais cariocas viu-se obrigada em vários momentos a abdicar da missão de representar o leitor nos espaços públicos e institucionais da cidade e passaram a trabalhar ainda mais tempo sentados, nas redações, usando novas ferramentas, como WhatsApp e *Facebook*, na apuração de notícias, mesmo as não relacionadas ao tema Covid-19. Esta nova posição, uma das características do jornalismo no século XXI, contribuiu para uma modificação da relação do repórter com o público, visto que a mitologia jornalística, em voga até então, delegava aos integrantes desta comunidade profissional a posição de protetores dos cidadãos, de “cães de guarda”, de detetives e de testemunhas oculares (TRAQUINA, p.57). O corpo do repórter precisava estar

no lugar onde a notícia estava acontecendo, de acordo com as regras que estiveram em vigor até agora.

Para o autor, apesar de não ter tido sucesso em delimitar seu campo de trabalho, os jornalistas haviam conseguido configurar e cristalizar uma identidade profissional ligada a papéis sociais claramente definidos, entre eles o de guardião da democracia. Ele destaca a existência de “um reconhecimento coletivo das responsabilidades específicas que os jornalistas têm no ‘espaço público’, responsabilidades consideradas essenciais ao funcionamento de todo o sistema democrático (...) associadas a toda uma mitologia que foi construída ao longo dos últimos séculos” (TRAQUINA, 2005, p.35).

Os jornalistas encontram-se num momento em que buscam descobrir como continuar levando informação de qualidade ao público e, ao mesmo tempo, veem-se obrigados a adaptar a uma realidade em que qualquer pessoa acredita ser capaz de publicar notícias na internet.

3 A INTERNET E AS REDES SOCIAIS COMO FATOR DE MUDANÇA NO UNIVERSO DAS REDAÇÕES TRADICIONAIS

O jornalista dentro da nova mídia

Mark Deuze (2016) defende que para compreender o papel que a mídia desempenha na vida cotidiana das pessoas na sociedade contemporânea é preciso ter a percepção de que deixamos de viver *com* a mídia e passamos a viver *na* mídia. E que esta diferença molda a forma como nós a concebemos: viver com algo, significa pensar ser capaz de viver sem aquilo, enquanto viver em alguma coisa traz implícita a ideia de estar imerso, estar dentro de um lugar ou uma situação. Esta maneira de encarar a relação com a mídia, exige que se esteja preparado para “aceitar ou, pelo menos, reconhecer e assumir que se tornou impossível para nós desligarmo-nos da nossa mídia. Isso inclui tudo o que fazemos nela, da qual já não podemos mais nos desligar” (DEUZE, 2016, p. 203).

Sendo assim, uma análise das práticas do uso do WhatsApp e seus impactos no modo de trabalhar demanda uma reflexão sobre este novo ambiente em que o jornalista está inserido. A utilização do WhatsApp nas rotinas de produção jornalística foi sendo normalizada (e normatizada) gradativamente, à medida que as pessoas (incluindo o próprio jornalista) foram sendo compatibilizadas com um estilo de vida em que quase tudo é feito na internet e via aplicativos, inicialmente por meio de computadores e depois, por meio de smartphones. De compras a compartilhamentos de vídeos e fotos, o WhatsApp é utilizado de modos variados e integra as práticas cotidianas a maioria dos homens e mulheres que vivem em grandes cidades. No jornalismo, a busca por encontrar métodos criativos de se aproveitar de todas as potencialidades desta ferramenta foi um movimento iniciado por profissionais que também estavam envolvidos e afetados pela dinâmica da vida em rede. Já que contatar alguém pelo WhatsApp era mais fácil, já que estão todos lá, este foi um caminho natural a ser seguido. Refletir sobre o que isso acarreta para a profissão ou para a comunicação com o público é um investimento de pesquisa que pode ter várias camadas e desdobramentos.

Jonathan Crary (2016) é um dos pensadores que alerta para a limitação das muitas tentativas empreendidas desde os anos 1990 para dar conta dos principais traços das chamadas “novas mídias”. Ao concentrarem seus esforços em descrever e analisar um novo paradigma ou regime tecnológico/discursivo, diz Crary, a maioria dos estudos deixa escapar o essencial: não se trata apenas da substituição de uma “ordem dominante de sistemas maquínicos e discursivos” por outra.

Hoje, mais do que pensar sobre o funcionamento e os efeitos particulares de novas máquinas ou redes específicas, importa avaliar como a experiência e a percepção estão sendo reconfiguradas pelos ritmos, velocidades e formas de consumo acelerado e intensificado. (CRARY, 2016, p.48)

Portanto, muito mais do que analisar as mudanças do ponto de vista das inovações tecnológicas, este trabalho propõe uma reflexão sobre o que está ocorrendo nas práticas jornalísticas como um todo, a partir destas mudanças, especialmente nos aspectos mercadológicos, éticos, sociais e profissionais de uma virada digital, e como o jornalista está se sentindo neste turbilhão de transformações. Neste capítulo, são reunidos alguns dos autores que fornecem elementos e ideias ao abordarem diretamente ou transversalmente o uso do WhatsApp no trabalho jornalístico e que subsidiam uma abordagem do problema com reflexos no trabalho do profissional de jornalismo. Porque tudo está ligado – em rede, relacionado e correlacionado.

Para compreender o que as mudanças no modo de apuração vêm provocando na profissão de jornalista é necessário observar as transformações na relação com o tempo, com o espaço e com a própria identidade provocadas pelo (e com o) uso destas tecnologias. Este é o enfoque proposto nesta pesquisa. Não se trata de condenar ou aprovar o uso de ferramentas digitais de apuração como o WhatsApp, mas de lançar o olhar para o que se esconde por trás das ideias de inovação e eficiência que costumam estar associadas às novidades do mundo da tecnologia digital.

No novo ecossistema jornalístico (ANDERSON, BELL e SHIRKY, 2013), em que múltiplas temporalidades se apresentam (FRANCISCATO, 2019), o profissional de jornalismo vem sendo desafiado (e muitas vezes obrigado) a repensar seu ofício e o modo como o produto do seu trabalho é recebido pela sociedade. Ele também vem sendo desafiado a trabalhar com novas ferramentas de apuração que são mais aderentes a um modo de vida nas redes, em contraste com uma tradição de ofício voltada para protocolos de tratamento das notícias e tempos de produção ajustados para o paradigma do fechamento. Se, antes, o jornalista contava com a linearidade e a centralidade do modelo de mídia hegemônica, que lhe garantia um público e uma posição de gatekeeper (selecionador de notícias); agora ele habita um ambiente de diversidade e competitividade de mídias, que vem lhe roubando a posição de principal mediador da realidade.

Este choque de realidade é ainda mais evidente nos profissionais que trabalham em impressos que também produzem conteúdo on-line. “As redes sociais digitais criam a sensação de encontro do público em si, de uma horizontalidade plena e de um valor de

verdade jornalística baseado na imediatividade (a não-mediação)” (FRANCISCATO, 2019, p.143).

O tempo dedicado à leitura exclusiva ou concentrada em um único veículo midiático parece vir sendo substituído por uma temporalidade múltipla caracterizada por leituras em simultaneidade em telas de diferentes dispositivos” (FRANCISCATO, 2019, p.143).

O jornalista precisa correr contra o tempo para se adequar a esta nova dinâmica e a esta nova temporalidade, aprendendo a usar a tecnologia digital para alcançar sua audiência, na maioria das vezes sem ter tempo para refletir sobre os efeitos disso. Algumas pesquisas, como a de Thaísa Bueno et al (2018), constata que o WhatsApp vem sendo usado sem planejamento, inclusive por grandes grupos de mídia brasileiros, e em muitos casos a ferramenta vai sendo incorporada ao dia a dia para solucionar lacunas, como a da falta de pessoal para apuração (BUENO et al, 2018, p. 91). Em seu estudo sobre o uso do WhatsApp como ferramenta de apuração, Isa Stacciarini (2019), ressalta que, assim como se estabeleceram novos modos de produção jornalística a partir da era da informatização em 1990, o WhatsApp hoje se impõe como “um marco da comunicação que impacta inclusive o processo de ser fazer notícia de forma barata, uma vez que se economiza no tempo, no deslocamento e em investimento da equipe em uma história” (STACCIARINI 2019, p. 98).

Partindo da hipótese de que ocorre uma reformulação da experiência da temporalidade jornalística e das mídias em geral, Carlos Eduardo Franciscato (2019) ressalta que seria equivocado analisar os impactos de elementos tecnológicos no jornalismo como fatores isolados, visto que eles se inserem num contexto de “expansões de um padrão sociotécnico comum” (2019, p. 140). Franciscato destaca alguns traços fundamentais do fenômeno temporal no jornalismo, entre eles o fato de que o tempo presente é uma dimensão que está na essência do jornalismo.

Na sua análise, Franciscato utiliza cinco categorias descritivas da atualidade jornalística: instantaneidade, simultaneidade, periodicidade, novidade e revelação pública. E diz que cada uma delas está sendo impactada com diferente intensidade pelos novos modelos comunicacionais. Diante de um sistema que funciona sob lógicas de descentralização e de multiplicidade, defende o autor, a diversidade e a integração associam-se, ainda, aos princípios de capilaridade, contribuindo para a formação de “um ecossistema informacional em que fluxos de informação e ação têm um tempo contínuo: enredam-se de forma instantânea e simultânea” (FRANCISCATO, 2019, p. 140). Entende-se assim que o jornalista produz o conteúdo e, diante da infinidade de caminhos que sua reportagem pode seguir, perde

até mesmo a capacidade de imaginar por onde anda aquele conteúdo que ele escreveu. Teria virado meme, teria sido tirado de contexto e transformada em fake news ou estaria circulando num grupo de WhatsApp?

Neste ambiente de enredamento, o papel de mediador até então exercido pelo jornalista de uma maneira clara e pactuada com a sociedade, precisa ser repensado nos termos desta nova relação com um tempo presente, que tem como referência a prática do tempo real (ADGHIRNI e MORAES, 2010; BRANDÃO, 1999; FRANCISCATO, 2005; MORETZSOHN, 2014) e da aceleração (SANTOS, 2013). O antigo modelo de trabalho do repórter, que contava com um tempo para pensar a pauta, apurar a matéria e finalizar o texto, só então entregando a notícia para a edição do jornal, ou seja, um “jornalismo de produto”, foi suplantado pelo esquema de “jornalismo de processo” variação diagnosticada por Deuze (2016). Neste tipo de jornalismo, a história vai sendo publicada aos poucos, enquanto se desenrola, ou à medida em que é apurada pelo repórter. E vai sofrendo interferências e sendo, muitas vezes, construída com a participação do público. “Desse modo, você pode manter a história viva e dar a ela continuidade” (DEUZE, 2016, p.206).

No Rio de Janeiro, este esquema de trabalho pode ser exemplificado com o caso do jornal O Globo, um dos objetos desta dissertação, que em novembro de 2011 iniciou a implantação de um sistema de “matérias vivas”¹³, que deviam ser alimentadas, com novas informações ou fotos, no decorrer do dia. No caso do veículo carioca, cada repórter ficava responsável por atualizar seu texto no site, conforme fosse apurando novos dados. Ao final do dia de trabalho, além de consolidar um texto para o impresso, o repórter considerado “dono” daquela matéria incumbia outro colega de fazer atualizações que pudessem surgir (MORETZSOHN, 2014, p.67).¹⁴ Specht (2018) lembra que, por outro lado, a notícia deixou de ser um produto bem-acabado, está mais para algo como *work in progress* [trabalho em andamento]:

[...] precisa ser ajustada e modificada a partir do olhar da audiência, que muitas vezes alerta os jornalistas a respeito de incoerências e problemas no conteúdo. Finalmente, essa mesma notícia é ressignificada ao propagar-se e circular, via audiência, pelas redes sociais (SPECHT, 2018, p.42).

A fragmentação das mensagens recebidas e enviadas via WhatsApp (quando os repórteres gravam ou escrevem as perguntas em pequenas mensagens e também as recebem

¹³ A pesquisadora acompanhou o processo, pois trabalhava como repórter de O Globo neste período.

¹⁴ No caso de O Globo, por diversas vezes, como outros colegas de trabalho já estavam atarefados, a atualização passava a ser responsabilidade do repórter da escuta (profissional que, na teoria, deveria fazer rondas e descobrir o que estava acontecendo na cidade, mas, com o advento do on-line, passou a exercer a função de um atualizador de matérias no site, atuando mais como redator).

em pequenos trechos) acomoda-se a este modo sequencial e gradativo de apuração e publicação da notícia. O profissional tem a possibilidade, por exemplo, de divulgar informações por meio de pequenas notas, atualizadas conforme a apuração evolui.

Ao longo da jornada de serviço, na correria da apuração, o repórter pode ir mandando as perguntas e, enquanto aguarda as respostas, usa o intervalo de tempo para trabalhar em outra pauta ou escrever textos curtos com o mínimo de informação. Numa ligação telefônica convencional, de comunicação síncrona, o jornalista não poderia usar esta brecha para executar outra tarefa sem interromper a comunicação ou deixar transparecer para o entrevistado a falta de dedicação exclusiva. Portanto, o uso do WhatsApp no jornalismo serve também para este maior aproveitamento do tempo de trabalho, num ambiente de máxima aceleração nas rotinas produtivas.

Uma vez que esta lógica de ir construindo o conteúdo aos poucos (quase aos olhos do leitor/público), com atualizações no site, requer mais agilidade na coleta de informações, os antigos métodos e as antigas ferramentas não dão mais conta do processo. Na nova dinâmica imposta pela mentalidade do *digital first*, o tempo de resposta a uma ligação telefônica ou a um e-mail ou até mesmo o gasto com o deslocamento com as equipes de reportagem, passou a ser considerado muito lento, nos parâmetros da sociedade em rede (CASTELLS, 1999). Os protocolos e recursos do WhatsApp, por sua vez, tornam as conversar mais ágeis. E estão até modificando o conceito de conversa (TURKLE, 2015).

Numa pesquisa realizada com estudantes do ensino médio nos Estados Unidos, Sherry Turkle (2015) ouviu que a maioria deles prefere estabelecer contato por meio dos dispositivos de mensagens, teclando. Quando perguntados sobre o que havia de errado com uma conversa nos moldes tradicionais, um jovem secundarista respondeu: “Isso acontece em tempo real e você não pode controlar o que você vai dizer” (TURKLE, 2015, p. 22, tradução nossa). A autora ressalta que não se trata de uma realidade restrita aos jovens. A necessidade de manter o fluxo de conversação sob controle atravessa gerações e pode ser uma das explicações da preferência da maioria dos interlocutores por pronunciar-se por meio de aplicativos de mensagens, como o WhatsApp, no século XXI.

Outra reflexão possível é sobre o que é deixado de lado e gradativamente apagado quando o jornalismo enfatiza e glorifica rotinas de trabalho que privilegiam a aceleração e o uso de apenas dois sentidos do repórter (a visão e a audição) no processo de trabalho. Produzir jornalismo majoritariamente a partir de repórteres sentados (NEVEU, 2004), que usam as redes para buscar informações, é diferente de fazer jornalismo com ênfase na presença de profissionais em coberturas presenciais, *in loco*.

No primeiro caso, os jornalistas vão trabalhar em cima de um recorte da realidade (um ângulo ou enfoque obtido com a mediação da tecnologia digital), e farão suas narrativas a partir deste enquadramento proporcionado por telas. Ou, como diz Antonio Fidalgo (2002), eles partem de uma mesma base perceptiva, a de um computador ligado em rede (2002, p. 1). No segundo caso, os jornalistas não terão a mediação de um aplicativo ou rede para ouvir, observar ou presenciar um fato e a partir dali fazer suas reportagens. Terão uma percepção não mediada pelo computador e pela internet e poderão contar com suas próprias impressões do fato e exercitar uma “corpografia” (BRITTO e JACQUES, 2015). São duas formas diferentes de ter acesso a um caso, a uma história. Não cabe a esta pesquisa apontar qual é a melhor ou pior, mas registrar essas formas.

3.1 Uma questão de percepção: como a tecnologia molda o olhar do jornalista e do leitor

Fidalgo (2002) aborda as peculiaridades da percepção e da experiência na internet e traz (entre tantas reflexões fundamentais a respeito do uso do computador, das sensações e das mediações), a lembrança de que as redes tanto abriram novos campos à experiência, quanto levaram à descoberta de novas formas de experiência (2002, p.1). Na evolução do papel para as telas (de computador ou celular), vivencia-se uma transição que fez incorporar novas formas de sentir e perceber o mundo. Ele defende que a revolução representada pela escrita na comunicação, ao permitir a transcrição da oralidade e a fixação numa superfície (no caso o papel) de tudo o que era visto e dito, é igualável à revolução informática do final do século XX e início do XXI. “O computador ligado em rede comunga com o papel o estatuto de ponto de convergência onde vêm desaguar as informações de todo o tipo sobre o mundo que nos rodeia” (FIDALGO, 2002, p.5).

No caso específico do jornalismo, pode-se enumerar as experiências de apuração à distância que foram sendo criadas com o uso do computador na rotina produtiva: envio e recebimento de perguntas e respostas por escrito por e-mail, envio e recebimento de perguntas e respostas por escrito, por áudio ou por vídeo chamada em aplicativos de celular, reportagens baseadas em conteúdos postados/publicados/veiculados em redes sociais, entre tantas possíveis. Uma nova experiência de apuração vem sendo construída a partir da imersão do repórter na Sociedade em Rede (CASTELLS,1999) e no ambiente da Conexão e da Convergência (JENKINS, 2009 e 2014), segundo esta visão proposta por Fidalgo.

A diferença entre sensação e percepção costura a ideias do autor quando ele se propõe a refletir sobre os efeitos do uso da internet na constituição de experiências. De acordo com a

leitura de Fidalgo, as sensações não são aprendidas, mas as percepções podem, sim, ser treinadas, desenvolvidas e educadas. No entanto, defende, as percepções dependem das sensações, numa relação complexa que inclui a dimensão simbólica. Benjamin (1935) também detectou o surgimento de novas percepções do homem moderno diante das invenções e modismos impostos pela vida urbana.

Num contexto em que as relações, o comércio, a diversão e até mesmo a satisfação de necessidades básicas, como a compra de alimentos, ocorre pelo computador ligado na internet ou pelos smartphones, as pessoas foram aprendendo a perceber o entorno, a planejar a vida e a realizar trocas (inclusive de afeto) à distância. E o jornalista está cada vez mais aprendendo a apurar via rede.

Outra ideia do autor que embasa uma reflexão sobre o momento jornalístico atual é a que diz que “ninguém determina as sensações ou percepções que tem, mas, ao contrário, é por elas bombardeado constantemente” (FIDALGO, 2002, p.3). No ambiente digital, com todas as potencialidades de compartilhamento, pulverização e aceleração, é possível visualizar este bombardeio sendo feito por drones ultrarrápidos e potentes. Os jornalistas também são atingidos por estas sensações e percepções e ainda precisam ter reflexo de parar, assimilar e transpor tudo aquilo para seu público, seguindo regras e normas jornalísticas criadas num passado onde a comunicação de massa era o modelo. Ele observa que as percepções mediadas ainda se limitam à visual e à auditiva que, apesar de idênticas às percepções diretas (não mediatizadas) contam com uma diferença: tanto o som quanto a imagem captados e transmitidos pelo computador/smartphone podem ser controlados e modificados. E esta possibilidade de interferência, assim como a de gravação e interatividade são marcas deste novo paradigma perceptivo. “O que distingue desde logo os dois tipos de percepção é a possibilidade de interferir e de controlar essas percepções no caso de serem mediatizadas e de fazê-lo através dos meios que as mediatizam” (2002, p.5).

Por esta concepção, o WhatsApp, com seus efeitos de aceleração da velocidade de audição de mensagens, é um exemplo de percepção mediada pela tecnologia. Numa entrevista, o respondente pode gravar as respostas, escrevê-las, mandar documentos anexados. E pode ouvir e ler os conteúdos na ordem que quiser, numa quebra da ideia de linearidade. Fidalgo destaca que a percepção de certos acontecimentos foi alterada pelo simples conhecimento de que quase tudo pode ser gravado e revisto depois, sem necessidade de contar apenas com a memória.

Fundamentalmente é o horizonte da percepção que se altera com a comunicação online. A percepção do quer (sic) que seja pode agora perspectivar-se da percepção online. Por um lado, é possível reter, mais do que jamais se pensou, a imagem e o som

do que foi percebido, pela via da gravação digital (FIDALGO, Antonio, 2002, p.8).

Sobre a reconfiguração da produção jornalística no contexto digital, autores como Nelia Del Bianco (2004) assinalam que há muitas implicações de ordem técnica, jurídica e profissional para o jornalismo a partir da adoção das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) e defendem que os estudos destas mudanças não se restrinjam ao caráter operacional. Para Del Bianco, é inegável que as TIC causaram modificações nas rotinas de trabalho e reestruturação das organizações jornalísticas (2004, p.1) mas é preciso ressaltar que, por sua essência comunicacional, estas tecnologias, em especial a internet, também afetaram valores e conceitos da profissão e o modo de percepção dos profissionais.

Para o jornalismo, a adoção dessas tecnologias da informação sinaliza mudanças que não ficam apenas no nível da troca a roupagem, sendo bem mais profundas do que muitos costumam analisar, podendo até mesmo solapar valores fundadores dessas práxis. (DEL BIANCO, 2004, p. 2).

Segundo a autora, a revolução tecnológica da atualidade transforma a nossa experiência de mundo, assim como ocorreu com a Revolução industrial, que trouxe “novas relações técnicas de produção, relações sociais e de poder baseadas na propriedade privada dos meios de produção e no tipo de superestruturas características do capitalismo” (2004, P.2). Mas o que diferencia as tecnologias digitais de hoje das tecnologias analógicas do passado, destaca, é que elas atuam no âmbito da formação do simbólico. Elas ampliam a capacidade intelectual do homem, permitindo a centralização de conhecimento e informação numa rede técnica informatizada, além da aplicação destes conhecimentos na geração de novos conhecimentos (DEL BIANCO, 2004, p. 2). Lembrando a teoria de Marshall McLuhan, para quem “O meio é a mensagem”, a pesquisadora defende a ideia de que “as tecnologias alteram os índices de sensibilidade ou modos de percepção do homem que transita nesse ambiente moldado por elas” (2004, p. 2) e propõe a utilização desta tese para uma reflexão sobre o papel da internet na atual conformação do processo de produção noticiosa. Inseridos neste novo ambiente, os jornalistas têm seus olhares moldados pela dinâmica, pelas regras e pelos fluxos destas tecnologias.

Rafael Grohmann (2016) aborda um outro aspecto que se insere na discussão dos impactos das tecnologias digitais no mundo do jornalismo: os deslocamentos identitários resultantes das mudanças no processo produtivo. O autor discorre sobre o tensionamento da figura do jornalista que trabalha numa grande empresa de comunicação com carteira assinada,

considerada como a única possível principalmente nos tempos em que os veículos de massa detinham o controle do mercado e do discurso, ainda que não fosse, de fato, a única. Uma das possíveis observações é sobre como e por que o uso das tecnologias digitais propiciou o surgimento de categorias para o jornalista e suas novas funções, como blogueiro, freelancer, curador e independente, por exemplo. Apartados das redações (ambientes coletivos), os jornalistas assumiram posturas mais individualistas, trabalhando solitariamente, em suas próprias casas. Algo que cresceu consideravelmente no período da pandemia de Covid-19, por exemplo.

Ressaltando que mudanças no perfil ou nas práticas jornalísticas vêm ocorrendo há bastante tempo, ou seja, não são um fenômeno causada pelo advento das TICs, o pesquisador lança foco sobre as várias modalidades de jornalismo que surgiram a partir das reestruturações produtivas do capital em relação ao mundo do trabalho em geral (GROHMANN, 2016, p.7).

Com essa flexibilização do trabalho, principalmente na virada do século, houve uma desterritorialização da produção (MORAES, 2013), bem como uma individualização das situações de trabalho e uma compressão nas categorias de tempo e espaço (HARVEY, 2003). De um lado, as redações tradicionais enxugadas. De outro, diversificam-se as relações de trabalho, como uma “liberdade” por opção ou por imposição (GROHMANN, 2012). No meio disso, as mudanças tecnológicas, principalmente a partir dos dispositivos móveis, propiciam uma maior facilidade na produção de material jornalístico. Trata-se, segundo Ramonet (2012), de uma verdadeira “explosão do jornalismo”, culminando também em diferentes terminologias, como sem fins lucrativos, paywall, jornalismo de dados, pagamentos por clique, video-blogging, e não só nas grandes empresas (GROHMANN, 2016, p. 7)

Luiz Fernando Assunção e Karla Ehrenberg (2016) analisam a perspectiva da prática jornalística voltada para um novo público e as relações do fazer jornalístico na internet com a velocidade, a apuração e a credibilidade. Argumentam que os recentes avanços tecnológicos, por se configurarem pela digitalização de processos, permitiram um aumento no trânsito de fluxos de informações. “Essa nova configuração social deu à informação um status de extrema importância, fazendo com que ela se tornasse a força motriz da chamada Sociedade da Informação” (2016, p.50) e, neste contexto, o fazer jornalístico passou a contar com a possibilidade de uso de uma pluralidade de itens que podem compor o conteúdo noticioso (texto, som, imagens estáticas e em movimentos etc.) a ser oferecido.

A possibilidade de navegação diferenciada, a presença de hiperlinks, os avanços tecnológicos que permitiram maior rapidez no trânsito dos conteúdos e a participação do internauta impulsionaram o movimento para a determinação de um novo formato de conteúdo comunicacional. Entender os diferenciais do ambiente digital leva gradualmente ao entendimento da necessidade de criação de um conteúdo aderente ao meio, capaz de explorar todas as potencialidades oferecidas, buscando atingir o

máximo de eficiência e eficácia objetivados na criação dos processos comunicacionais (ASSUNÇÃO; EHRENBURG, 2016, p. 51).

Eles criticam que, mesmo diante de todas as potencialidades oferecidas pela web, o que se percebe na produção jornalística é a maior influência do fator velocidade nos processos de produção, elaboração e veiculação (2016, p.57). Para os autores, o webjornalismo ou jornalismo on-line (eles utilizam como sinônimos) tornou-se “refém da necessidade do furo ‘minuto a minuto’, impulsionado pela possibilidade de publicação de notícias em tempo real”. No entendimento de Assunção e Ehrenberg (2016), esta fixação por publicar primeiro que o concorrente, tem impacto em conceitos como o do valor-notícia, que deixa de ser ancorado na ideia de credibilidade para ser apoiado na ideia de velocidade.

A internet, apesar de seu enorme potencial para amplificar a atuação jornalística, através da pesquisa, da produção e da difusão de informação, ainda é utilizada de forma superficial pelos profissionais da notícia e vem padronizando um modelo de apuração que não incentiva a investigação e a criatividade, mas o pensamento único, ou melhor, o pensamento em rede.

No cotidiano da redação de meios de comunicação tradicionais, como rádio, televisão e jornal impresso, a internet serve como canal de acesso e contato com múltiplas fontes, agências de notícias e jornais online. É que verdade que a rede é uma ferramenta que cria a possibilidade para que, virtualmente, se possa fazer o trabalho de vigilância e examinar documentos oficiais, realizar investigações e trabalhar assuntos que, em boa parte, são esnobados pela imprensa tradicional. No entanto, ao observar rotinas produtivas da notícia, especialmente no rádiojornalismo, fica evidente que o seu uso está aquém do seu potencial (...). De fato, a rede tem sido um instrumento de coletar informação pronta de segunda ou terceira mão a qualquer momento (DEL BIANCO, 2004, p.4).

A presença do WhatsApp no processo do fazer jornalístico se insere nesta problemática.

3.2 O WhatsApp e a nova arquitetura da notícia

Há diversas formas de identificar a produção da notícia voltada para o digital: jornalismo digital, jornalismo eletrônico, webjornalismo, ciberjornalismo, jornalismo on-line, jornalismo na web, entre outras, adotadas por diferentes autores (CANAVILHAS, 2001; BARBOSA, 2002; MIELNICZUCK, 2003; PALÁCIOS, 1999). Neste trabalho, não serão discutidas as especificidades de cada uma destas nomenclaturas, que serão tratadas como sinônimos, levando-se apenas em conta que são conteúdos jornalísticos produzidos para distribuição na internet.

Conforme Murad (1999) e Canavilhas (2001), a nomenclatura encontra-se relacionada com o suporte técnico: para designar o jornalismo desenvolvido para a televisão, utilizamos telejornalismo; o jornalismo desenvolvido para o rádio, chamamos de radiojornalismo; e chamamos de jornalismo impresso àquele que é feito para os jornais impressos em papel (MIELNICZUK, 2001, p.2).

João Canavilhas (2001) adota a nomenclatura webjornalismo e apresenta a mudança na arquitetura dos conteúdos como uma das marcas deste novo jornalismo. Utilizando-se da capacidade de unir texto, som e imagem e movimento, o webjornalismo pode usufruir de todas as potencialidades da internet, criando um produto novo, a webnotícia (CANAVILHAS, 2001, p.1). Ele recorda que o desenvolvimento dos meios de comunicação acompanha os avanços nos métodos de difusão e afirma que, para dar conta das particularidades do novo meio, é preciso substituir a estrutura da pirâmide invertida pela da pirâmide deitada como técnica de redação. Segundo o autor, na web existem diferentes padrões de leitura que trazem a necessidade de adoção de um novo paradigma na organização de informação de cunho jornalístico (2001, p.2). E, levando-se em conta que as condições técnicas (espaço limitado) que levaram ao uso da pirâmide invertida deixaram de fazer sentido pelas características da web (espaço ilimitado), a reformulação faria sentido.

Para ele, usar a técnica da pirâmide invertida na web é subaproveitar todas as capacidades do webjornalismo, não permitindo o uso de uma arquitetura noticiosa aberta e de livre navegação.

(...)O espaço disponível num webjornal deixa de ser finito, anulando a necessidade de escrever condicionado pela possibilidade do editor poder efectuar cortes no texto para o encaixar num determinado espaço. Por outro lado, o hipertexto permite ao utilizador definir os percursos de leitura em função dos seus interesses pessoais pelo que a redacção da notícia deve ter em conta esse fator (CANAVILHAS, 2001, p.1).

A técnica da pirâmide invertida pode ser assim resumida: o jornalista começa o texto pelas informações que considera mais importante (respondendo às perguntas O quê, quem, onde, como, quando e porque), usando os parágrafos seguintes para dar informações complementares, de forma decrescente (CANAVILHAS, 2001, p.5). Neste esquema linear, o leitor pode ler somente os primeiros parágrafos que já vai entender a história.

Já na técnica de pirâmide deitada, em vez de seguir a lógica da importância dos fatos, o jornalista usa como referência a quantidade e a variedade de informação oferecida. A notícia desenvolve-se de um nível com menos informação para sucessivos níveis de informação mais aprofundados e variados sobre o tema em análise (CANAVILHAS, 2001, p.13). São usados

links e hiperlinks que podem ser acessados pelo consumidor do conteúdo de forma livre, sem uma necessidade de uma leitura linear.

Tal como acontece na pirâmide invertida, o leitor pode abandonar a leitura a qualquer momento sem perder o fio da história. Porém, neste modelo é-lhe oferecida a possibilidade de seguir apenas um dos eixos de leitura ou navegar livremente dentro da notícia (CANAVILHAS, 2001, p.14).

O novo esquema de arquitetura da notícia é adequado ao modo como os jornalistas da mídia empresarial vem trabalhando nesta segunda década do século XXI. Antes, eles só finalizavam o texto após todo o processo de apuração ter sido concluído (ou pelo menos o que podia ser terminado até a hora do fechamento do jornal), nos últimos dez anos, o usual é eles irem publicando as informações aos poucos ao longo da jornada de trabalho. Os textos vão sendo montados nos sites dos jornais conforme as novidades sobre o tema são apuradas.

Um exemplo prático: ao sair para uma pauta, uma coletiva de imprensa, por exemplo, antes do advento da internet o repórter de impresso acompanhava toda coletiva e só escrevia seu texto ao retornar para a redação. Ele só telefonava para a chefia de reportagem para dar um retorno sobre o andamento da pauta ou passar alguma informação mais “quente”, digna de adiantamento, para que os editores começassem a pensar o jornal. Com a cobertura para o jornalismo on-line, os repórteres de jornais /sites passaram a enviar pequenos textos, com lide e sublide, enquanto a coletiva acontece. O material vai por e-mail, WhatsApp ou é escrito diretamente num programa de publicação automática, em notebooks ou tablets, dependendo da empresa.

Esta mudança gera transformações não apenas na arquitetura da notícia, mas impacta a qualidade da informação e o modo como o jornalista elabora reflete sobre as notícias que produz. O papel do jornalista neste novo cenário, em que todos correm contra o tempo para publicar antes da concorrência uma declaração ou fato no site, é diferente do que era esperado do profissional de imprensa há 20 anos. A analogia com a taquigrafia, apresentada por Renault (2013), explica o que ocorre na práxis de trabalho dos jornalistas do século XXI. Numa grande cobertura, em que há vários veículos cobrindo um tema (como vimos na cobertura da CPI da Covid, por exemplo), o profissional que tem mais agilidade para digitar a frase proferida pela autoridade e, com isso, consegue publicar as “aspas” antes dos concorrentes, está em vantagem.

Em entrevista a David Renault em 2013, a jornalista Cláudia Safatle, na época diretora do Valor Econômico, resumiu a mudança e suas consequências.

Como diz a Cláudia Safatle, essa forma de cobrir as entrevistas e outros assuntos para os sites, ‘os meninos fazem muito bem’, porque, mais do que os profissionais antigos, têm pleno domínio da tecnologia. Mas o que eles fazem nesse momento não é jornalismo, é ‘taquígrafia’, copiam o que está sendo dito (RENAULT, 2013, p. 41).

Ao resumir o processo a reproduzir o que foi dito pela fonte, o repórter atua de forma automática, sem refletir sobre as falas, sem analisar o conteúdo, sem contextualizar a notícia. (RENAULT, 2013). No início deste movimento, na primeira década dos anos 2000, as empresas jornalísticas ainda demonstravam preocupação com a qualidade da informação publicada e “os jornais tentaram contrabalançar esse fenômeno do jornalista ‘taquígrafo’ com profissionais mais experientes, capazes justamente de fazer a contextualização e análise” (RENAULT, 2013, p.42).

A realidade dos anos 20 do século XXI é bem diferente. Houve uma *juniorização*¹⁵ da profissão e um enxugamento dos quadros. Refletir sobre este modo de trabalhar nos ajuda a entender como e porque o uso do WhatsApp foi crescendo ao ponto de, em alguns casos, ser a primeira forma de apuração e até a única praticada pelos jornalistas. Pressionado a atingir o objetivo de apurar mais rápido, o repórter lança mão de todas as ferramentas, técnicas e estratégias disponíveis. Se a maioria das fontes está mais aberta a responder mensagens de texto ou áudio pelo WhatsApp, é desta forma que o jornalista vai entrevistá-los.

3.3 Exemplos do uso do WhatsApp nas redações

O WhatsApp foi criado em 2009, nos Estados Unidos por Brian Acton e Jan Koum e lançado como alternativa para as mensagens via SMS (Short Message Service) por celulares. Em fevereiro de 2014 foi comprado pelo Facebook, mas, segundo o site da empresa, continua operando como um aplicativo independente. Em 2021 o WhatsApp alcançou mais de dois bilhões de pessoas, estando presente em mais de 180 países.¹⁶ No Brasil, a estimativa é de que entre 99 e 120 milhões de pessoas utilizem o aplicativo.¹⁷

A entrada e a rápida adesão ao WhatsApp no processo produtivo das empresas jornalísticas se inserem num contexto de mudanças na rotina de trabalho dos jornalistas

¹⁵ Contratação de profissionais mais jovens, com menos experiência e salários mais baixos em substituição aos mais antigos, com rendimentos mais altos.

¹⁶ Informações sobre o aplicativo podem ser conferidas no site da empresa

<https://www.whatsapp.com/>

¹⁷ Sobre o número de usuários do aplicativo no Brasil: <https://www.affde.com/pt/whatsapp-users.html>

<https://resultadosdigitais.com.br/blog/redes-sociais-mais-usadas-no-brasil/>

<https://www.oberlo.com/blog/whatsapp-statistics>

brasileiros, pesquisadas por autores como Barsotti (2017, 2018), Figaro (2013, 2017, 2020, 2021), Grohmann (2013, 2016, 2017) e Moretzsohn (2014). Adriana Barsotti (2018) salienta que o jornalismo em rede acarretou mudanças que deixaram de ser perceptíveis pela etnografia clássica nas redações, causando problemas metodológicos para os pesquisadores (2018, p.146). Segundo a autora, “existem camadas invisíveis de interações digitais que o pesquisador precisa se esforçar para enxergar e descrever, sob pena de prejudicar a compreensão das dinâmicas e fluxos das complexas redes ali estabelecidas”. Num cenário em que as redações deixaram de ser o principal palco das reuniões de pauta, de encontros e de debates entre jornalistas, observar as relações entre as equipes tornou-se tarefa mais complicada. Nem tudo é discutido presencialmente, há muita interação digital.

O aplicativo foi uma das inovações da tecnologia da comunicação que mais teve impacto e aderência nas rotinas produtivas de veículos de mídia do Brasil. Bueno e Reino (2017) realizaram mapeamento descritivo dos tipos de aplicativo e seus usos nos principais jornais das 27 capitais brasileiras e nos três maiores jornais de circulação nacional, e concluíram que o WhatsApp, entre os tradicionais, é o mais usado.

No que tange ao uso de aplicativos tradicionais, o WhatsApp é o mais comum, embora nenhum dos veículos que o utilizam especifique o horário de funcionamento ou disponibilize conteúdo específico. De forma pragmática, o aplicativo só é frequentemente usado como ferramenta para envio de sugestões de pauta. Na verdade, o emprego tradicional do dispositivo não chegaria a ser um problema não fosse o tempo de resposta, lento demais, particularmente pelo formato do recurso e até em relação aos modelos mais vetustos de interação com o público. Em média a resposta de interação demora pelo menos 24 horas, mas boa parte dos veículos analisados sequer respondeu ao contato depois de dois meses. Quanto à orientação de uso, os que responderam foram unânimes em dizer que ele serve “para envio de fotografias, vídeos e texto (BUENO; REINO, 2017, p.129).

Nas primeiras iniciativas de aproveitamento em redações brasileiras, a ferramenta foi utilizada em estratégias de aproximação dos veículos com o público, por meio de criação de canais de comunicação direta com os leitores, ouvintes ou telespectadores (FURLANETTO e SCOLARI, 2017). O pioneiro entre os impressos no uso do aplicativo no país foi o jornal Extra, do Rio de Janeiro (FERREIRA, 2014; REINO et al, 2018; SPECHT, 2018), que em 2013 adotou um WhatsApp institucional e traçou uma campanha de divulgação do número do jornal, por meio do qual conseguiu captar nomes, telefone e bairro de moradores do Rio: pessoas que enviavam denúncias, fotos, vídeos e eram acionadas pelas equipes quando algum

repórter precisava de personagem¹⁸ para alguma matéria. Com a ajuda do aplicativo, os leitores eram produtores de conteúdo e também eram participantes das reportagens.

Ao longo do tempo, novos usos do WhatsApp foram testados e implementados nas redações brasileiras. Bueno e Reino, além de fazerem um mapeamento do uso de aplicativos em veículos nacionais (2017), debruçaram-se sobre um jornal pequeno para tentar entender como o uso do WhatsApp interfere na rotina produtiva de veículos de mídia (Bueno et al, 2018). O estudo mostrou que o único jornal de Imperatriz, no Maranhão, além de utilizar o recurso de comunicação instantânea como ferramenta de distribuição do jornal (envio do PDF da edição final e de pequenas “pílulas”, como fotos, infográfico e detalhes da pauta), também passou a usá-lo nas principais rotinas de produção de notícias do próprio veículo. As reuniões de pauta, por exemplo, eram feitas exclusivamente pelo aplicativo. A pesquisa também observou outras ações nas rotinas, entre elas a prática “de compartilhar a matéria com a fonte antes da publicação e fazer entrevistas de forma assíncrona.” (2018, p.103).

Na análise dos padrões produtivos do jornal popular, Bueno et al (2018) constataram um certo imprevisto e informalidade no modo de interação com os integrantes do grupo de WhatsApp do jornal. Foi percebido, também, uma falta de diretriz para diversas etapas de uso do aplicativo na rotina produtiva (2018, p.99). Pesquisa de Bueno e Reino (2017) já havia detectado problema semelhante em grandes grupos de imprensa, “como Folha de S.Paulo e Estado de S.Paulo” que “ainda não tinham uma rotina muito bem definida de uso do WhatsApp para se relacionar com o público, por exemplo, apesar de divulgarem a rede como forma de interação” (2018, p.91).

Patrícia Specht (2018) procurou entender como a interatividade com o público, por meio do WhatsApp, pode impactar as diferentes fases de confecção da notícia. Por meio de uma observação participante na redação do Diário Gaúcho, jornal popular de Porto Alegre (RS), ela analisou a repercussão das trocas entre o público e a redação pelo WhatsApp nas fases de criação de pauta, de apuração e de divulgação da notícia. Pela conclusão da pesquisadora, o caso do DG confirma “indícios apontados em estudos da área”: o uso do aplicativo pelos veículos *mainstream* ainda é feito de forma desorganizada, ficando aquém de suas potencialidades, principalmente por falta de estrutura. Eles “tentam se aproximar e dialogar com a audiência, mas os esforços ainda são insuficientes. Além de aumentar os graus

¹⁸ Personagem, no jargão jornalístico, é o entrevistado que personifica um problema ou um caso contado numa reportagem. Por exemplo, alguém que sofre com a falta de luz em casa pode ser personagem numa matéria sobre crise de energia.

de participação dos leitores diante dos apelos do veículo, é preciso assegurar um bom aproveitamento do material resultante da conversação” (2018, p.49)

O estudo de Elaine Garau (2018) percorreu sobre a utilização do aplicativo no telejornalismo da redação do Tribuna Notícias 1ª Edição, telejornal da TV Tribuna (emissora afiliada ao SBT no Espírito Santo). Pela análise da pesquisadora, o uso do WhatsApp tem ocasionado transformações tanto nas rotinas produtivas dos jornalistas que compõem a equipe do telejornal, quanto na relação entre os profissionais e os telespectadores. Há transformações de processos comunicacionais, com transformações “no modo de produzir, transmitir e receber informações”, mas os avanços são limitados pela falta de pessoal (há acúmulo de função e sobrecarga de trabalho) e pela falta de profissionais com capacidade para lidar com as inovações. (2018, p.157) Segundo Garau, houve uma frustração de expectativas sobre o uso do aplicativo após alguns meses de uso: os telespectadores, incentivados a colaborar com o telejornal, não se sentiram realmente participantes, visto que não recebiam o retorno esperado, nem se viam representados nas pautas do telejornal; e o jornalistas, animados pela possibilidade de maior agilidade da apuração e na interação com o público, viram-se diante da realidade de mal aproveitamento dos recursos do aplicativo. Em seu estudo, a autora constatou que a utilização do WhatsApp gerou uma maior quantidade de trabalho para os profissionais: “as novas tecnologias facilitam, por um lado, mas também sobrecarregam alguns dos profissionais, inclusive fora do horário de trabalho e das regras estipulados pela legislação trabalhista brasileira, com destaque para as produtoras” (2018, p.155).

No cenário atual de um novo ecossistema midiático (CANAVILHAS, 2010), no qual os profissionais de comunicação e a audiência “compartilham a produção de conteúdo”, Lilian Saback de Moraes (2019) apontou o surgimento de um novo padrão na relação do jornalista com a notícia. Ao estudar as práticas de uso do WhatsApp na redação da emissora de rádio BandNews FM, do Rio de Janeiro (em que as pautas são escolhidas e as notícias produzidas a partir de mensagens enviadas pelos ouvintes por este aplicativo) a pesquisadora observou um deslocamento da função de gatekeeper (selecionador), exercido normalmente por um jornalista, e o surgimento de um novo papel, o de “zapkeeper”, exercido pelos ouvintes que mandam os “zaps”.¹⁹

Além disso, com base no que analisou no processo de trabalho da rádio, ela acredita ser possível pensar em uma nova rotina de produção da informação, em que surge o newsmaking da audiência, situação em que “o ouvinte identifica e sugere o assunto, apura e

¹⁹ Palavra que foi criada a partir da fonética do nome do aplicativo WhatsApp.

reporta, sem recorrer a qualquer critério de noticiabilidade” (2019, p.10). Antes inserida numa rotina industrial do veículo de comunicação e sob os critérios de subjetividade do jornalista, a produção da notícia e a construção da realidade passa a contar com um novo elemento.

Um cidadão, de posse de um smartphone conectado à internet, está apto a ser agente ativo em qualquer um dos novos ecossistemas midiáticos. Neste sentido, o ouvinte está assumindo também seu novo papel neste cenário. Por meio de mensagens de áudio enviadas pelo aplicativo WhatsApp, ele passa a alimentar a produção da emissora como um repórter. (SABACK, 2019, p.12)

Um jornalista (ou estagiário, no caso da pesquisa de Saback) assume a função de filtrar as mensagens de WhatsApp recebidas pelo celular da emissora, mas, como ressalta a pesquisadora, o grande volume de número de mensagens pode deslocar o poder de apuração das mãos do profissional para as mãos dos ouvintes da emissora (2019, p.6).

Isa Stacciarini (2019) abordou uma outra questão relevante sobre o uso do WhatsApp na apuração jornalística: os problemas decorrentes das informações que circulam em grupos que reúnem fontes e jornalistas. Ela explica que a possibilidade de criação de grupos de WhatsApp levou à formação de redes de contato baseadas em afinidades de temas entre os participantes. E que, no ambiente jornalístico, fontes e profissionais da imprensa (repórteres, produtores e editores, inclusive) passaram a receber pautas e ser comunicados por estes canais. Segundo a pesquisadora, que teve como foco de trabalho o caso das matérias de Segurança Pública no Distrito Federal, apesar de facilitar o acesso de jornalistas às fontes e agilizar o processo de apuração, este tipo de canal causa dependência; compromete a qualidade da informação e leva a uma padronização de abordagem (e muitas vezes do formato) das matérias. E, o mais grave: erros de informação divulgados por fontes nestes grupos eram publicados sem checagem ou cruzamento de dados com outras fontes. (p.203), porque a informação publicada naqueles espaços é, a priori, tratada como algo oficial pelas equipes de reportagem. Nestes canais, detalha, há “desde servidores que possuem o primeiro contato com a ocorrência, chamados operacionais, até porta-vozes credenciados como representantes do órgão” (STACCIARINI, 2019, p.96)

A pesquisadora critica a utilização das informações de forma imediata e avalia que o WhatsApp se transformou num “complemento da organização produtiva do repórter”, sendo integrado aos processos rotineiros de apuração de forma acrítica, na maioria das vezes acarretando um desserviço para os consumidores de notícia.

Frente a um cenário de notícias construídas a partir de mensagens que chegam aos jornalistas por meio do WhatsApp, a instantaneidade e o imediatismo imperam para

publicação do fato, antes mesmo de a notícia ser tratada com a apuração devida feita pelo profissional de imprensa. (STACCIARINI, Isa, 2019, p.98)

Fábio Giacomelli (2020) estudou um outro caso de utilização do WhatsApp: o da distribuição de conteúdo jornalístico pelo portal de notícias português Observador, com sede em Lisboa. O autor mostra que a estratégia adotada pelo veículo para adequar-se à reconfiguração na busca e consumo de notícias (FIGALGO E CANAVILHAS, 2009), em que o jornalismo “precisar ir atrás do leitor e fidelizá-lo com sua marca”, foi a criação e distribuição de um *newsletter*, disponibilizado aos assinantes entre fevereiro e dezembro de 2019. O serviço foi encerrado em dezembro por causa das novas regras do WhatsApp, que proibiram o envio de mensagens de forma massiva, mas, enquanto esteve ativo, atingiu a marca de 14,2 mil assinantes. O portal de notícias lançou o serviço de Newsletter via WhatsApp com o objetivo de “chegar diretamente no mensageiro eletrônico dos assinantes do serviço”, sem que esses precisassem ir atrás da informação, “abrir outras páginas ou outros aplicativos. A ideia era ser um *broadcaster* de notícias” (2020, p.154).

Esta pesquisa busca explorar outro ângulo da questão: saber como os jornalistas de veículos de mídia do Rio de Janeiro percebem os impactos do uso do WhatsApp nas práticas de apuração e em que medida a identidade destes profissionais é afetada. Como diz Sonia Virgínia Moreira (2021), ancorada no pensamento de Milton Santos (1997):

O vínculo identitário dos jornalistas com meios e atividades formais de comunicação mudou com as novas percepções de espaço e de tempo advindas das tecnologias, o meio técnico-informacional de que fala Milton Santos (1997), que transformaram e desafiam a nossa compreensão da abrangência de discursos, formatos e públicos. (MOREIRA, 2021, p.3)

As entrevistas apresentadas e analisadas no próximo capítulo dão algumas pistas do que está acontecendo no mundo dos jornalistas do Rio de Janeiro neste período de transição e de mudanças.

4 ANÁLISE DAS RESPOSTAS AOS QUESTIONÁRIOS

4.1 O contexto socioespacial em que os jornalistas trabalham

Compreender o contexto em que este trabalho se insere exige que se tenha em mente em qual cidade os jornalistas ouvidos nesta pesquisa exercem suas rotinas de trabalho e qual a realidade do mercado em que eles atuam.

Alguns dados da pesquisa IBGE Cidades e do Instituto Pereira Passos (IPP), portal de dados da Prefeitura do Rio, ajudam a traçar este panorama. Com população estimada de 6.775.561 pessoas, e densidade demográfica de 5.265,82 hab./km² (IBGE, 2021), o Rio de Janeiro é o município mais populoso do estado, ocupando, ainda, a posição de segundo mais populoso do país (o primeiro é São Paulo). Tem características predominantemente urbanas, considerada uma Metrópole Nacional, com IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) de 0,799, formada por 163 bairros e um território com 1.074 favelas²⁰.

Segundo o IPP, no Rio, as áreas com menor IDH estão localizados em Santa Cruz, Zona Oeste: Bairro Canaã, Cesarão e Nova Palestina, com 0,604. Já os lugares com maior IDH estão na Zona Sul da cidade: Jardim Botânico e Parque Lage, com 0,959. A partir destes índices, é possível estimar que o trabalho dos jornalistas numa capital como o Rio de Janeiro é atravessado pela convivência com uma população, uma infraestrutura, uma economia e uma dinâmica social de muitos contrastes. Estas desigualdades e diversidades se refletem no tipo de jornalismo que se faz por aqui.

Capital da República até 1960, quando Brasília assumiu o posto, o Rio de Janeiro ainda hoje preserva uma relevância sociocultural que potencializa os acontecimentos registrados no noticiário local, transformando boa parte das reportagens sobre o cotidiano carioca em fatos de repercussão nacional. Por exemplo: um crime ocorrido numa praia carioca, como o que vitimou o congolês Moise Mugenyi Kabagambe, de 25 anos, espancado num quiosque na Barra da Tijuca em fevereiro de 2022, ultrapassa o interesse do noticiário regional porque o Rio é uma das principais portas de entrada e destino de turistas no país.

Neste contexto, ser repórter em território carioca é estar preparado para ver uma pauta ganhar destaque e desfechos inesperados, o que, com as facilidades oferecidas pelas

²⁰ Dados sobre população, urbanização e economia da cidade estão disponíveis no site do Instituto Pereira Passos e no site do IBGE em: <https://www.data.rio/pages/rio-em-sntese-2>
<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>

ferramentas digitais, pode tornar o trabalho um processo de apuração extenso e cansativo. Uma história que poderia ser mais simples de investigar, quando ocorre no Rio de Janeiro pode transformar-se num caso mais complexo, com exigência de entrevistas com especialistas, pesquisa mais aprofundada sobre o tema e produção de novas imagens. Com a mentalidade do jornalismo on-line, do tempo real e do *work in progress* (MORETZSOHN, 2014; SPECHT, 2018), em que o *deadline* foi aposentado, sempre é possível atualizar uma matéria e, com as redações esvaziadas, o profissional frequentemente extrapola sua jornada para conseguir acompanhar o desenrolar dos fatos e incrementar as notícias que nunca param de ser atualizadas.

No esquema atual de trabalho, com redações de grupos de mídia tradicionais com número reduzido e insuficiente de jornalistas, raramente um profissional da imprensa carioca recebe uma rendição (substituição por outro colega perto do fim de sua jornada) quando assume uma pauta. No máximo, a chefia poderá designar um outro repórter para colaborar com um complemento às pautas diárias (fazer ligações para especialistas e autoridades ou cobrar respostas, por exemplo).

Nas redações com poucos “braços” (a expressão “não temos braços para isso” com frequência é usada para justificar a falta de profissionais para dar conta das coberturas nestes ambientes), o esquema de excesso de trabalho, em ritmo intenso, é a norma para as equipes. A realidade do dia a dia dos repórteres que trabalham em jornais/sites do Rio e de outras redações do país, nesta segunda década do século XXI é de se dedicar a mais de um assunto por dia. Uma rotina multitarefa, que inclui, entre outras obrigações profissionais, fazer entrevistas, gravar vídeos com smartphones, fazer rondas nas redes sociais, publicar seu próprio conteúdo no site do jornal e, próximo ao horário de fechamento, redigir um texto consolidado de tudo o que ele apurou ao longo da jornada para ser editado para o impresso. Quando uma de suas pautas vira “abre” (no jargão jornalístico, é a matéria cotada para ser o texto de abertura do jornal, pela importância dos fatos), ele pode vir a se concentrar só naquele tema naquele dia, mas o volume de trabalho não diminui. Consequentemente, os jornalistas dos tempos atuais estão ainda mais preocupados com o tempo e a velocidade de apuração que os colegas das gerações passadas, como se vê nas respostas ao questionário desta pesquisa.

A conjuntura do mercado de trabalho dos jornalistas do Rio também deve ser observada na análise das respostas ao questionário. Desde a segunda década do século XXI, vem ocorrendo uma série de crises, com encerramento de títulos e fechamento de vagas. A situação de instabilidade, os baixos salários e o crescimento da *pejotização* e da *juniorização*,

somados ao surgimento de novos modos de apuração que são compatíveis com modelos de rotinas desgastantes, em que várias pautas são feitas por dia, tem como resultado um ambiente de insatisfação e precariedade.

O exemplo de uma das empresas de mídia que integra a pesquisa ajuda a entender a situação. De acordo com um levantamento do Sindicato dos Jornalistas do Município do Rio de Janeiro, entre 2014 e 2016 a Infoglobo (responsável pela publicação do Globo, do Extra, do Valor e da Época, e rebatizada de Editora Globo em 2017, com a inclusão de todos no Grupo Globo) demitiu 150 jornalistas sem justa causa (FENAJ, 2017). Em 2019, foram mais 30 demitidos (PODER 360, 2019).

Outro levantamento, mais recente, lança luz sobre a situação dos empregos da categoria na cidade. Segundo a “Pesquisa das Condições de Trabalho e Salário dos Jornalistas do Rio 2021/2022”, realizada pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro (SJPMRJ) em novembro de 2021, os profissionais do Rio “trabalham muito, ganham pouco e, de forma crescente, são contratados em regimes de trabalho precários, como pessoas jurídicas e freelancers. Durante a pandemia de Covid-19, ainda tiveram que arcar com custos do home office” (SJPMRJ, 2021). Dos 45 profissionais que responderam à pesquisa do sindicato, 33,3% informaram trabalhar mais do que as 7 horas (5 horas mais 2 horas extras contratuais) previstas na convenção da categoria. Cerca de 73% ainda trabalha com contrato CLT, mas o sindicato ressalta que a fatia que atua em regimes precários (PJ, Freelancer ou terceirizado) já atinge aproximadamente 30%.²¹

Durante a pandemia os jornalistas tiveram que enfrentar, também, redução de salários e demissões, como mostra uma outra sondagem da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ):

3.930 profissionais jornalistas que trabalham em redações com carteira assinada, nas bases de 16 Sindicatos do país, tiveram redução de salário e de jornada durante a pandemia. Outros 81 jornalistas tiveram seus contratos de trabalho suspensos e 205 foram demitidos (FENAJ, 2020).

O Rio de Janeiro é endereço de oito veículos de mídia impressa e online²², dois deles ainda vendem jornais em bancas e têm mais de 60 anos: *O Globo*, fundado em 1925, e *O Dia*, fundado em 1951. Dois jornais de São Paulo mantêm repórteres fixos em sucursais no

²¹ A pesquisa pode ser conferida no site do sindicato

<https://jornalistas.org.br/2021/11/30/condicoes-de-trabalho-e-salario-dos-jornalistas-do-rio-2021-2022/>

²² Os dados de demografia e economia também foram consultados no site do IBGE/Cidades. Já as informações sobre veículos de mídia na cidade foram pesquisadas no Atlas da Notícia, na Associação Nacional de Jornais e no Mídia Dados Brasil 21. Em: <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/rj/rio-de-janeiro/panorama>; <https://www.atlas.jor.br/>; <https://www.anj.org.br/associados/>; <https://mediadosgmsp.com.br/2021/>

Rio de Janeiro, a *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. Paulo*, que por isso também foram incluídos no escopo da pesquisa de campo.

4.2 Perfil dos jornalistas que responderam ao questionário

Os dados aqui apresentados resultam das entrevistas junto a repórteres, colunistas, assistentes de colunistas, produtores de conteúdo, editores assistentes e editores que responderam ao questionário. Composto de 27 perguntas (18 fechadas e nove abertas), o questionário on-line foi distribuído a jornalistas que trabalham em redações de veículos com versão impressa e digital, que atuam no Rio de Janeiro, entre os dias 6 de dezembro de 2021 e 8 de fevereiro de 2022. Ele foi feito no *Google Forms* (aplicativo de gerenciamento de pesquisas do Google) e divulgado das seguintes formas: envio de link para grupos de WhatsApp de jornalistas, compartilhamento de link em postagens da pesquisadora no LinkedIn e no Facebook e envio de link por e-mail para jornalistas que demonstraram interesse em participar.

Para garantir o anonimato dos que responderam ao questionário, todos foram identificados no trabalho de acordo com a ordem de recebimento do formulário preenchido gerando o seguinte padrão: entrevistado 01, entrevistado 02, entrevistado 03, e assim por diante, até o entrevistado 40, correspondendo ao número de respondentes. Apesar de não divulgadas, as informações sobre a identidade e o local de trabalho dos participantes são de conhecimento da pesquisadora. Nas citações, diretas ou indiretas, as respostas foram utilizadas com a identificação “entrevistado número”, sem indicação de gênero (todos serão tratados no masculino), nem do veículo para o qual o jornalista trabalha. Com o intuito de dar maior fluência à leitura, a pesquisadora tratou as respostas dos jornalistas num estilo dissertativo, inserindo algumas considerações e contextualizações no texto, além de algumas tabelas e gráficos que auxiliam a compreensão dos dados.

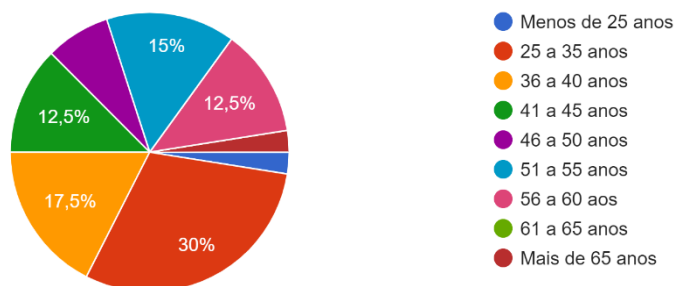
Ao todo, foram obtidas 42 respostas, das quais 40 foram consideradas válidas (questionários completos e respondidos por jornalistas que atendiam ao perfil exigido). Entre os respondentes, 60% eram mulheres e 40% homens. Com relação à faixa etária, 60% dos que participaram da pesquisa tinham entre 25 e 45 anos de idade. Ou seja: trata-se de um perfil etário que mescla profissionais experientes e jovens, garantindo uma visão abrangente da opinião dos jornalistas. A pesquisa *Perfil dos Jornalistas Brasileiros (2021)* realizada pela Rede de Estudos Trabalho e Identidade dos Jornalistas (RETIJ/SBPJor), que contou com a participação de mais de 7 mil profissionais, mostra que jornalistas no Brasil são

majoritariamente mulheres (58%), brancas (68%), solteiras (53%), com até 40 anos, um perfil que, segundo o estudo, mudou muito pouco em relação ao levantamento de nove anos antes.²³

Neste trabalho, a faixa com maior número de respondentes está entre 25 e 35 anos, correspondendo a 30% dos jornalistas. Em seguida, aparece a faixa de 36 a 40 anos, com 17,5%; em terceiro lugar, os que têm entre 51 e 55 anos, com 15%; em quarto, empatadas, as faixas de 41 a 45 anos e de 56 a 60 anos, com 12,5% dos respondentes; em quinto, a faixa de 46 a 50 anos, com 7,5%; e, por último, os que tem mais de 65 anos e menos de 25 anos, que representam 2,5% do total de jornalistas consultados.

Gráfico 1: Faixa etária dos jornalistas pesquisados

Idade
40 respostas



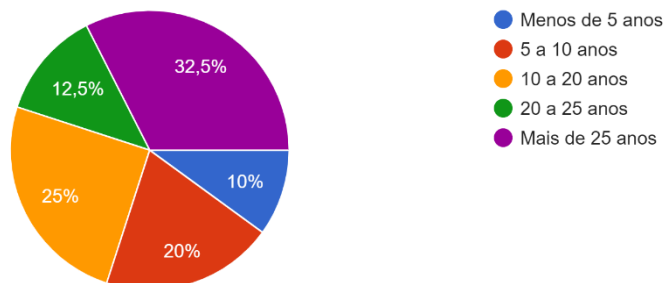
Fonte: Elaborado pela autora

Com relação ao tempo de profissão 32,5% têm mais de 25 anos de trabalho; 25% de 10 a 20 anos; 20% de 5 a 10 anos; 12,5% de 20 a 25 anos e 10% atuam como jornalistas há menos de cinco anos.

²³ A pesquisa pode ser conferida em <https://perfildojornalista.ufsc.br/>

Gráfico 2: Tempo de exercício da profissão

Tempo de profissão
40 respostas

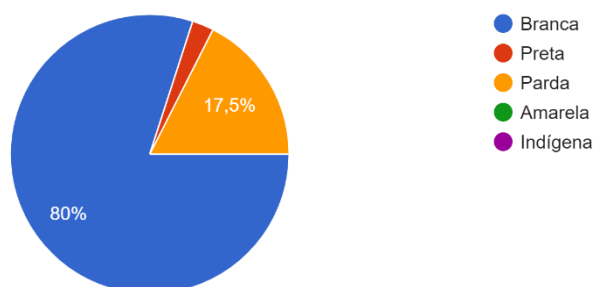


Fonte: Elaborado pela autora

A maioria (80%) dos profissionais que responderam ao questionário declarou-se branco, seguida dos que disseram ser pardos (17,5%). Apenas 2,5% afirmaram ser negros.

Gráfico 3: Perfil de cor/raça dos pesquisados

Com relação a cor/raça, você se reconhece como:
40 respostas

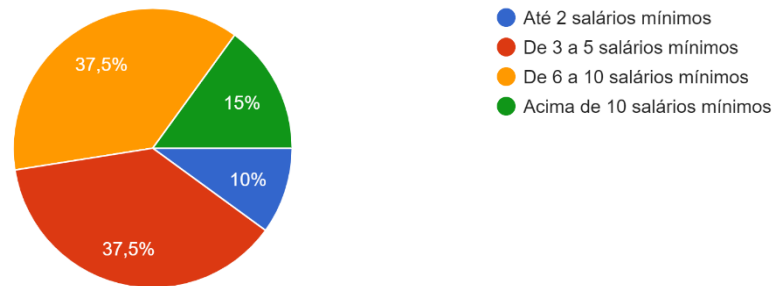


Fonte: Elaborado pela autora

No que diz respeito à função desempenhada, a predominância é de repórteres (77,5%), acompanhada de respostas de produtores de conteúdo, colunistas, editores-assistentes (cada uma das três funções tem 5% de representatividade na pesquisa) e de editores (7,5%). Duas faixas salariais apresentam o mesmo percentual: 37,5% dos jornalistas ganham de 3 a 5 salários-mínimos e outros 37,5% recebem de 6 a 10 salários-mínimos. Quinze por cento têm ganhos acima de 10 salários e 10% vivem com até dois salários.

Gráfico 4: Renda média dos jornalistas pesquisados

Qual sua renda mensal?
40 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Sobre a forma de contratação, a maioria dos respondentes assinalou que tem emprego com carteira assinada (77,5%), mas também foram obtidas respostas de jornalistas que atuam em arranjos precários, como MEI, PJ e contratos temporários sem CLT, somando 16%, além de uma parcela que vive sem nenhum tipo de vínculo empregatício (5%), atuando como freelancers para estes veículos de mídia.

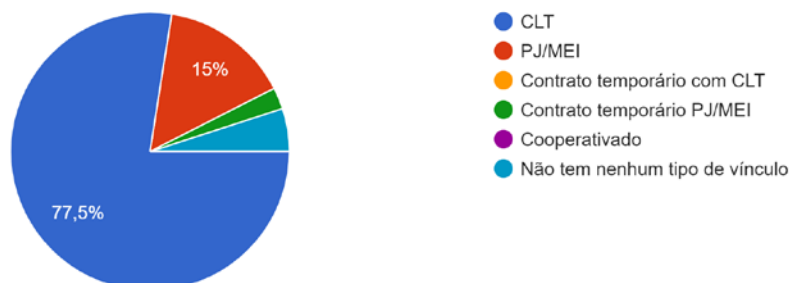
As longas jornadas de trabalho da categoria no Brasil, que vem sendo sinalizadas em diversos estudos, tendo entre os mais significativos os realizados pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), da Escola de Comunicações e Artes, na Universidade de São Paulo, coordenado pela professora Roseli Figaro, também foram refletidas nos números desta pesquisa. Entre os que responderam ao questionário, apenas 7,5% afirmam trabalhar menos de 8 horas.

A carga horária dos jornalistas brasileiros prevista na CLT é de cinco horas, com a possibilidade de acréscimo de duas horas extras fixas (no contrato individual), totalizando 7 horas. Na prática, porém, a carga horária não é cumprida pela maioria das empresas (FIGARO et al, 2019 e 2021). Os jornalistas do Rio de Janeiro que responderam ao questionário da pesquisa confirmam isso: 50% disseram trabalhar entre 8 e 12 horas, ou seja, cumprindo cargas extensas, enquanto 40% afirmaram trabalhar 8 horas diariamente. E 2,5% informaram que costumam ultrapassar 12 horas de trabalho diárias.

Gráfico 5: Tipo de contrato profissional

Qual a sua forma de contrato/acordo de trabalho?

40 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Dos jornalistas que participaram da pesquisa, 55% têm como principal empregador/pagador O Globo/Extra/Valor Econômico. Em segundo lugar, estão profissionais que publicam no Estado de S. Paulo e O Dia/Meia Hora, representando 12,5% cada um. A Folha de S. Paulo teve 5% dos participantes. Quinze por cento preferiram não informar para qual dos veículos trabalha.

A presença de mais respondentes de O Globo/Extra/Valor pode ser justificada pelo fato de a empresa de mídia ter endereço-sede no Rio, local onde a pesquisadora reside e trabalha como jornalista e tem contatos profissionais e onde a pesquisa foi realizada. Além disso, o fato de a autora ter sido repórter do jornal O Globo facilitou o acesso aos profissionais destas empresas, que se mostraram mais receptivos a participar da pesquisa. Outro ponto a ser levado em conta é que se trata de uma das redações de jornal/site que integra o maior grupo de mídia e comunicação do Brasil e da América Latina²⁴, concentrando um grande número de jornalistas na cidade.²⁵

O Sindicato dos Jornalistas do Município do Rio de Janeiro informou que não sabe o número de profissionais que atuam no Rio de Janeiro, o que evidencia a necessidade de realização de um levantamento dos profissionais da cidade e do estado como parte de pesquisas futuras.

Uma das perguntas pediu aos jornalistas para identificarem formatos e o veículo em que trabalham e produzem notícias. Esta questão permitiu um dimensionamento da

²⁴ <https://rd1.com.br/organizacoes-globo-sao-o-17o-maior-grupo-de-midia-do-mundo/>

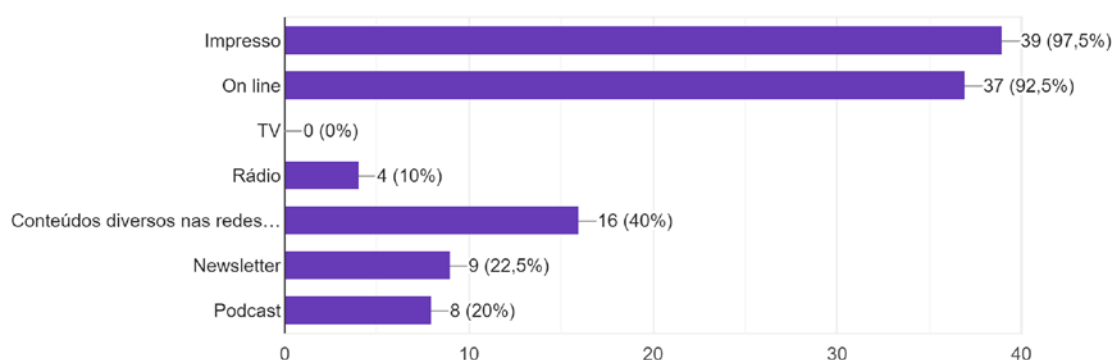
²⁵ <https://grupoglobo.globo.com/#quem-somos>

diversidade de conteúdos que eles precisam produzir e a quantidade de plataformas com que estes profissionais lidam no cotidiano de trabalho. Eles podiam indicar quantas opções quisessem. Os mais citados foram “impresso” (97,5%), seguido de “On-line” (92,5%) e “conteúdos diversos nas redes sociais” (40%).

Gráfico 6: Formatos de distribuição de conteúdo noticioso

O veículo para o qual você trabalha (onde publica ou para o qual presta serviço) usa o conteúdo noticioso que você produz em qual formato? É possível marcar mais de uma opção.

40 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Análise das respostas dos jornalistas

Na análise e tratamento das respostas, os temas abordados pelos jornalistas foram reunidos em três eixos temáticos:

- 1) Os **tipos de usos** do WhatsApp na apuração e as **vantagens e desvantagens** do aplicativo na comunicação dos jornalistas.
- 2) Os **impactos** do WhatsApp nas rotinas de trabalho do jornalista, no formato dos textos e no conteúdo editorial
- 3) As **transformações** no fazer jornalístico e os reflexos das mudanças na identidade profissional

As questões tratadas na pesquisa procuraram levantar a opinião dos profissionais e algumas percepções destes trabalhadores, ajudando a obter diagnósticos sobre o modo de trabalho dos jornalistas do Rio de Janeiro no século XXI, as mudanças causadas pelo uso do WhatsApp no fazer jornalístico e no perfil/identidade dos jornalistas, além de verificar os impactos da pandemia de Coronavírus nas rotinas destes profissionais. Porém, nem todas as

respostas foram inteiramente reproduzidas nesta seção do capítulo. A pesquisadora optou por citar apenas as que eram pertinentes aos blocos temáticos e ajudavam a entender as principais questões que se impõem pelas transformações no fazer jornalístico deste período.

4.3 As respostas dos entrevistados

4.3.1 O que pensam os jornalistas sobre os tipos de uso do WhatsApp na apuração

A primeira pergunta do questionário sinalizou algo que pode ser percebido numa visita às redações²⁶: o uso diário e frequente de redes sociais e aplicativos de mensagens no processo de trabalho foi incorporado à rotina jornalística. Seja no computador, seja no smartphone, jornalistas passam boa parte de suas jornadas digitando ou tecendo suas conversas com fontes, sentados ou caminhando, com olhos voltados para as telas, num nítido contraste com o comportamento mais sociável e coletivo que podia ser observado no início dos anos 1990, por exemplo, quando esta pesquisadora se iniciou na profissão. Se no passado, as conversas telefônicas em aparelhos fixos compunham o ambiente das redações de jornais impressos (havia mesas até mesas coletivas, com vários aparelhos de telefone), na atualidade, estas conversações ganham caráter mais privado, visto que, na maioria das vezes, não podem ser testemunhadas pelos colegas de baía da redação por serem travadas via smartphone e aplicativos²⁷.

Noventa e cinco por cento dos jornalistas pesquisados afirmaram que usam diariamente as redes sociais e aplicativos de mensagem para apuração de uma notícia; 5% disseram usar ao menos uma vez por semana. Ou seja: para a maioria, apurar uma reportagem com informações obtidas a partir de uma conversa virtual ou de observações de postagens ou publicações on-line faz parte da prática produtiva da notícia. Este uso corriqueiro das redes sociais digitais ainda causava estranheza na primeira década dos anos 2000. Quando o Facebook chegou ao Brasil, em 2007, e começou a ser bastante utilizado pelos jornalistas, houve até mesmo uma resistência entre os editores da redação do Jornal O GLOBO: repórteres eram criticados por passarem muito tempo no Facebook, que era acessado dos computadores corporativos. Situação que contrasta com o dos dias atuais, em que estar nas redes é encarado como uma obrigação de trabalho.

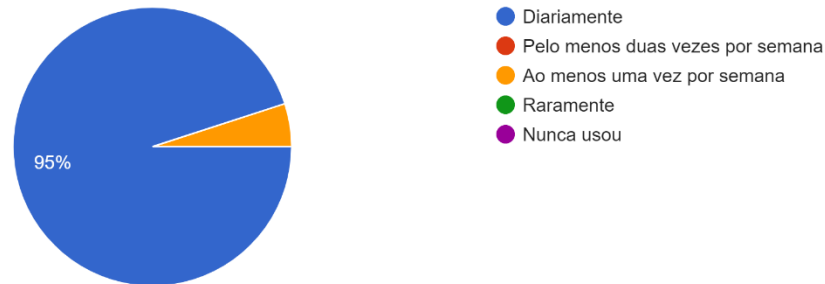
²⁶ Movimento que a pesquisadora viu surgir quando integrava uma equipe de repórteres e, nos últimos três anos, vem acompanhando por meio de relatos de colega de profissão que ainda estão nas redações do Rio.

²⁷ Para entender melhor as ideias da autora sobre mudanças nas redações, sugiro a leitura do artigo na página 70 desta publicação:
<http://portal.unemat.br/media/files/Leituras%20da%20Geografia%20na%20Comunica%C3%A7%C3%A3o.pdf>

Gráfico 7: Frequência de uso de redes sociais e aplicativos na apuração

Com que frequência você utiliza as redes sociais e aplicativos de mensagens para apuração de uma notícia?

40 respostas

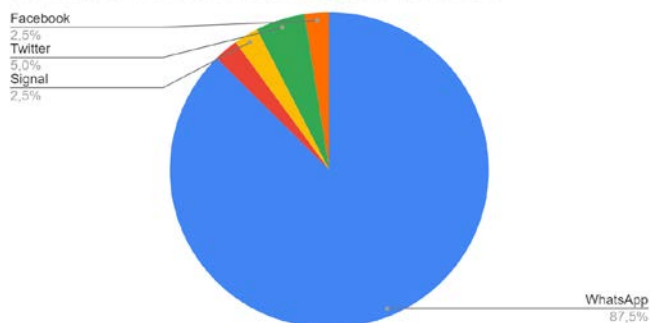


Fonte: Elaborado pela autora

Entre os serviços de comunicação digital existentes, o WhatsApp é o preferido entre os jornalistas do Rio consultados nesta pesquisa, sendo utilizado por 87,5% para trabalhar. Segundo serviço em preferência dos respondentes, o Twitter só é usado por 5% dos jornalistas cariocas, enquanto Instagram, Signal e Facebook, por apenas por 2,5%. Por outro lado, TikTok, Telegram e Messenger ainda não têm servido como instrumento de apuração para nenhum dos pesquisados de jornais/sites cariocas abordados neste trabalho.

Gráfico 8: Aplicativos mais usados pelos jornalistas

Entre os aplicativos e serviços de comunicação digital, qual você utiliza com mais frequência para trabalhar?



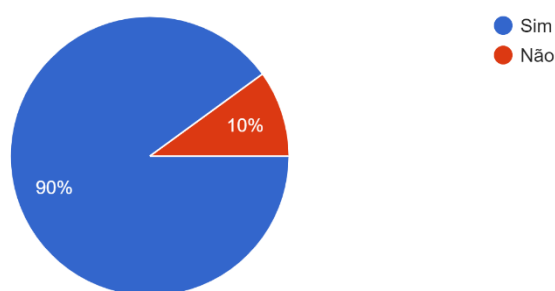
Fonte: Elaborado pela autora

Os jornalistas do Rio de Janeiro usam o WhatsApp com tanta frequência que o aplicativo de troca de mensagens passou a ser adotado como principal ferramenta para manter contatos com fontes e fazer entrevistas, em algumas situações substituindo as conversas por

telefone, as entrevistas presenciais ou o envio de perguntas por e-mail: 90% dos consultados responderam que já fizeram uma entrevista inteira usando apenas o aplicativo de mensagens, enquanto 10% responderam que nunca fizeram isso.

Gráfico 9: Jornalistas que fizeram entrevistas inteiramente via WhatsApp

Você já fez uma entrevista inteira usando apenas a ferramenta WhatsApp?
40 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Os motivos para esta opção pela comunicação não presencial teriam relação com os novos ritmos e velocidades de trabalho, de comunicação e até de deslocamentos que vêm se estabelecendo nesta segunda década do século XXI (CRARY, 2016; TURKLE, 2015; VIRILIO, 1984, 1994 e 1996; CASTELLS, 1999, FÍGARO, 2020; GROHMANN, 2016), podendo estar, ainda, influenciados pelos fenômenos da plataformização²⁸ do trabalho e do jornalismo (FIGARO, 2020; GROHMANN, 2016 e POELL; NIEBORG; VAN DJICK, 2020).

A cobrança por resultados e desempenho, que podem ser medidos por ferramentas digitais calibradas para o marketing, seria um dos fatores que gera uma busca por um método de apuração mais veloz. (PETRE, 2015; PITHAN, KALSING e EICHLER, 2018; SOUSA RAMOS, 2018; VIEIRA, 2018; VU, 2014). Os jornalistas têm seu trabalho mensurado por algoritmos que quantificam e qualificam o grau de engajamento e de conversão de vendas (as matérias que mais levam leitores a assinar o conteúdo dos veículos).²⁹

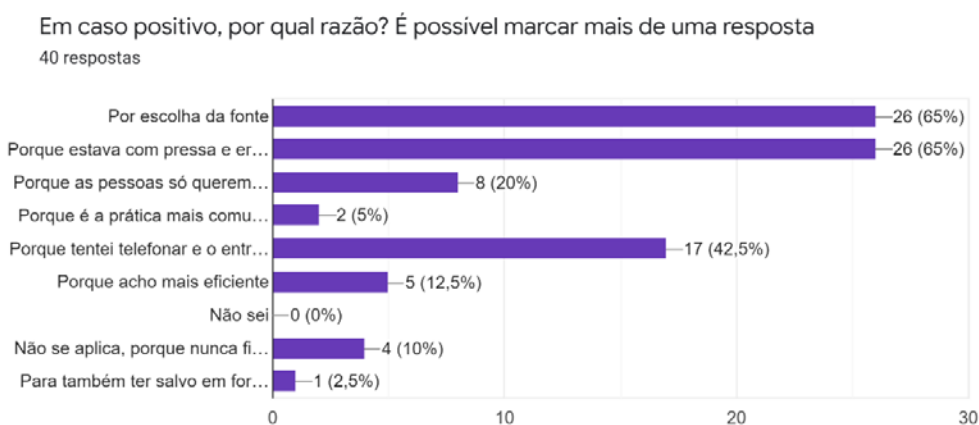
²⁸ A utilizar o conceito de plataformização, este trabalho obedece à definição dos pesquisadores Thomas Poell, David Nieborg e José van Dijck (2020), que explicam a plataformização como a infiltração da lógica e do processo econômico, social, infraestrutural e até governamental das plataformas digitais nos mais diversos setores da economia e das esferas da vida.

²⁹ Um dos efeitos da plataformização no jornalismo é a intensificação do uso de métricas criadas pelo marketing digital como parâmetro de produção e divulgação de notícias. Mecanismos para medir a venda de assinaturas e a audiência de um programa de TV ou de uma revista não são novidade. A diferença é a possibilidade de medição

Observa-se, também, hoje uma forte presença da apuração à distância e um crescimento do jornalismo sentado (NEVEU, 2004) entre as equipes, o que foi intensificado com a adoção do esquema de home office durante a pandemia de Coronavírus entre os meios de mídia brasileiros (MOREIRA e LIMA, 2020; FENAJ, 2020; FIGARO *et al*, 2020). O WhatsApp, ao permitir que o jornalista se comunique com mais pessoas em menos tempo, sem necessidade de deslocamento físico, compatibiliza-se com este esquema de trabalho que tem se espalhado pelo jornalismo.

Entre os respondentes que informaram ter feito uma entrevista inteira conversando somente por WhatsApp, as três justificativas que mais foram apresentadas para a decisão de apurar desta maneira estão relacionadas à falta de tempo para apuração e a uma maior disponibilidade (e até preferência) das pessoas, em geral, para se comunicar por meio do aplicativo: “por escolha da fonte” (esta razão foi apontada por 65%); “porque estava com pressa e era a forma mais rápida de acessar a fonte” (também foi assinalado por 65%) e “porque tentei telefonar e o entrevistado ou não atendeu ou não quis falar ao telefone” (42,5%) foram as explicações mais selecionadas entre a lista de oito frases apresentadas no questionário.

Gráfico 10: Motivos para entrevistas por WhatsApp



Fonte: Elaborado pela autora

em tempo quase real de quantas pessoas estão visualizando uma matéria num site de notícias, que temas estão atraindo mais assinantes e de onde vieram estes leitores (se do Google ou do Facebook), por exemplo. E o uso disso para a calibragem dos textos e pautas a serem oferecidos nos portais jornalísticos. (Vu, 2014; Pithan, Kalsing e Eichler, 2018).

Desde que foi lançado, em 2009, o aplicativo WhatsApp vem recebendo atualizações que têm ampliado os recursos de compartilhamento, gravação, manejo e criação de grupos de trocas de mensagens, entre outros instrumentos de comunicação por via digital. A criação do WhatsApp Web, em 2015, por exemplo, permitiu que os repórteres usassem a ferramenta em seus computadores e o aplicativo passou a ser mais uma aba aberta em suas telas de trabalho. Outro recurso importante foi o da criptografia de mensagens, anunciado em 2016, que prometeu proteger a comunicação entre usuários, mantendo o conteúdo restrito a quem envia e a quem recebe.³⁰ Este é, inclusive, um dos motivos da preferência de boa parte das fontes por conversar com repórteres via WhatsApp, segundo os entrevistados 05 e 28.

Pelo que se observou nesta pesquisa, os usos mais frequentes do aplicativo na rotina profissional jornalística são para o envio e recebimento de fotos, vídeos e documentos; a realização de entrevistas por meio de digitação das mensagens e a conversação com o entrevistado por chamadas de áudio (ligações pelo WhatsApp). Estas foram as opções mais apontadas pelos que responderam ao questionário. Por outro lado, poucos sinalizaram que costumam fazer entrevistas por meio de chamadas de vídeos, modalidade que permitiria ver o rosto de quem está do outro lado da tela e garantiria, em tese, uma maior segurança sobre com quem a mensagem está sendo trocada, além de viabilizar que as reações faciais do interlocutor fossem observadas.

A opção “Envio e recebo imagens e documentos para fontes” foi escolhida por 82,5% dos respondentes, ocupando a primeira posição, seguida da resposta “Faço entrevistas por meio de mensagens de texto” (80%), em segundo lugar, e “Faço entrevistas por meio de chamadas de áudio” (72,5%), em terceiro. O uso menos frequente pelos jornalistas é o de entrevistas por chamadas de vídeo (22,5%).

Na visão destes jornalistas, os chefes aprovam a utilização do WhatsApp na apuração de informações e no contato com fontes. Metade (50%) dos que responderam afirmaram que seus superiores têm uma visão positiva deste uso. Já 32,5% disseram que não sabem e 17,5% acharam que o uso é visto de forma neutra (nem positivamente, nem negativamente). Ninguém respondeu que o aplicativo é visto de forma negativa pelas chefias.

Solicitado o posicionamento pessoal (qual a avaliação dos profissionais sobre este uso do WhatsApp no processo de trabalho), opiniões negativas surgiram (10%). No entanto, os que encaram a adoção do WhatsApp nas rotinas produtivas de maneira positiva também

³⁰ Informações sobre a história e os recursos do WhatsApp: <https://www.whatsapp.com/> consultado em 30 de mar de 2022.

foram maioria neste caso: 67,5% pensam assim. Os que têm uma percepção neutra correspondem a 22,5% dos respondentes.

A pergunta seguinte previu respostas abertas e permitiu que fossem aferidas algumas impressões sobre como o WhatsApp vem interferindo no cotidiano de trabalho. Os jornalistas foram convidados a responder, com uma explicação, a seguinte questão: “Você já teve algum problema ao usar o WhatsApp para apurar uma matéria? Explique”. Como eram poucas respostas a serem analisadas, a pesquisadora fez uma contagem manual e verificou: Só onze jornalistas responderam que sim ou sinalizaram ter tido algum tipo de inconveniente, mesmo que não apontasse claramente os problemas.

Entre os que nunca tiveram nenhum problema, que formaram maioria (29 pessoas), houve poucos comentários. Um dos participantes defendeu que o uso do WhatsApp em vez de causar, evita transtornos, pois torna a comunicação mais segura tanto para o repórter, quanto para o entrevistado, porque o que é escrito/falado fica registrado no aplicativo:

Nunca tive problemas em usar o WhatsApp. Pelo contrário, acaba sendo uma prova de que o entrevistado realmente falou determinado assunto, embora, particularmente, prefira receber mais documentos por essa ferramenta. Outra coisa, por ser repórter investigativa, muitos entrevistados preferem falar via WhatsApp por meio de ligações. Eles se sentem mais seguros para que ninguém descubra quem passou o dado para o jornalista. O medo dele é de ser rastreado por escutas telefônicas. O uso do WhatsApp é muito interessante, dependendo da situação e do entrevistado. (ENTREVISTADO 28, 2021)

Na opinião de outro jornalista, o WhatsApp é a melhor forma de obter furos (informações exclusivas) atualmente. “É hoje o modo mais rápido, prático e eficiente de apurar e obter furos” (ENTREVISTADO 24, 2021). A seguir estão reproduzidas outras explicações dos que afirmaram não ter tido problemas:

Nunca tive problemas, mas prefiro outros meios para apurar notícias. (ENTREVISTADO 06, 2021)

Não. Mas o fato de ter que fazer backup do WhatsApp para não perder o que é apurado está me tomando mais espaço na nuvem. (ENTREVISTADO 12, 2021)

Os que mencionaram ter enfrentado alguma situação difícil por causa do aplicativo listaram exemplos que são mais relacionados a falhas técnicas, como a interrupção de sinal de internet e um áudio não gravado. Nenhum dos exemplos tratou de problemas como desmentidos de entrevistados sobre declarações publicadas ou ruídos de comunicação.

Às vezes, a conexão falha. (ENTREVISTADO 03, 2021)

Nada grave, no máximo alguns problemas com o áudio do entrevistado (ENTREVISTADO 27, 2021)

Um dos jornalistas afirmou ter dificuldade de falar com as fontes de outra forma, porque a maioria delas tem receio de conversar por ligações de celular, provavelmente por temer vazamentos de conteúdo.

Tive problema quando o WhatsApp ficou fora do ar, pois muitas fontes não confiam em ligações pela rede celular. Nessa ocasião, usei tanto o Telegram como o Signal. (ENTREVISTADO 05, 2021)

Outros apontaram como problema a qualidade e até o tempo das respostas obtidas via WhatsApp, o que, na visão destes respondentes, acaba atrapalhando o trabalho e gerando dificuldades.

A parte incômoda é quando a fonte não desenvolve muito as respostas, o que acaba atrasando ou prejudicando o trabalho. Quando a entrevista é ao vivo, acaba que temos como fazer mais perguntas tanto para obtermos uma resposta mais satisfatória quanto para tirarmos alguma dúvida. (ENTREVISTADO 07, 2021)
Sim, demora em retornos. Por telefone não existe essa fuga do retorno, de ignorar, não responder. Até o e-mail é mais eficiente. ENTREVISTADO 35, 2021)

Também houve quem indicasse a perda da privacidade como um inconveniente no uso do WhatsApp como instrumento de trabalho, demonstrando, na opinião da pesquisadora, um deslocamento do foco do real problema. “É o telefone pessoal. Ao mesmo tempo que é prático, perde-se um pouco a liberdade” (ENTREVISTADO 09, 2021). Pelo que se observa, para estes profissionais ouvidos na pesquisa, a falta de limites dos que enviam as mensagens a qualquer hora, sem respeitar o período de descanso do jornalista, é identificada como uma contrariedade da tecnologia (o aplicativo) e não das relações de trabalho ou do modo de vida 24/7 (Crary, 2017) em que todos estão inseridos. Dois jornalistas reclamaram do comportamento de assessores de imprensa (ou seja, de outros jornalistas), que, segundo eles, compartilham os números de telefone dos repórteres de forma desenfreada entre outros colegas assessores, gerando transtornos.

Sim, meu número passou a circular entre diversos assessores de imprensa que mandam sugestões e querem falar via whats. No entanto, meu número é pessoal.” (ENTREVISTADO 02, 2021)

O principal problema é o fato de usar um número pessoal. As fontes acabam passando o telefone umas pras (sic) outras, assim como os assessores de imprensa. E aí a gente recebe mensagens, áudios e chamadas em qualquer dia e horário, esteja trabalhando ou não (ENTREVISTADO 18, 2021).

Entre os estudos brasileiros sobre a adoção do WhatsApp nas empresas jornalísticas brasileiras, alguns abordam a falta de uma norma para o uso (BUENO e REINO, 2017;

BUENO et al, 2018) entre os profissionais de imprensa e as empresas de mídia. Pois as respostas aos questionários desta pesquisa mostram que na maioria das redações dos veículos representados nesta dissertação também não foram estabelecidas regras para a utilização do aplicativo durante o processo de trabalho: 82,5% responderam que não foi criada nenhuma norma/manual para uso do WhatsApp como ferramenta de apuração na empresa; 15% responderam que não sabem se existe algum critério e apenas 1% afirmou que sim, há uma regra.

4.3.2 Vantagens e desvantagens do WhatsApp indicadas pelos jornalistas

A intensificação do uso do WhatsApp não eliminou outras formas de contato com as fontes, mas, ao comparar a entrevista via aplicativo com outros métodos de entrevista (por telefone, por e-mail e presencial), os jornalistas do Rio de Janeiro que participaram desta investigação entendem que conseguem apurar mais rápido e têm mais facilidade de travar contato com pessoas mais inacessíveis por meio do recurso de comunicação digital.

Eles foram instados a citar a vantagem e a desvantagem do aplicativo na conversação e coleta de informações, o que se perde e o que se ganha em comparação com as outras modalidades. A maioria das respostas apresenta entre as vantagens o WhatsApp tornar a comunicação mais rápida, ágil e direta (31 frases contêm palavras e expressões associadas à ideia de rapidez, agilidade, velocidade e instantaneidade, segundo análise da autora).

Um ponto que também foi frisado em diversas respostas foi que o aplicativo traz facilidade de acesso, contato ou comunicação com as fontes, permitindo que eles consigam entrevistar alguém que não estaria acessível de outra maneira. Para compreensão do teor desses relatos, foi utilizada Análise de Conteúdo, realizada na ferramenta de contagem e formação de nuvens de palavras Word Art (wordart.com)³¹, o que permitiu observar que a ideia de mais rapidez de contato com a fonte se sobressaiu em relação às outras. Após a contagem inicial das palavras, foi feita uma limpeza, com retirada de artigos, preposições e termos conectivos, e a partir daí a nuvem foi criada (figura1) As cinco palavras mais citadas aparecem na seguinte ordem: rapidez e fonte (empatadas em 1º lugar), mais (2º lugar), não (3º lugar), resposta (4º lugar).

³¹ Disponível em <https://wordart.com/create> Acessado em 04.abr.2022.

Figura 1: Vantagens mencionadas no uso do WhatsApp



Fonte: Elaborado pela autora

Segundo um dos respondentes, a maior vantagem é “rapidez e flexibilidade de respostas. O entrevistado pode responder conforme a disponibilidade dele, diferentemente de uma ligação convencional.” (ENTREVISTADO 11, 2021).

A rapidez na obtenção das respostas também foi apontada pelo participante 22, que acrescentou como benefício a mensagem ficar gravada. Há “rapidez nas respostas, facilidade para registrar exatamente o que foi dito pela fonte, evitando aquela situação de ‘não foi isso o que eu disse’.” (ENTREVISTADO 22, 2021)

O entrevistado 16 acha que o aplicativo “Torna mais flexível e facilita o acesso a fontes, que respondem durante reuniões, em viagem a outros países, em trânsito, em horários distintos. Facilitou o contato especialmente quando todos estavam em trabalho remoto, fora do escritório”. (ENTREVISTADO 16, 2021)

Ao citar a desvantagem, os jornalistas revelaram perceber prejuízos à qualidade da informação apurada (apelando para frases e palavras que remetem a preocupações com uma possível falta de profundidade e de espontaneidade na comunicação via WhatsApp), além de um receio de que a comunicação feita desta forma esteja mais sujeita a ruídos, o que poderia gerar mal-entendidos e erros na publicação das notícias.

Numa conversa pessoalmente ou por telefone, por exemplo, a entrevista flui de maneira muito mais natural do que através de um texto via Whatsapp, por exemplo, garantindo um conteúdo melhor, dependendo da profundidade da pauta (ENTREVISTADO 38, 2022).

Jornalistas lamentaram, de formas variadas, a perda de um contato presencial ou até mesmo por telefone. Para alguns profissionais a capacidade de observação das reações faciais, dos gestos ou do tom de voz, e a possibilidade de fazer perguntas fora do script foram anuladas em troca da rapidez do contato via WhatsApp. Para um dos participantes, é muito desvantajoso “não estar entrevistando em tempo real para “tirar do entrevistado” mais informações ou ainda sanar alguma dúvida. (ENTREVISTADO 07, 2021). Outro jornalista, por sua vez, acha que a narrativa jornalística fica menos “humana” porque pelo WhatsApp o repórter não consegue captar os sentimentos e as emoções das pessoas (ENTREVISTADO 02, 2021). Na avaliação do respondente 18, o uso do aplicativo gera uma conversa pouco comprometida, com “falta de concentração na entrevista de ambos os lados, entrevistado e entrevistador: não raro, ambos estão fazendo outras coisas simultaneamente, em vez de estarem totalmente concentrados no tema e na conversa (ENTREVISTADO 18, 2021). Enquanto um outro profissional lamenta a falta de “riqueza de detalhes do contato face a face”, acrescentando que o WhatsApp “não permite pegar a fonte de surpresa para responder questionamentos” (ENTREVISTADO 13, 2021).

O contato é mais ligeiro, abrevia o relacionamento ou impede algumas vezes uma conversa com mais profundidade (ENTREVISTADO 16, 2021)

Mais uma vez queixas sobre a perda de privacidade e a invasão do espaço e do tempo de descanso do profissional surgiram nas falas dos jornalistas. Entre as desvantagens listadas, as mensagens que costumam receber em seu smartphones mesmo quando já estão fora do horário de trabalho também foram pontuadas.

Perdemos a espontaneidade e naturalidade das conversas diretas e por tel (sic), por onde entendemos o personagem melhor e conseguimos informações em off. Para o jornalista, tb (sic) há a perda de tempo de folga. (ENTREVISTADO 39, 2022)
Inconveniência em horários que não estou trabalhando (ENTREVISTADO 34, 2022)

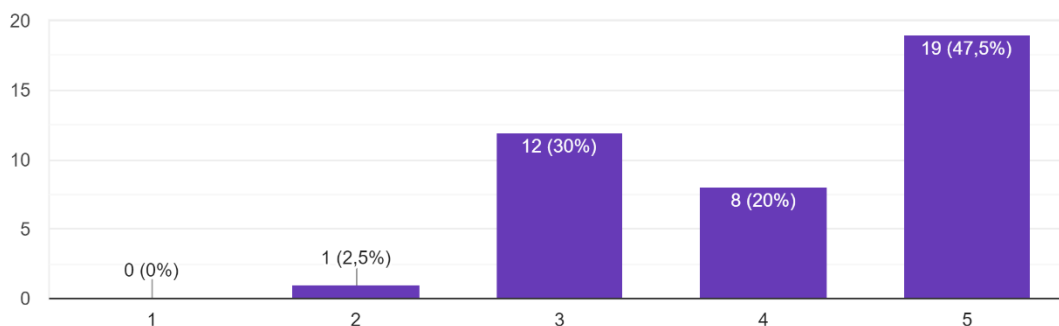
As declarações dos jornalistas de redação demonstram uma dose de desconforto na relação com assessores de imprensa. A desvantagem citada pelo entrevistado 02 é bem emblemática desta situação: “Ser incomodada por assessores de imprensa a qualquer hora do dia.” (2021, APÊNDICE B)

Muitas assessorias estão enviando releases em massa pelo zap. Isso me incomoda (ENTREVISTADO 24, 2021)
A abordagem excessiva de assessores para follow up (ENTREVISTADO 09, 2021)

Gráfico 11 : O WhatsApp substitui a ligação telefônica

Eu uso mais as funções do WhatsApp do que a ligação telefônica convencional para conversar com fontes durante o meu dia de trabalho com mu...al seu grau de concordância com esta afirmação?

40 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Ao usarem o WhatsApp no processo de apuração, boa parte dos jornalistas entrevistados preferem se comunicar por mensagens escritas, tanto para enviar as perguntas, quanto para receber as respostas. Para estes profissionais, a comunicação redigida traz vantagens associadas à praticidade, como a possibilidade de pesquisar um assunto por palavra no WhatsApp no aplicativo, e à rapidez, como o fato de lhes poupar tempo na hora de reproduzir, já que não há necessidade de transcrever o áudio, bastando copiar as “aspas” do entrevistado e colar no texto a ser publicado no jornal ou no site.

Alguns consideram que a chance de o receptor da mensagem compreender as perguntas e respondê-las mais rapidamente é maior quando ele lê as palavras no aplicativo, diminuindo os riscos de interpretações equivocadas. É o caso do respondente 8: “Prefiro escrever, para me certificar de que todos os detalhes sejam captados pelo entrevistado” (ENTREVISTADO 08, 2021).

E há os que apostam que a chance de a fonte ver e responder aumenta quando a mensagem está escrita, porque ela pode ser lida em qualquer lugar e a qualquer momento, sem necessidade de que o receptor interrompa outra tarefa para decodificá-la, como ocorre com os áudios.

Prefiro sempre escrever. Muita gente não gosta de áudio e outras tantas não podem ouvi-lo naquele momento por estarem em reunião, por exemplo. A mensagem escrita acaba sendo mais ágil. (ENTREVISTADO 15, 2021).

Com uma rotina de trabalho intensa, que os obriga a cumprir diversas pautas diárias, os jornalistas também deixaram claro nas respostas que, apesar de ter suas preferências, na prática optam pelo que for mais conveniente para a fonte. O importante é que ela responda e rápido. O entrevistado 11, por exemplo, gosta de gravar áudio, por pensar que “a explicação acaba ficando mais clara”. Mas se adapta às escolhas do interlocutor: “sempre pergunto o que o meu entrevistado prefere, se áudio ou texto” (ENTREVISTADO 11, 2021). A mesma preocupação em facilitar o contato com a fonte é demonstrada pelo entrevistado 07, que opta por escrever porque pensa que assim o contato fica mais formal e porque “nem sempre a fonte está em um lugar/situação em que ela possa ouvir áudios”. Os entrevistados 14, 19, 29 também disseram que pensam no entrevistado na hora de decidir como enviar as perguntas.

Prefiro escrever e deixar a outra pessoa escolher se responde por escrito ou áudio. Acho que com as perguntas escritas tenho mais segurança de que a pessoa vai ler mais de uma vez e entender exatamente o que foi perguntado. (ENTREVISTADO 14, 2021).

Escrevo. Depois, para consultar uma informação da conversa, é bem mais fácil pesquisar. Além disso, áudio toma mais tempo da fonte, que ainda por cima pode demorar mais a ter condições de ouvi-lo. Uma mensagem de texto ela pode ler até no meio de uma reunião enfadonha (sic) permita. (ENTREVISTADO 19, 2021).

Prefiro escrever porque é mais fácil a fonte ler as perguntas do que ser obrigada a ouvir um áudio de alguns minutos. (ENTREVISTADO 29, 2021).

A preocupação com a clareza das perguntas e das respostas é um fator que influencia a escolha por áudios ou textos no WhatsApp. As perguntas escritas, para a maioria dos jornalistas ouvidos, são mais fáceis de serem compreendidas pelos entrevistados. O jornalista 8 gosta de escrever as perguntas para se certificar de que “todos os detalhes sejam captados pelo entrevistado” (ENTREVISTADO 08, 2021). Outros jornalistas também verbalizaram a preocupação com o entendimento das perguntas:

Prefiro escrever, por garantia de que o perguntado está da maneira que elaborei e, assim, evitar ao máximo quaisquer respostas enviesadas. (ENTREVISTADO 21, 2021).

Alguns exemplos de declarações que justificam a preferência por receber retornos por escrito ajudam a entender em que medida o WhatsApp tornou-se um facilitador para o repórter multitarefa. O respondente 04 disse que, numa entrevista via aplicativo, prefere as respostas por escrito porque é “Mais fácil e rápido de aproveitar na matéria.” O respondente 05 também apresentou uma explicação que demonstra que ele adota o método para tentar dar conta de se enquadrar nos novos intervalos e ritmos exigidos pelo mercado jornalístico da era digital. Ele diz que prefere a mensagem escrita “definitivamente”, porque, “poupa tempo na

hora de escrever o texto, pois o áudio dá mais trabalho para descobrir onde está a informação que pretendo usar, além de ter que decupar o conteúdo” (ENTREVISTADO 05, 2021).

Os entrevistados 31 e 32 são bem diretos: o 31 gosta de receber respostas por escrito “para não ter que decupar”, o 32 “para agilizar a apuração e não precisar transcrever os áudios”. Isso também se pode afirmar do entrevistado 37, para quem “Por escrito é melhor pq (sic) posso simplesmente copiar”.

Mais uma vez os profissionais sinalizaram preocupação com a qualidade da apuração, principalmente os jornalistas que afirmaram preferir ouvir as fontes nos áudios de WhatsApp. O jornalista 40 deu sinais de que valoriza a espontaneidade na conversação e de estar ciente das limitações da comunicação à distância por aplicativo, optando por “receber as respostas por áudio porque a fonte adota um comportamento mais natural, podendo soltar mais informações do que o normal”. O jornalista 10, no entanto, diz que, dependendo do tema, o áudio ou a mensagem escrita podem ser mais adequados. “Se for algo muito técnico, por escrito é melhor. Mas, em geral, por voz é melhor para ter as entonações do entrevistado que poderão fazer diferença na matéria.”

Para evitar respostas lacônicas e superficiais, que poderiam prejudicar a elaboração do texto noticioso, os repórteres indicaram que o áudio garante mais espontaneidade e fluidez à conversação, o que ajudaria na etapa de escrita da reportagem.

(...) Se é só um bate papo, prefiro por escrito. Mas se é entrevista, se a pessoa está respondendo perguntas de uma entrevista, prefiro por áudio para garantir o mínimo de espontaneidade (ENTREVISTADO 15, 2021).

Tanto faz, mas geralmente as mensagens de áudio vêm acompanhadas de um conteúdo mais fluido e natural - mesmo com a decupagem que precisa ser feita depois. (ENTREVISTADO 38, 2022).

Áudio, pela maior semelhança com o discurso da fala, sem preparo do texto (ENTREVISTADO 35, 2022).

Pressionados a cumprir as pautas num intervalo de tempo cada vez mais curto, os jornalistas renderam-se às facilidades do WhatsApp, mas muitos não perderam o senso crítico. Pelas respostas dadas à questão 16, observa-se que a maioria tem consciência de que há perdas na comunicação à distância, como o afastamento dos repórteres das ruas, uma tendência a entrevistas superficiais, com respostas pouco aprofundadas e, por vezes, resumidas, e uma espécie de blindagem da fonte, que pode escapar com mais facilidade das perguntas indesejadas, seja ignorando-as, seja, contornando-as.

Há tendência maior a avaliar que o WhatsApp encurta e agiliza o caminho até os entrevistados, permitindo que eles sejam alcançados em ambientes e situações antes fechadas

aos repórteres. Mas, apesar de a avaliação mais citada ser a que exalta características positivas, como se vê no quadro a seguir, as outras quatro frases mais escolhidas têm conotação negativa.

Tabela 1: Razões de uso do WhatsApp pelos jornalistas

As cinco frases mais frequentes para avaliar a apuração por WhatsApp
Facilita o trabalho, ao permitir o acesso mais rápido e direto às fontes. (85%)
Torna a entrevista mais pobre, ao não permitir que o repórter veja as reações do entrevistado. (72,5%)
Diminuiu bastante a frequência com que os repórteres fazem coberturas presenciais (55%)
É um mal necessário (47,5%)
Deixa a fonte mais blindada a perguntas que ela não quer responder (40%)

Fonte: Elaborada pela autora

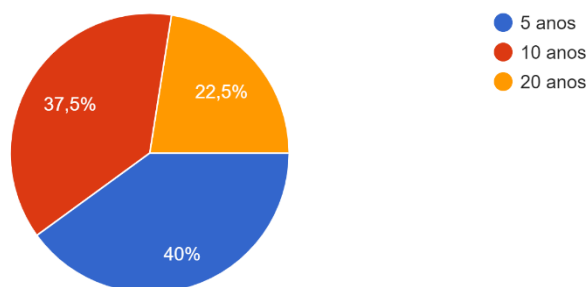
4.3.5 O que pensam os jornalistas sobre transformações no modo de trabalho e os reflexos na identidade profissional

Os jornalistas participantes desta pesquisa circulam menos pela cidade durante o trabalho de apuração, mas eles têm a sensação de estar mais cansados e sobrecarregados. Eles também vêm constatando as alterações no modo de fazer jornalismo nas redações do Rio de modo muito acelerado, principalmente a partir de 2016. Para 40% deles, as mudanças no processo de trabalho nestas redações ocorreram principalmente nos últimos 5 anos. Outros 37,5% afirmaram ter sentido as variações nos últimos 10 anos. Enquanto 22,5%, afirmaram ter observado as modificações ao longo dos últimos 20 anos.

Gráfico 12: Percepção de mudança nas rotinas de trabalho

Na sua percepção, o processo de trabalho nas redações vem mudando nos últimos...

40 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Na opinião dos jornalistas, a aderência às ferramentas digitais no universo das redações, mais especificamente ao WhatsApp, trouxe uma série de implicações práticas: passou a ser possível (e exigido) que eles apurassem mais rapidamente e publicassem as matérias com mais agilidade; as saídas com as equipes e carros de reportagem foram reduzidas, as reportagens sofreram adaptações na forma e conteúdo; as fontes e chefias puderam ser acessadas (e acessá-los) com mais facilidade e as horas de trabalho ficaram ainda mais extensas, ocorrendo um apagamento da fronteira entre a vida privada e vida profissional. Uma das respostas é uma “coletânea” das principais impressões:

Maior pressão para produzir mais em menos tempo; aumento do número de matérias com conteúdo superficial; distanciamento de fontes tradicionais, profissionais mais antigos que, por vezes, não interagem muito bem com as novas ferramentas e deixam de participar de uma entrevista; reportagens mais "frias", que não incluem, por exemplo, a descrição dos ambientes onde se encontram os entrevistados nem suas expressões faciais e reações durante a entrevista. (ENTREVISTADO 22, 2021)

Em relação ao paradigma das redes sociais digitais, os jornalistas têm o entendimento de que estão trabalhando por períodos mais longos e de que estão à disposição da notícia 24/7 (CRARY,2014). Para o entrevistado 27, por exemplo, há um uso indiscriminado do tempo livre dos profissionais para o trabalho: “Por estarmos sempre disponíveis no telefone celular, acabamos estendendo muito os horários de trabalho” (ENTREVISTADO 27, 2021). O entrevistado 20 diz ter a sensação de estar “trabalhando 24 horas por dia”, à medida que as ferramentas permitem acessá-lo a qualquer momento e em qualquer lugar.

Num claro contraponto à ideia de jornalismo como missão, que exige sacrifícios pessoais e dedicação integral ao ofício, retratada e discutida em obras que abordam a identidade profissional (TRAVANCAS, 1992; LAGE 2001; LOPES, 2013; VIEIRA, 2020; TRAQUINA, 2004), na segunda década do século XXI jornalistas do Rio de Janeiro ouvidos nesta pesquisa reclamam de se sentirem invadidos e sobrecarregados pelos novos esquemas de trabalho possibilitados pelo uso do WhatsApp no mundo jornalístico.

As pessoas não respeitam horários, mandam mensagem quando querem, se acham íntimas por terem meu número (ENTREVISTADO 02, 2021)
 Por um lado, facilita, devido as respostas rápidas das fontes. Por outro, sobrecarrega, pois tanto chefes quanto assessores agem como se o repórter estivesse sempre disponível e não possuísse vida pessoal. (ENTREVISTADO 07, 2021)
 Facilita a interação com equipe, assessores e entrevistados, mas prejudica a vida pessoal, pois o telefone fica sempre cheio de mensagens sobre o trabalho o tempo todo. (ENTREVISTADO 20,2021)
 Passei a produzir matérias com mais velocidade. Ou seja, passei a trabalhar mais. (ENTREVISTADO 40, 2022,)

Como pontos positivos, agilidade e facilidade no trabalho. No entanto, o uso excessivo de algumas ferramentas digitais internamente (chefia x repórter) acaba sobrecarregando o funcionário e o levando a trabalhar fora do horário de expediente. (ENTREVISTADO 11, 2021,)

Seguindo parâmetros do jornalismo on-line, baseado na mentalidade do tempo real, o profissional fica dividido entre a obrigação de apurar rápido e cumprir a pauta com presteza ou o dever de dedicar-se mais tempo à apuração e correr o risco de atrasar a entrega da reportagem e ser considerado lento. Nas falas dos participantes, as oposições precisão X erro; agilidade x superficialidade aparecem em vários momentos.

Agiliza o trabalho, mas, eventualmente, pode torná-lo mais superficial. (ENTREVISTADO 15, 2021)

Os jornalistas quase não vão para rua e, como as chefias querem mais volume de matérias para publicar nos sites, a apuração fica mais pobre. Ao mesmo tempo que, na pandemia, foi uma ferramenta fundamental porque foi necessário manter o distanciamento. Era uma forma de termos a matéria, bem ou mal. (ENTREVISTADO 28, 2021)

Amplia a quantidade de coisas que são feitas ao mesmo tempo, o que exige mais atenção e concentração. (ENTREVISTADO 30, 2021)

O contato é mais ligeiro, abrevia o relacionamento ou impede algumas vezes uma conversa com mais profundidade (ENTREVISTADO 16, 2021)

Facilita o trabalho remoto, o que ficou bem claro na Pandemia. Permite maior acesso a fontes que antes se blindava mais, especialmente políticos. Do aspecto negativo, tem potencial de resultar numa entrevista mais pobre (ENTREVISTADO 20, 2021)

Tudo ficou mais rápido e urgente. Isso gera maior risco de erros (ENTREVISTADO 24, 2021)

A democratização do contato com as fontes, apontada como um dos impactos deste mundo de sujeitos conectivos (SOUZA, 2009, p.4) pelos jornalistas, vem gerando mudanças no perfil profissional. Para alguns dos respondentes, as TICs deram maior autonomia ao jornalista na busca por documentos e deixaram todos os apuradores em pé de igualdade, independentemente do tempo de profissão e experiência.

Sinto que isso facilita, principalmente para quem está começando e ainda não tem tanta proximidade com as fontes. Democratiza o acesso a elas (ENTREVISTADO 14, 2021).

Maior facilidade de apuração de dados sem depender de arquivos ou depender da assessoria se estiver na nuvem (ENTREVISTADO 23, 2021).

A digitalização melhorou o acesso às informações, a agilidade para pesquisas e para abordar algumas fontes (ENTREVISTADO 09, 2021)

As redes sociais e ferramentas digitais facilitaram o processo de apuração. É bem mais fácil descobrir algo que está acontecendo ou uma tendência do momento. (ENTREVISTADO 20, 2021)

A principal mudança é o acesso a grandes bancos de dados pela Internet. Com o avanço da Internet e da digitalização, esse acesso, antes mais centralizado, burocrático e demorado, se tornou mais rápido, fácil e descentralizado. Exemplo: até a virada dos anos 2000, se eu quisesse pesquisar reportagens já publicadas sobre determinado tema, teria que contar com arquivos privados (dos veículos) ou públicos, centralizados, cuja qualidade seria proporcional ao investimento de capital (o arquivo

central do Estadão era melhor do que de um jornal regional de médio porte; a seção de periódicos da BN é mais acessível a quem mora no Rio). Hoje, uma pesquisa simples num site de busca me leva as principais reportagens publicadas sobre praticamente qualquer coisa. (ENTREVISTADO 30, 2021)

A diminuição nas saídas das equipes para apuração das pautas de forma presencial foi motivo de reclamação e até saudosismo para alguns respondentes, demonstrando incômodo com a falta de mobilidade e de um contato mais pessoal com os entrevistados. O respondente 04 diz a diminuição de “idas à rua para entrevistas”, tornaram “as matérias um pouco sem clima”. O entrevistado 25 lamenta ter “menos contato com as fontes”. Já o entrevistado 36 acha que “O presencial é indispensável. Você não vê reações pelo WhatsApp”.

Os jornalistas quase não vão para rua e, como as chefias querem mais volume de matérias para publicar nos sites, a apuração fica mais pobre. Ao mesmo tempo que, na pandemia, foi uma ferramenta fundamental porque foi necessário manter o distanciamento. Era uma forma de termos a matéria, bem ou mal (ENTREVISTADO 28, 2021).

Impacta no conteúdo. Eu acho mais pobre. Ainda prefiro evitar e utilizar o WhatsApp somente para contatos/agendamentos/falar com assessorias, e ainda dou preferência ao e-mail (ENTREVISTADO 35, 2022).

O respondente 05 avalia como positiva a possibilidade de disparar as perguntas para vários entrevistados ao mesmo tempo.

Acho que a quantidade de informações por dia acaba sendo muito maior por WhatsApp, porque é muito rápido disparar mensagens para várias fontes diferentes. Se tivesse que ligar para cada uma, tomaria uma parte muito maior do meu tempo (ENTREVISTADO 05, 2021).

Dois jornalistas disseram que encaram a tecnologia apenas como mais uma forma de apurar:

Não vejo vantagem. É apenas um meio de comunicação que vem sendo mais usado no momento. (ENTREVISTADO 13, 2021)

Não vejo muitas vantagens, mas também não vejo ônus. Só mais uma forma de apurar, embora eu prefira presencialmente. (ENTREVISTADO 06, 2021).

Tanto para os mais jovens e recém-chegados ao mercado de trabalho, quanto para os mais velhos e experientes, a entrada (e a normalização do uso) das redes sociais e das tecnologias digitais no ambiente das redações (com destaque para o WhatsApp) é percebida como um marco de mudança desde o início de suas carreiras. Para os jornalistas com mais de 10 anos de profissão (que correspondem a 70% dos entrevistados), este foi um ponto de virada de chave, que simbolizou um período de transição em que foi exigida a adesão destes profissionais aos novos modos e instrumentais de comunicação e abandono progressivo dos antigos: os blocos de papel foram sendo substituídos pelos blocos de notas digital; por

exemplo, e os aparelhos gravadores de voz foram trocados pelos aplicativos de gravação dos telefones celulares. Para contextualizar as respostas, neste trecho do capítulo a idade dos jornalistas e o tempo de profissão serão informados junto com as opiniões de cada participante.

O respondente 12, que tem idade entre 56 e 60 anos, mais de 25 anos de profissão e trabalha como produtor de conteúdo, recorda-se dos tipos de tecnologia que usou ao longo da carreira para exemplificar as mudanças pelas quais passou.

Bom, tenho mais de 35 anos de profissão, portanto, iniciei minha carreira ainda no tempo dos telefones fixos, das máquinas de escrever e dos gravadores de fita cassete. O timing era outro e as redações tinham equipes maiores. O profissional não era "multitarefa". Tinha mais tempo de apuração. Em compensação, a tecnologia e o mundo de dados facilitou (sic) muito a pesquisa. Hoje temos o mundo nas mãos, literalmente. Só lamento que o sucateamento das redações no Brasil tenha levado a um jornalismo mais superficial e muito repetitivo. Estou me referindo a chamada grande imprensa (ENTREVISTADO 20, 2021).

Visão semelhante tem o jornalista 16, repórter, outro veterano (idade entre 41 e 45 anos e tempo de profissão entre 20 e 25 anos), para quem a pandemia de Coronavírus acelerou os processos de comunicação à distância que já se inseriam nas redações.

A internet revolucionou as pesquisas e preparações para pautas. Ainda sou da época de pesquisa em papel no acervo da redação. Acho que a pandemia provocou uma segunda revolução, com essa aproximação digital de jornalistas e fontes. O home office sacramentou o contato com fontes, assessores de imprensa e órgãos de governo diretamente pelo celular, em vez de telefone corporativo. Empresas, instituições e órgãos de governo têm listas de WhatsApp para distribuição de notícias diretamente aos setoristas (ENTREVISTADO 16, 2021).

Na avaliação de um repórter, idade entre 36 e 40 anos, 10 a 20 anos de profissão, esta virada digital facilitou o contato com as fontes de informação, mas, por outro lado, aumentou o risco de o jornalista cometer erros. Em meio a tantas adaptações, há, ainda os novos modelos de conteúdo. “A digitalização dos processos deixou tudo mais rápido e gera desafios de criar conteúdos diferentes para os leitores. Não é só texto mais. Tem que pensar em novas formas” (ENTREVISTADO 24, 2021).

A todas estas alterações no uso de dispositivos corresponderam modificações no ambiente e nas rotinas profissionais, como o cessar dos toques dos aparelhos de telefone nas redações no horário do fechamento do jornal (algo semelhante ao que aconteceu quando as barulhentas máquinas de escrever foram substituídas por silenciosos computadores), e a

diminuição das saídas das equipes nos carros de reportagem, à medida que os repórteres passaram a apurar mais à distância, sem tantos deslocamentos.

Um repórter com menos de 5 anos de carreira e idade entre 25 e 35 anos observou a redução do número de profissionais em seu entorno na redação e uma diminuição da presença dos repórteres nos locais das pautas nos últimos tempos.

Sou nova na profissão, mas desde que comecei a trabalhar em redações percebi a diminuição das saídas para apurar ou acompanhar uma pauta. Hoje em dia, podemos fazer tudo por telefone. Desta forma, parte dos editores evita a todo custo liberar o repórter para fazer algo na rua, para otimizar o tempo e fazer com que tenha mais mão de obra na redação (ENTREVISTADO 20, 2021).

Outro repórter, idade entre 36 e 40 anos, e 10 a 20 anos de jornalismo, também citou o aumento do método de apuração à distância como uma das principais mudanças na profissão, o que, para ele, é resultado dos novos modos de fazer jornalismo, principalmente por meio das TICs. “Hoje, não precisamos necessariamente apurar as pautas in loco. Muito do que fazemos é apurado por telefone/WhatsApp e, no meu caso; que faço os jornais XX do XX, com fotos de divulgação” (ENTREVISTADO 04, 2021).

Para os profissionais que ingressaram na carreira jornalística há menos de 10 anos, que correspondem a 30% por cento dos entrevistados, a mudança nem sempre é sentida, como mostra a declaração do entrevistado 14, um repórter com menos de 5 anos de profissão, e menos de 25 anos de idade: “Entrei há pouco tempo, então já faço parte da mudança”. Considerados nativos digitais, eles saíram das universidades familiarizados com o uso das redes sociais, dos dispositivos (smartphones, tablets etc) e, principalmente, habituados a digitar mensagens com os polegares nos teclados dos celulares, algo que os jornalistas da chamada “velha guarda” tiveram que aprender quando já estavam há mais tempo no exercício da profissão.

Na década de 1990, por exemplo, quando havia necessidade de adiantar o material numa pauta externa, o comum era que os textos fossem ditados pelos repórteres por telefone, para que algum outro profissional que estivesse a redação (um outro repórter ou um redator) anotasse e digitasse o texto no programa de edição do computador. Na primeira década do 2000, com a amplificação do uso da internet nos jornais cariocas, os profissionais passaram a enviar os textos por e-mail dos telefones celulares disponibilizados pelas empresas. Num segundo momento, com a chegada do WhatsApp, o aplicativo também passou a ser usado com esta finalidade.

Um repórter com idade entre 25 e 35 anos, diz que viu pouca novidade desde que começou: “Entre há 5 anos e não vejo muitas mudanças. Redes sociais e aplicativos de mensagens já eram amplamente utilizados. Talvez o Twitter tenha se tornado uma ferramenta ainda mais utilizada” (ENTREVISTADO 29, 2021). Outro repórter, também com menos de 5 anos de carreira e idade entre 25 e 35 anos, destacou que a apuração não presencial já se tornou usual: “A possibilidade de trabalhar à distância é cada vez mais facilitada pela tecnologia” (ENTREVISTADO 32, 2021).

Um editor, de 41 a 45 anos, 10 a 20 anos de profissão, avalia que as novidades levaram a uma adaptação do tipo de jornalismo produzido, um modelo que privilegia o uso de declarações (chamadas de “aspas”, no jargão jornalístico), mais fáceis de serem coletadas nas redes. Para ele, hoje o que se tem são “Menos entrevistas, muitas declarações por assessorias e fontes blindadas.” (ENTREVISTADO 06, 2021).

Na visão de outro editor, com mais de 25 anos de imprensa e idade entre 46 e 50 anos, está havendo, inclusive mudanças no perfil dos repórteres mais jovens:

Acho que os mais jovens (não todos, pois não se pode globalizar) se tornaram mais preguiçosos em uma apuração. Deveria aproveitar a internet também como forma de consulta e aprimoramento. Muitos jornalistas, da geração do Twitter, não aprimoram a escrita, neste caso, os que trabalham em jornais, revistas e sites (ENTREVISTADO 33, 2022)

Sob a perspectiva dos trabalhadores da imprensa ouvidos na pesquisa, houve forte aceleração do tempo de produção da notícia, crescimento do modo de apuração à distância, precarização das relações de trabalho e corte excessivo do número de jornalistas nas redações. Por outro lado, ocorreu expansão da capacidade de pesquisa de informações, agilização e facilitação nos processos de apuração e o surgimento da sensação de que agora é possível alcançar distâncias até então intransponíveis, mesmo que numa visita virtual.

A piora nos níveis salariais e o aumento da carga de trabalho foram apontados como mudanças negativas destes novos tempos de jornalismo on-line, redes sociais e comunicação por WhatsApp. Estes tópicos foram expostos, diretamente ou transversalmente, em pelo menos treze das quarenta respostas quando o tema mudança profissional foi abordado. A precarização do jornalismo foi, inclusive, relacionada a um esvaziamento dos conteúdos e a uma queda na qualidade do que é apurado e redigido, segundo a visão de alguns participantes da pesquisa, como um produtor de conteúdo, que tem entre 51 e 55 anos de idade, 20 a 25 anos de carreira:

Quando comecei a atuar como jornalista, no final dos anos 1980, a máquina de escrever era a principal ferramenta de produção nas redações, assim como o telefone fixo para apuração. A "revolução" no modo de trabalho do jornalista começou, portanto, bem antes da Internet ser popularizada no Brasil, o que só aconteceu em meados de 1990. Com a entrada das "máquinas" e, em seguida, da Internet, e ainda mais recentemente, das redes sociais e ferramentas digitais, observei o surgimento da "juniorização" das redações. De repente, o jornalista mais valorizado deixou de ser aquele mais experiente, com mais fontes e que circulava pelos lugares onde estava a notícia. Passou a ser imprescindível mesmo o jovem que "sabe mexer" com tecnologia. E que, sem experiência de vida e como profissional, também aceita ganhar menos e fazer mais. Esse movimento tem avançado continuamente. (ENTREVISTADO 22, 2021).

Este entendimento de que uma das principais transformações no jornalismo foi justamente o corte nas equipes de jornalistas é compartilhado por gerações. Na visão de um repórter, que tem entre 10 e 20 anos de carreira, e idade entre 36 e 40 anos, há “acúmulo de funções, sobrecarga de trabalho, aumento de cobrança por resultados (no digital, principalmente) sem aumento de salário” (ENTREVISTADO 04, 2021). A noção é a mesma para outro repórter com mais de 25 anos de jornalismo: “Com as redações precarizadas, falta tempo para uma apuração mais aprofundada. Há muito trabalho para pouca mão de obra” (ENTREVISTADO 16, 2021). Para um repórter com idade entre 25 e 35 anos, há entre 5 e 10 anos na profissão, houve “diminuição da força de trabalho e precarização das redações. Menos jornalistas em todas as áreas” (ENTREVISTADO 19, 2021). Outro repórter, com mais de 25 anos de profissão, idade entre 51 e 55 anos, resume: “Faz-se mais em menos tempo” (ENTREVISTADO 27, 2021).

O jornalista destes tempos das redes sociais é multitarefa e produz conteúdo para diversos formatos e canais: vídeos, textos, fotogalerias, podcasts. Os mais jovens se enquadram com maior rapidez e facilidade; os mais velhos, sofrem com mais um rearranjo. É o caso do repórter com mais de 25 anos de profissão e idade entre 51 e 55 anos:

Comecei com máquina de escrever e fotógrafo levava um laboratório para revelar filme e perdia horas para transmitir. Furo era para o dia seguinte. Hoje escrevo no celular, remotamente, e fotos são instantâneas. É mais cansativo processar tanta informação e ainda editar e postar matérias. O risco de erro é maior. Por outro lado, proliferaram novas plataformas de notícias. Outra coisa que dificultou é a necessidade de mais checagem por causa da fake News. Além disso com lives, podcasts e outras ferramentas acabou o limite do que é trabalhar em TV, jornal e rádio (ENTREVISTADO 23, 2021).

O entrevistado 22, produtor de conteúdo com mais de 20 anos de carreira e idade entre 51 e 55 anos, sente que há uma “desvalorização do profissional mais experiente, que não tem tanta facilidade de lidar com as novas tecnologias.” O uso de métricas e algoritmos para seleção das notícias e para avaliação das reportagens, uma realidade nos veículos de imprensa

do Rio, também incomoda alguns jornalistas. Para o entrevistado 39, repórter, com idade entre 36 e 40 anos e tempo de profissão entre 20 e 25 anos, “a qualidade das notícias caiu muito pela corrida por cliques”.

A opinião de um repórter, com idade entre 25 e 25 anos e tempo de profissão de 10 a 20 anos. é outro exemplo:

O “algoritmo” está deixando o trabalho mais superficial, valorizando o espaço do que engaja de acordo com o que determinam as grandes empresas em algoritmos de consumo de informação. O trabalho mais rigoroso (e caro) de jornalismo de apuração, de grandes pautas, segue em crescente desvalorização profissional cedendo lugar a esse outro imediatista. A consequência é grande, sobretudo social. Acredito que haverá algum ponto de retorno por necessidade natural da informação de qualidade - aliás, já percebo um movimento de nichos de jornalismo bem produzido, mas de forma dissociadas de grandes veículos e financiado por investidores e/ou projetos patrocinados. No Rio ainda não temos nada substancial. Perde o Rio (ENTREVISTADO 35, 2021).

4.3.6 Os jornalistas e o trabalho durante a pandemia de Coronavírus

Como esta pesquisa foi realizada durante a pandemia de Coronavírus é evidente que os efeitos sanitários, psicológicos e sociais do evento atravessaram todo o processo. Das leituras e procura por referências, passando pela coleta de dados até a análise dos questionários, as notícias sobre o Coronavírus sempre estiveram presentes, ainda que transversalmente.

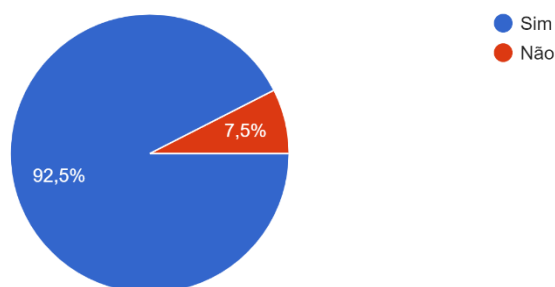
Por causa desta realidade peculiar, a pesquisadora apostou que era necessário levar em conta o cenário pandêmico tanto nas análises das respostas, quanto na leitura de toda a dissertação. Para a autora, entender como esta pequena parcela de jornalistas lidou com a pandemia também pareceu importante, daí a decisão de incluir algumas perguntas sob o guarda-chuva COVID-19 no questionário on-line aplicado entre dezembro de 2021 e fevereiro de 2022.

As respostas a seguir traçam um quadro de como os jornalistas trabalharam enquanto conviviam com medos, anseios e um arsenal de informações e desinformações sobre a Covid-19. Neste contexto, também era importante observar como o uso do WhatsApp sofreu ainda mais aderência em tempos de quase impossibilidade de comunicação presencial. A pandemia de Coronavírus intensificou o modelo de trabalho de apuração à distância e levou os jornalistas a dependerem ainda mais da tecnologia digital para cumprir suas pautas, como já mostraram diversos estudos feitos no período (FIGARO, FENAJ, LIMA; MOREIRA, 2021). Durante a pandemia, 92,5% dos jornalistas que atuam em veículos no município do Rio e

foram consultados nesta pesquisa intensificaram o uso de WhatsApp para a apuração, enquanto 7,5% não mudaram seus hábitos.

Gráfico 13: O uso do WhatsApp na pandemia

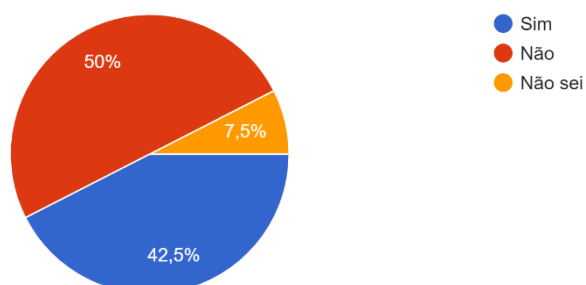
Durante a pandemia de Coronavírus você passou a utilizar mais o WhatsApp para apuração?
40 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Gráfico 14: Porcentagem de jornalistas que contraíram Covid-19

Você contraiu Coronavírus?
40 respostas



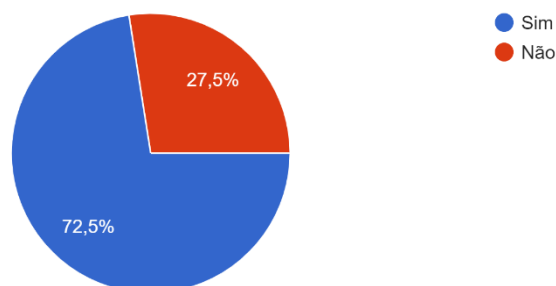
Fonte: Elaborado pela autora

O medo de trabalhar durante a pandemia foi relatado por 72,5% dos que responderam ao questionário. Outros 27,5%, no entanto, disseram que não tiveram receio de cumprir as obrigações profissionais (Gráfico 12). Metade dos participantes da pesquisa não contraíram Coronavírus; 42,5% foram atingidos pela doença e 7,5% não sabem se tiveram ou não.

Gráfico 15: Os jornalistas e o medo de trabalhar na pandemia

Você teve medo de trabalhar durante a pandemia?

40 respostas



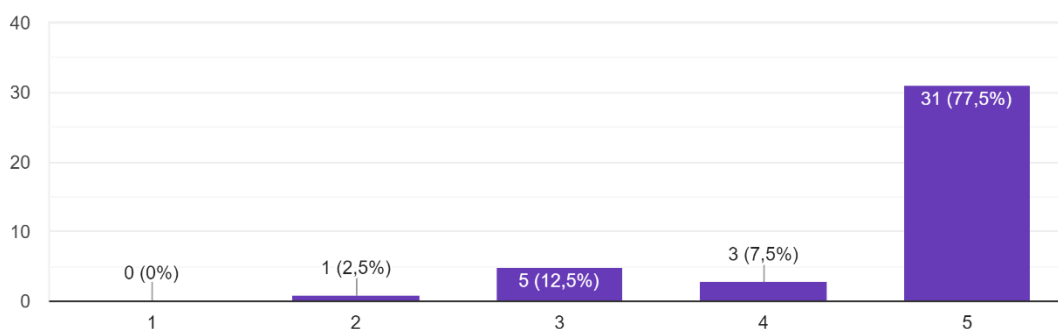
Fonte: Elaborado pela autora

Durante a pandemia de Covid-19, o aplicativo WhatsApp facilitou e muito os processos de trabalho dos jornalistas consultados na pesquisa. Para 77,5%, facilitou muito; para 7,5% facilitou; para 12,5% a opinião foi neutra e 2,5% consideraram que o aplicativo facilitou muito pouco.

Gráfico 16: Percepção do WhatsApp durante a pandemia

Em que medida o uso do WhatsApp facilitou seu trabalho durante a pandemia?

40 respostas



Fonte: Elaborado pela autora

Ainda sobre a pandemia, os jornalistas relataram que as chefias, de modo geral, foram cautelosas e só enviaram as equipes para pautas presenciais consideradas importantes.

Tabela 2: Comportamento dos chefes durante a pandemia

Sobre o comportamento do chefe da redação durante a pandemia
Teve cautela e manteve as equipes em home office, só enviando para as pautas essenciais (80%)
Teve cuidado em algumas situações, mas, de modo geral, mandou equipes para pautas sem avaliar riscos (10%)
Não teve cuidado nenhum com as equipes, mandando as equipes de reportagem para todas as pautas (0%)
Manteve em home office somente os funcionários que tinham comorbidades e moravam com familiares idosos ou com comorbidades (7,5%)
Não sei informar (2,5%)

Fonte: Elaborada pela autora

Apesar do medo, das restrições sanitárias e até das precariedades técnicas, a maioria dos profissionais sinalizou que teve pouca ou nenhuma dificuldade de executar as pautas jornalísticas durante a pandemia de Coronavírus.

Tabela 3: Grau de dificuldade de cumprir as pautas na pandemia

Sobre a dificuldade de cumprir pautas durante a pandemia de Coronavírus
Teve muita dificuldade - 0%
Teve dificuldade - 12,5 %
Indiferente/neutro - 35%
Pouca dificuldade - 32,5%
Nenhuma dificuldade - 20%

Fonte: Elaborada pela autora

No trabalho em home office, os maiores desafios enfrentados pelos jornalistas ouvidos nesta pesquisa foram de ordem financeira, profissional e emocional. Eles tiveram diminuição de renda, precisaram fazer reportagens sobre locais onde não puderam estar por causa das restrições sanitárias e sofreram algum tipo de dano à saúde mental. O quadro a seguir mostra as respostas mais escolhidas entre as onze opções oferecidas:

Tabela 4: Impactos do *home office* na vida dos jornalistas pesquisados (continua)

No trabalho em home office...
Tive diminuição de renda (65%)
Tive que fazer reportagens sobre lugares aos quais não pude ir por estar em isolamento (65%)
Fiquei angustiado, nervoso ou tive minha saúde mental afetada de alguma forma (50%)
Fiquei totalmente dependente do WhatsApp para falar com as fontes (40%)
Tive medo de ser demitido (40%)
Tive covid (35%)

Fonte: Elaborada pela autora

O desafio de entrevistar jornalistas

A ideia inicial da pesquisadora era realizar entrevistas em profundidade com alguns dos 40 jornalistas que responderam ao questionário, com objetivo de desenvolver alguns temas e explorar melhor tópicos e opiniões que surgiram nas respostas ao questionário on-line. Para isso, foram selecionados cinco profissionais para participar desta segunda fase da pesquisa, entre os 33 jornalistas que responderam afirmativamente à pergunta: “Você aceita fazer uma entrevista individual com a pesquisadora para aprofundar alguns temas sobre o trabalho do jornalista e o uso do WhatsApp?”. Mas, apesar de terem sinalizado que aceitariam participar desta nova fase do trabalho, nenhum deles devolveu as respostas a tempo de que a pesquisa fosse concluída.

Conseguir que os jornalistas respondessem ao questionário on-line já havia exigido um esforço da pesquisadora, que em alguns casos precisou reenviar os links e convites para participar da pesquisa até três vezes. Depois do envio, a obtenção das respostas também exigiu um contato mais direto da pesquisadora com alguns dos possíveis participantes: seja por meio de mensagens pessoais para os jornalistas com os quais tinha prévio conhecimento, seja pelo pedido de ajuda e de intermediação de colegas que conheciam os jornalistas que correspondiam ao perfil da pesquisa. Muitos dos que não responderam ou demoraram a responder ao questionário alegaram estar sobrecarregados de trabalho, sem tempo para nada além de produzir; outros disseram que as mensagens (tanto a de WhatsApp, quanto as de e-mail) haviam se perdido em meio ao grande volume de contatos que recebem diariamente.

4.4 A produção de notícias no contexto da plataformização: os impactos sentidos pelos jornalistas no modo de fazer jornalismo

O cenário de excesso de trabalho e falta de tempo que se traduz nas falas de muitos dos respondentes do questionário on-line pode ser problematizado a partir de diversas perspectivas. Uma das que se apresentam e nos auxiliam a entender as mudanças nas práticas profissionais jornalísticas é a adequação do jornalismo ao fenômeno da plataformização. Thomas Poell, David Nieborg e José van Dijck (2020) definem plataformização como a infiltração da lógica e do processo econômico, social, infraestrutural e até governamental das plataformas digitais nos mais diversos setores da economia e das esferas da vida. Um movimento que também alcança as subjetividades, reorganizando as práticas e o imaginário culturais em tornos das dinâmicas destas plataformas. Pouco a pouco foi se tornando usual a transferência de ações antes realizadas presencialmente (no mundo que o senso comum

denomina como real, em oposição ao virtual) para o universo on-line, onde quase tudo pode ser realizado à distância, sem contato físico, por meio de aplicativos que, ao mesmo tempo em que servem ao usuário, servem-se de seus dados e de seu rastro na internet (ZUBOFF, 2015).

Desde o início do novo milênio, explicam Poell, Nieborg e Dijck (2020), os conceitos de plataforma e plataformização sofreram mudanças, deixando de ser associados a algo material (uma plataforma de games, por exemplo), passando a ser entendidos como um processo. Daí, inclusive, a possibilidade do neologismo: plataformizar vem sendo usado como verbo. Nas pesquisas do campo da comunicação, o conceito aparece relacionado a debates sobre tecnologias da comunicação, economia da informação e Web.2.0, como explicam os autores.

O termo, que figurativamente remete a algo plano, aberto e robusto, também apresenta a ideia de um equipamento poderoso e eficaz, capaz de elevar alguém acima de tudo (GILLESPIE, 2017; apud POELL; NIEBORG; VAN DJICK, 2020, p. 3), sendo associado à ideia de produtividade. Sob esta perspectiva, ao pensar nas plataformas o usuário não reflete sobre quais forças as estão operando, nem como, e muito menos com quais interesses. Só lhe salta aos olhos a noção de algo criativo, disruptivo, que se apresenta como solução inovadora para a maioria dos problemas da vida cotidiana.

Neste contexto em que boa parte dos modelos econômicos e dos modos de viver e de se relacionar estão sendo transportados para este mundo plataformizado, o acoplamento da vida cotidiana às plataformas teve consequências em diversas áreas da sociedade, entre elas a do trabalho e a da economia. O setor das mídias foi um dos mais afetados por este processo (POELL; NIEBORG; VAN DJICK, 2020). As empresas de comunicação e os profissionais que atuam nesta indústria vêm sofrendo na última década um rearranjo de seu modelo de negócio e do seu modo de produção, com consequências que ainda estão em curso e, por isso mesmo, seguem sendo estudadas. Muitos são os fatores que contribuíram para esta mudança, e as perspectivas de análise podem variar das transformações da subjetividade contemporânea, que passou encarar a leitura solitária de um jornal como algo enfadonho e pouco proveitoso, preferindo a extimidade das redes sociais (SIBILIA, 2016), até as discussões à luz dos estudos da economia política, que abordam a retirada de anunciantes dos grandes grupos de comunicação, com concentração da verba publicitária nas plataformas (Google e Facebook, principalmente, no caso das mídias) e, conseqüentemente, uma transferência de poder das grandes empresas de mídia tradicionais para estes grupos da chamada Big Tech (MOROZOV, 2018).

Assim como vem ocorrendo em outras áreas da sociedade, a plataformização do jornalismo envolve impactos em várias camadas: sobre as empresas de mídia (que passam a se submeter a um outro jogo de poder); sobre os profissionais envolvidos na produção dos jornais e revistas (que começam a ter que trabalhar pela lógica do algoritmo, além de ter que vender sua força de trabalho para plataformas) e sobre os leitores/consumidores das notícias (que deixam de contar com um repórter movido apenas por valores tradicionalmente associados ao jornalismo). Uma nova realidade que aponta para:

uma (des) organização a partir da qual conceitos antigos e estabelecidos, como valores-notícia e gatekeeping, não podem mais ser aplicados ao fazer jornalístico como um todo porque cada vez menos a profissão é realizada dentro das instituições e pelos tipos de jornalistas que inspiraram a sua elaboração (DEUZE, 2019, apud DA SILVA, Giuliander et Al, p.163).

Com o crescimento do poder das grandes plataformas digitais estadunidenses (Google, Amazon, Facebook, Apple e Microsoft), os tradicionais veículos de comunicação foram sendo levados a se adequar a um novo mercado, cujas regras eles não dominam mais (POELL; NIEBORG; VAN DJICK, 2020). Um terreno em que foram perdendo o contato direto com o consumidor, inclusive materialmente, já que a maioria deles está deixando de lado o hábito de folhear as páginas dos jornais e revistas³³, assim como o poder de atrair verbas publicitárias.

Um dos resultados visíveis no âmbito do trabalho foram os enxugamentos das redações, com demissões de profissionais. Segundo um levantamento feito pela agência independente de jornalismo *Volt Data Lab*, ocorreram 2.327 demissões de jornalistas em redações brasileiras de 2012 a agosto de 2018, quando foi feita a última atualização da pesquisa.³⁴ Além de promover grandes mudanças do ponto de vista econômico, esta plataformização também impactou o modo de produção de notícias (que passaram a seguir o objetivo principal de agradar aos algoritmos das plataformas) e o mercado de trabalho do jornalista (que vive um recrudescimento da precarização, com o surgimento de portais que contratam profissionais por textos pagos por números de palavras, em vez de estabelecer vínculos empregatícios por CLT). A exemplo do que vem ocorrendo com outras profissões, a plataformização do jornalismo gera uma “uberização” do trabalho e, conseqüentemente, uma queda da qualidade do serviço prestado à sociedade.

³³ De acordo com levantamento do portal Poder 360 sobre os 10 principais jornais diários mais relevantes do país entre 2014 e 2019, a tiragem somada destes veículos teve redução de 51,7%.

³⁴ A pesquisa pode ser consultada em <https://passaralhos.voltdata.info/>

A arquitetura imposta pela plataforma também acarreta grandes repercussões na organização do trabalho jornalístico: assim como a Uber tem motoristas que “não são seus”, os jornalistas estão cada vez mais separados das organizações midiáticas. As empresas de plataforma preferem contornar as instituições, promovendo a conectividade entre indivíduos e consumidores privados, minando, desta forma, a coletividade e os valores públicos (VAN DJICK, 2019, on line.).

Neste cenário, é possível observar que vêm ocorrendo significativas mudanças no modo de trabalhar do jornalista, que passou a usar mais as redes sociais para apuração, a concorrer com blogueiros e influenciadores sem diploma e a ver seu trabalho classificado como “produção de conteúdo”, numa clara associação ao vocabulário do marketing. Se antes, o fazer jornalístico era pautado por uma ética moderna, em que prevalecia o papel do jornalista como representante do cidadão, na atualidade o modelo do jornalismo, em crise, vem sendo pensado pela dinâmica do consumidor. Este atravessamento do universo de produção da notícia por regras, ritmos e mentalidades relacionadas ao mundo do capitalismo de plataforma ou de vigilância (ZUBOFF, 2015) é um dos efeitos que podem ser detectados na profissão na contemporaneidade.

CONCLUSÃO

A ideia desta pesquisa começou a ser elaborada em 2018 quando eu, repórter do jornal O Globo, sentia os efeitos diretos das mudanças que este novo modelo de comunicação via Tecnologia da Informação e Comunicação vem impondo às redações de veículos de mídia tradicional. Sou jornalista, com graduação pela Escola de Comunicação da UFRJ, e atuei como repórter de 1992 até o final de 2018, os últimos 13 anos na Editoria Rio, do Jornal O Globo no Rio de Janeiro. Formada num contexto em que o jornal impresso (acompanhado dos suplementos em formato de revista) era o principal produto noticioso, nos veículos de mídia em que trabalhei aprendi a “fazer jornal” num ritmo mais lento que o dos dias atuais. Nas redações por onde passei, sempre tivemos que lidar com a imprevisibilidade dos fatos e fazer malabarismo com o tempo para cumprir prazos de fechamento apertados. Mas o esquema de trabalho para o produto impresso era algo a que estávamos acostumados, algo que pensávamos dominar – na medida do que isso seja possível numa redação, ambiente em que todos esperam que a qualquer instante uma notícia mais urgente mude todos os planos e projetos.

A partir de 2014, porém, as transformações que estavam ocorrendo no modelo de negócio e no modelo de comunicação em rede começaram a ter maior impacto nas nossas rotinas de repórteres, agora desafiados pelas suas chefias a pensar no “digital first”, como os editores de O Globo costumavam repetir nas reuniões de pauta. As equipes até então habituadas a trabalhar em um esquema que privilegiava o jornal impresso (os horários de entrada e saída e das reuniões de pauta seguiam esta premissa) tiveram que passar a desempenhar múltiplas tarefas (apurar, “subir” matéria no site, cumprir quotas de plantões no online, fazer e editar vídeos). Diversas funções foram extintas (a de pauteiro e a de radioescuta, por exemplo), as equipes de on-line e do impresso foram integradas e as redes sociais tornaram-se uma das principais fontes de apuração para os jornalistas. Muitas pautas passaram a ser pensadas a partir do que os jornalistas viam em suas *timelines*.

Eu e meus colegas de redação fomos atravessados por estas mudanças e muitos de nós não conseguíamos compreender, nem pensar sobre o que estava acontecendo com a nossa profissão. Diante de tantas novas demandas e desafios, nos adaptávamos, nos acomodávamos e nos incomodávamos. Afinal, nem todos achavam normal ter que ficar à disposição dos chefes, das fontes e das pautas 24 horas por dia, o que passou a acontecer na prática com os novos modos de fazer jornalismo, principalmente com a comunicação via WhatsApp.

Esta pesquisa, portanto, é uma reflexão sobre algumas destas transformações. O uso do WhatsApp foi o foco selecionado para o estudo por ser considerado um dos principais marcos da mudança de perfil e do modo de trabalho que se desenha para a profissão, em especial entre os jornalistas que atuam em veículos que têm produto impresso e digital, recorte escolhido neste estudo. No universo analisado nesta pesquisa, as redes sociais já são usadas diariamente por 95% dos jornalistas na sua rotina produtiva e para 87,5% deles o WhatsApp é a ferramenta on-line preferida. Eles usam o aplicativo com tanta frequência que passaram a normalizar a prática de fazer entrevistas inteiras por meio do WhatsApp, o que pode ser considerada a modificação de maior impacto no modo de apurar uma informação, já que, ao optar pelo contato à distância, o repórter ganha agilidade e facilidade de acesso a algumas fontes, mas perde a dimensão relacional e contextual que uma entrevista presencial proporciona. Algo semelhante já havia ocorrido quando as conversações com as fontes por telefone se tornaram corriqueiras no passado, permitindo que o profissional fizesse entrevistas à distância.

A dissertação analisa as respostas de 40 jornalistas que trabalham em redações no Rio de Janeiro. A maioria deles é repórter (77,5%) e trabalha para a Editora Globo, que publica os jornais O Globo, Extra e Valor Econômico (55%), do sexo feminino (60%), com idade entre 25 e 45 anos (60%).

A faixa etária com maior número de respondentes foi a de 25 a 35 anos, que corresponde a 30% dos pesquisados, enquanto as duas com menor número de participantes foram a de jornalistas com mais de 65 anos e jornalistas com menos de 25 anos, representando 2,5% do total de jornalistas consultados.

Com relação à forma de contratação, a maioria dos pesquisados tem emprego com carteira assinada (77,5%), mas também foram obtidas respostas de jornalistas que atuam em arranjos precários, como Micro Empresa Individual - MEI, Pessoa Jurídica - PJ e contratos temporários sem CLT. Estas somaram 16%. Há também uma parcela que vive sem qualquer tipo de vínculo empregatício (5%), atuando como freelancers para os veículos locais de mídia. Duas faixas salariais surgem empatadas: 37,5% deles ganham entre 3 e 5 salários mínimos e outros 37,5% recebem de 6 a 10 salários.

As respostas dos 40 jornalistas mostram que, na maioria das vezes, os profissionais consideram o WhatsApp como algo positivo, facilitador do trabalho. Na visão destes jornalistas, os chefes aprovam a utilização do WhatsApp na apuração de informações e no contato com fontes. Metade (50%) dos que responderam disseram que seus superiores têm

uma visão positiva deste uso. Consultados sobre o uso do WhatsApp no processo de trabalho, 67,5% disseram encarar de forma positiva a adoção do WhatsApp nas rotinas produtivas.

Os jornalistas percebem também que, com o uso do WhatsApp incluído na rotina produtiva, o modo de fazer jornalismo mudou. Na opinião dos profissionais que participaram desta pesquisa, a aderência às ferramentas digitais no universo das redações, mais especificamente ao WhatsApp, resultou em uma série de implicações práticas: passou a ser possível (e exigido) que eles apurassem mais rapidamente e publicassem as matérias com maior agilidade; as saídas com as equipes e carros de reportagem ficaram ainda mais limitadas; as fontes e as chefias passaram a ser contatadas (e a contatá-los) com maior facilidade.

Uma mudança importante a destacar é a relação do profissional com o tempo e com o espaço. Com o advento do jornalismo on-line, os horários de fechamento dos jornais impressos não ditam mais os ritmos de trabalho. Os jornalistas agora trabalham com foco na produção para o conteúdo digital e precisam ter mais agilidade para apurar e escrever as notícias para publicá-las nos sites antes da concorrência. Alguns respondentes destacaram que os chefes utilizam as facilidades da comunicação proporcionadas pelas novas ferramentas, incluindo o WhatsApp, como desculpa para manter os jornalistas dentro das redações, onde equipes cada vez mais reduzidas podem produzir no esquema de jornalismo sentado. Nas redações crescentemente esvaziadas, este pode ser um fator de empobrecimento do conteúdo jornalístico. É um bastidor que se esconde sob o verniz de modernidade e eficiência que as empresas jornalísticas geralmente adotam ao se identificarem como “digital”.

Neste contexto de inserção nas TICs, o ponto de partida das reportagens passou a ser o que o jornalista vê e ouve pelos smartphones ou notebooks: os olhares e ouvidos dos repórteres passaram a ficar mais tempo voltados e atentos para as telas destes dispositivos. E, como tudo o que se passa nas redes e é acessado via WhatsApp pode ficar gravado, os acontecimentos tornaram-se potencialmente capazes de serem recuperados ou revisitados, com a ajuda da tecnologia digital. Com isso, a presença do repórter no local onde a notícia ocorre deixou de ser uma exigência na visão dos que comandam as redações, segundo o que se depreende das falas dos que responderam ao questionário.

A ideia romantizada de jornalismo como missão, que exige sacrifícios pessoais e dedicação integral ao ofício, retratada e discutida em obras que abordam a identidade profissional até a virada dos anos 2000, está perdendo força. Na segunda década do século XXI, os jornalistas da cidade do Rio de Janeiro ouvidos nesta pesquisa reclamam de se sentirem invadidos e explorados pelos novos esquemas de trabalho possibilitados pelo uso do

WhatsApp no mundo jornalístico. Eles vêm vantagens no uso do aplicativo, como a rapidez e a facilidade de contatar as pessoas, mas enumeram desvantagens, no que demonstram um certo saudosismo e apego a práticas e valores associadas pelo senso comum à imagem do repórter “super-herói” e “testemunha ocular da notícia”. Entre os pontos negativos, a superficialidade e a falta de espontaneidade das conversas via WhatsApp, além dos riscos de mal-entendidos (tanto nas perguntas, quanto nas respostas), foram mencionados pelos jornalistas. O uso do aplicativo também foi associado a um afastamento dos entrevistados (prejuízos à comunicação não verbal) e das ruas e espaços públicos. Afinal, muitos aprenderam (e ainda aprendem) na faculdade que lugar de repórter é na rua.

Nos comentários das perguntas abertas é possível perceber que os jornalistas que responderam ao questionário ficam divididos entre a necessidade de apurar mais rápido e cumprir a pauta com celeridade e o dever de dedicar mais tempo e atenção à apuração e correr o risco de atrasar a publicação da reportagem e, assim, ser considerado lento.

Em relação às perguntas do questionário que tiveram o intuito de medir a percepção e ouvir a opinião dos jornalistas sobre mudanças na profissão com o advento das tecnologias digitais de comunicação de modo generalizado, 40% indicaram alterações no processo de trabalho nas redações principalmente nos últimos cinco anos. Entres os comentários, vemos que os entrevistados citam a grande aceleração no tempo de produção da notícia, o crescimento e o incentivo das empresas pelo modo de apuração à distância, a precarização das relações de trabalho e o corte excessivo do número de jornalistas nas redações. A redução de salários e o aumento exagerado da carga de trabalho foram apontados como mudanças negativas deste novo modo de fazer jornalismo com as TICs. Por outro lado, depoimentos mostram que a expansão da capacidade de pesquisa de informações e de acesso a documentos oficiais publicados em sites e portais, além de agilização e facilitação nos processos de apuração, representaram ganhos para os profissionais.

A questão da precarização do jornalismo foi bastante citada pelos jornalistas que participaram deste estudo, muitas vezes relacionada ao esvaziamento dos conteúdos e à queda na qualidade do que é apurado e redigido. O entendimento de que uma das principais transformações no jornalismo contemporâneo está justamente na redução de equipes de jornalistas é compartilhado por várias gerações, aparecendo de modo transversal nos comentários de profissionais de várias idades. Todos sentem que as jornadas de trabalho ficaram ainda mais extensas e cansativas. E aqui vale ressaltar que jornadas excessivas e precarização das condições de trabalho não são reclamações recentes da categoria profissional. A diferença é que, com o WhatsApp, as facilidades e as inovações geradas pelas

TICs, os profissionais acreditam que houve uma piora nas condições de trabalho e do jornalismo que produzem. O WhatsApp é usado para ganhar tempo, mas hoje os jornalistas têm menos tempo de descanso por causa da ferramenta.

As respostas ao questionário indicam também que uma das mudanças na identidade do profissional é o afastamento da ideia de que o jornalista serve a uma causa. Também foi observado que a ferramenta é encarada como um atalho para acessar as fontes e um mecanismo para poupar tempo de apuração e acelerar a redação de matérias. Entre os jornalistas que afirmaram preferir receber respostas das entrevistas por escrito, a justificativa é que, deste modo, bastaria “copiar e colar” as falas no seu texto final, o que confirma a sobrecarga de trabalho. As escolhas pelo modo de apuração e pelo áudio ou escrita das mensagens de WhatsApp tendem a obedecer à urgência de finalizar o trabalho. Se a fonte só quiser falar por mensagem escrita de WhatsApp, o jornalista aceita porque precisa fechar logo a pauta e publicar no site ou na rede social do veículo o quanto antes, mesmo que isso acarrete problemas como lacunas ou superficialidade na apuração que precisarão ser solucionados depois, gerando retrabalho.

As respostas a uma das perguntas de múltipla escolha exemplificam bem isso: entre os que disseram ter feito uma entrevista inteira conversando somente por WhatsApp, as três justificativas mais apontadas foram: “por escolha da fonte” (razão apontada por 65%); “porque estava com pressa e era a forma mais rápida de acessar a fonte” (assinada por 65%) e “porque tentou telefonar e o entrevistado ou não atendeu ou não quis falar ao telefone” (42,5%).

As respostas ao questionário nos permitem enxergar os bastidores do que os grupos de mídia ‘vendem’ como inovação e modernização da produção das notícias. Os jornalistas mais jovens encaram a prática do uso do WhatsApp como algo natural, porque já ingressaram na profissão com os recursos da internet e das redes sociais, enquanto os mais velhos, que podem comparar o ambiente atual com a realidade das redações analógicas do passado, sentem e se ressentem das mudanças. A troca de experiências e de ideias entre as diferentes gerações que convivem nas redações do Rio de Janeiro na segunda década do século XXI, assim como um estímulo a que todas as mudanças sejam debatidas e pensadas, pode ser um caminho para que os jornalistas atravessem mais este período de transformações mantendo-se (e sentindo-se) como profissionais relevantes na dinâmica social de uma cidade, de um estado e de um país.

REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Zélia Leal; MORAES, Francilaine de. Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Márcia (Orgs.). *Metodologia de Pesquisa em Jornalismo*. Petrópolis: Vozes, 2010.

ANDERSON, C.W., BELL, Emily e SHIRKY, Clay. *Jornalismo pós-industrial: adaptando-se ao presente*. Revista de Jornalismo ESPM, 2012. Disponível em: http://www.espm.br/download/2012_revista_jornalismo/Revista_de_Jornalismo_ESPM_5/files/assets/common/downloads/REVISTA_5.pdf Acesso em 10 de dez.2021.

ANJ online. Redações vazias contrastam com coberturas completas, inovadoras e de muito serviço nos jornais brasileiros. *Associação Nacional de Jornais*, 27 de mar. 2020, Acesso em 30/07/2020 em: <https://www.anj.org.br/site/component/k2/73-jornal-anj-online/27323>

ANGELUCI, Alan César Belo; SCOLARI, Gabriela; DONATO, Rita. O WhatsApp como actante: o impacto do aplicativo interativo em redações jornalísticas. *Revista Mediação*, v. 19, nº 24, 2017. Disponível em: <http://www.fumec.br/revistas/mediacao/article/view/3778/pdf>. Acesso em: 31 de jul. 2021.

ANGELUCI, Alan César Belo; SCOLARI, Gabriela. O WhatsApp nas redações jornalísticas: um estudo exploratório. *Revista Brasileira de Iniciação Científica*, Itapetininga. v. 49, nº 24, 2017. Disponível em: <https://periodicos.itp.ifsp.edu.br/index.php/IC/article/view/650/709> Acesso em 20/12/2022.

ALSINA, Miguel Rodrigo. *A construção da notícia*. Rio de Janeiro: Editora Vozes, 2009.

ASSUNÇÃO, Luiz Fernando; EHRENBERG, Karla Caldas. *Velocidade, Apuração e Credibilidade: provocações*. Dispositiva, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, p. 49-59, fev. 2016. Disponível em: <http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/11344/9187>.

Acesso em: 31 julho 2020. doi:<https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2015v4n1p49-59>.

BALDESSAR, Maria José. Apontamentos sobre o uso do computador e o cotidiano dos jornalistas. In: XXIV CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2001. Campo Grande. *Anais eletrônicos*. Campo Grande: Uniderp, UCDB e UFMS, 2001. Disponível em: <https://docplayer.com.br/39014632-Apontamentos-sobre-o-uso-do-computador-e-o-cotidiano-dos-jornalistas.html> Acesso em 25 de mar de 2021.

BARSOTTI, Adriana. As máquinas não param: o jornalismo em rede na era da convergência de redações. *Revista Líbero*. Ano XXI, nº41, jan/junho 2018, p. 142-154. Disponível em: <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/950> Acesso em 20 de nov. 2021.

BARSOTTI, Adriana; AGUIAR, Leonardo. A invisibilidade da home page e as mudanças nos modos de leitura das notícias. In: *Encontro da associação nacional dos programas de pós-graduação em comunicação (Compós)*, 26.; GT Estudos de Jornalismo, 2017, São Paulo. Anais...São Paulo: Compós, 2017.

BENJAMIN, Walter. O Narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov. In: *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura* (3ª edição). São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 197-221.

BRANDÃO, E. P. *Da ciência ao mercado, a informação em tempo real*. Tese (Doutorado em Ciência da Informação). Universidade de Brasília. Brasília, 1999.

BUENO, Thaísa Cristina; REINO, Lucas Santiago Arraes. Ciberjornalismo em dispositivos móveis: uma análise da conjuntura brasileira. *Questões Transversais*, São Leopoldo, Brasil, v. 5, n. 10, 2018. Disponível em: <http://revistas.unisinos.br/index.php/questoes/article/view/15741>.

Acesso em: 3 dez. 2021.

CANAVILHAS, João. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: CANAVILHAS, João. (Org) *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: UBI, LabCom, Livros LabCom, 2014.

CANAVILHAS, João Messias. *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. Universidade da Beira Interior, 2001. In: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CORNU, Daniel. *Ética da informação*. Bauru: Edusc, 1998.

CRARY, Jonathan. *24/7: capitalismo tardio e os fins do sono*. São Paulo: Ubu Editora 2016.

CHRISTOFOLETTI, R. *Guia de Cobertura Ética da Covid-19*. Florianópolis: Observatório da Ética Jornalística – ObjETHOS, 2020. Acesso em 29 de jul.2020 em: <https://objethos.wordpress.com/2020/07/27/>

CPJ – Committee to Protect Journalists. *Checklist dos editores: preparando-se para as atribuições do COVID-19*, 07/05/2020. Acesso em 29 de jul. 2020 em: <https://cpj.org/pt/2020/05/checklist-dos-editores-preparando-se-para-as-atrib/>

DEL BIANCO, N. R. A Internet como fator de mudança no jornalismo. *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação*, 2008. Acesso em 10 de out. 2021 em: http://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=751

DEOLINDO, Jacqueline da Silva. *Regiões jornalísticas: uma abordagem locacional e econômica da mídia do interior fluminense*. 2016. 341 f. Tese (Doutorado em Comunicação). Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

DEUZE, Mark. In: Vida na Mídia: além do jornalismo. Entrevista à Beatriz Becker. *Revista Eco-Pós*. Rio de Janeiro, v.19, nº1, 2016. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/3354 Acesso em 24 de jan.de 2022.

DODDS, Tomás. Reporting with WhatsApp: Mobile Chat Applications' Impact on Journalistic Practices. *Digital Journalism*. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1592693>. Acesso em: 01 set.2021.

FERREIRA, Paula Araújo. *Whatsapp, Extra? O uso de novas tecnologias no jornalismo impresso*. 2014. 61 f. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Comunicação - Habilitação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2014.

FENAJ. *Pesquisa FIJ: 61,25% dos jornalistas brasileiros têm aumento de ansiedade e estresse com o trabalho na pandemia*. Notícias, 04/06/2020. Acesso em 25/07/2020 em: <https://fenaj.org.br/pesquisa-fij-6125>

FIGARO, Roseli et al. Como trabalham os comunicadores na pandemia da Covid-19? *Revista Jurídica Trabalho e Desenvolvimento Humano*. v.3, 2020, p. 1-39, 2020. Acesso em 24. Jul. 2020 em <http://revistatdh.org/index.php/Revista-TDH/article/view/76/43>

FIGARO, Roseli; SILVA, Ana Flávia Marques. A comunicação como trabalho no capitalismo de plataforma: o caso das mudanças no jornalismo. *Contracampo*, Niterói, v. 39, n. 1, p. 101-115, abr./jul. 2020.

FIGARO, Roseli, NONATO, C; GROHMANN, Rafael. *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*. São Paulo: Atlas, 2013.

FIGUEIREDO, Pedro de; SAUDINO, Fernanda. O uso do WhatsApp na construção das notícias: reflexões sobre as teorias do jornalismo na era digital. *Anais do 38º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*. Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7 de setembro, 2015. Disponível em: <https://portalintercom.org.br/anais/nacional2015/resumos/R10-3266-1.pdf> Acesso em 12/01/2022.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. Tecnologias digitais e temporalidades múltiplas no ecossistema jornalístico. *Contracampo*, v.38, n.2, p.132-146, ago.2019/nov.2019.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A Fabricação do Presente: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais*. Aracaju: Editora UFS, 2005.

GARAU, Elaine de Lima Castro. *WhatsApp como incentivo ao jornalismo participativo transformações no TN 1ª Edição, da rotina produtiva ao relacionamento com o telespectador*. 173 f. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal do Espírito Santo, Espírito Santo, 2018.

GIACOMELLI, Fábio Osório. O jornalismo no WhatsApp: o caso do portal português Observador. *Revista GEMinis*, v.11, n.3, pp146-161, set/dez. 2020.

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal. *Revista Eptic*, v.22, nº 1, jan/abr de 2020. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12188> Acesso em 10/08/2021.

GROHMANN, Rafael. O trabalho do jornalista a partir dos processos comunicacionais e produtivos: dimensões teóricas cenário de flexibilização e tensionamentos identitários. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, v.13, nº1, jan/jun de 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2016v13n1p6> Acesso em 10/08/2021.

HAESBAERT, Rogério. *Concepções de território para entender a desterritorialização*. In: Santos, M; Becker, B. *Território, territórios – ensaios sobre o ordenamento territorial*. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007a, p. 44-71

HAESBAERT, Rogério. Território e multiterritorialidade: um debate. *GEOgraphia*, ano IX, nº 17, p. 19-45, 2007b. Em: <https://periodicos.uff.br/geographia/article/view/13531/8731>

JENKINS, Henry. *Cultura da convergência*. 2ª edição. São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da Conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014.

JORGE, Thaís de Mendonça. *Mutação no Jornalismo: como a notícia chega à internet*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2013.

JORGE, Thaís M. *A notícia em mutação. Estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital*. Brasília: UnB/PPGCOM, 2007. [Tese de Doutorado]. Acesso em 25/05/2020 em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/2014>

LAGE, Nilson. *A reportagem: teoria e técnica de entrevista e pesquisa jornalística*. Rio de Janeiro: Record, 2001.

LEI nº 14.020/2020. *Institui o Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e da Renda*. Presidência da República. Acesso em 31/08/2020

em:http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/Lei/L14020.htm

LOBATO CORRÊA, Roberto. Corporação, práticas espaciais e gestão do território. *Anuário do Instituto de Geociências*, vol 15, 1992, p. 35-41.

Em:<https://revistas.ufrj.br/index.php/aigeo/article/view/5934/4531>

LOPES, Fernanda Lima. *Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica*. São Paulo: Paulus, 2013.

MAIS de 500 profissionais da imprensa foram demitidos em 2016. *Portal Comunique-se*. Disponível em: <https://portal.comunique-se.com.br/mais-de-500-profissionais-da-imprensa-foram-demitidos-em-2016/> Acesso em 8/07/2020.

MASSEY, Doreen. *Pelo Espaço: uma nova política da espacialidade*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MATHEUS, Leticia C. *Comunicação, tempo, história: tecendo o cotidiano em fios jornalísticos*. Rio de Janeiro: Mauad X / Faperj, 2011.

MATHEUS, Leticia C.; MIRANDA, Patrícia. Do *off* ao vazamento: paradigmas e dilemas jornalísticos. *Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação*. v. 24, jan-dez, 2021, p. 1–23. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/2271/2030> Acesso em 12/01/2022.

MATHEUS, Leticia C.; ANTUNES, Bianca F. Mobilidade e violência no Rio de Janeiro: o papel das redes sociais digitais. *Revista ECO-Pós, [S. l.]*, v. 24, n. 1, p. 282–303, 2021. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/27624. Acesso em: 12 jan. 2022.

MEDINA, Cremilda. O Jornalista-autor e a mediação do real – Para além de novas ou velhas gramáticas. Entrevista concedida a Andriolli Costa. *IUH-On line*. São Leopoldo, n.447, p 35-37, 30 de jun. de 2014. Disponível em <https://www.ihuonline.unisinos.br/artigo/5574-cremilda-medina> Acesso em 5 dez. 2021.

MICK, Jacques. Trabalho jornalístico e convergência digital no Brasil: um mapeamento de novas funções e atividades. *Pauta Geral*, v. 2, nº 1, jan./jun. 2015, p. 15-34. DOI: 10.18661/2318-857X/pauta.geral.v2n1p15-37

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. *Perfil do Jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Florianópolis: Editora Insular, 2013.

MIELNICZUK, Luciana. *Características e implicações do jornalismo na Web. 2001*. Disponível em:

https://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2001_mielniczuk_caracteristicasimplicacoes.pdf Acessado em 25 de mar. 2021.

MOREIRA, Sonia V. Jornalismo e jornalistas periféricos, anotações de leitura. In: *Anais do 19º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*, 2021, Brasília. Anais eletrônicos...

Campinas, 2021. Disponível em: <<https://proceedings.science/sbpjor-2021/papers/jornalismo-e-jornalistas-perifericos--anotacoes-de-leitura>> Acesso em: 22 mar. 2022.

MOREIRA, Sonia V; LIMA, Simone C. Jornalistas e produção de notícias na pandemia: percepções profissionais em redações do Rio de Janeiro. In: *18^o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2020, Virtual*. Pesquisa em jornalismo e democracia em tempos de pandemia. Brasília: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2020. p. 1-15.

MORETZSOHN, Silvia. *O Jornalismo em tempo real - o fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MORETZSOHN, Silvia. O “novo ritmo da redação” de O Globo: a prioridade ao jornalismo digital e seus reflexos nas condições de trabalho e produção da notícia. Em: *Parágrafo: Revista Científica de Comunicação Social da FIAM-FAAM*. São Paulo: FIAM-FAAM, n.2, v.2, agosto/dezembro de 2014.

MÜLLER, Carlos A. A crise estrutural dos jornais: uma exploração comparativa sobre a situação nos EUA e no Brasil. *Revista de Estudos e Pesquisas sobre as Américas*, vol. 5, nº 1, 2011, p. 80-108. Em: <https://periodicos.unb.br/index.php/repam/article/view/16121/14410>

Acesso em 30 de jul 2021

NEVEU, Érick. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

NOAM, Eli (ed.). *Who Owns the World's Media?* New York: Oxford University press, 2016

O GLOBO demite ao menos 30 jornalistas e extingue versão impressa, *Poder 360*, 19 de nov. de 2019. Disponível em: <https://www.poder360.com.br/midia/globo-demite-ao-menos-30-jornalistas-e-extingue-versao-impressa-da-galileu/> Acesso em: 7/03/2022

O'REILLY, T. *What is Web 2.0?* O'Reilly Media. 30 set de 2005. Disponível em: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>

Acesso em: 14 janeiro de 2020.

PETRE, Caitlin. *The Traffic Factories: Metrics at Chartbeat, Gawker Media, and The New York Times*. In: Tow Center for Digital Journalism, Columbia Journalism School. Maio de 2015. Disponível em: <https://towcenter.columbia.edu/news/traffic-factories-metrics-chartbeat-gawker-media-and-new-york-times> Acesso em 18 de janeiro de 2021.

PECINI, André. Da plataformização da web à sociedade de plataforma: impacto da mediação digital na sociabilidade e subjetividade. *VI Congresso Internacional de Comunicação e Cultura* - São Paulo – 2018.

PITHAN, Liana Haygert; KALSING, Janaína e EICHLER, Vivian Augustin. A popularização das métricas de audiência nas redações e o jornalismo na condição pós-moderna. *16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. Novembro de 2018. São Paulo. Disponível em:

<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1411/673>

POLLAK, Michael. *Memória, esquecimento, silêncio*. Estudos Históricos, Rio de Janeiro, v.2, n.3, 1989.

RAMOS, Jair de Souza. *Os efeitos políticos da produção algorítmica das correntes sociais*. Artigo escrito a partir da participação no painel de discussão “Liberdade, Emancipação, Democracia: Os paradoxos do digital”. Novembro de 2018, Biblioteca Maison de France, Rio de Janeiro.

RAMOS, Jair de Souza. *No meio da multidão, as máquinas: sobre os efeitos políticos da produção algorítmica de correntes sociais*. Vibrant: Virtual Brazilian. Anthropology, V.16, 2019.

RENAULT, David. *A convergência tecnológica e o novo jornalista*. Brazilian Journalism Research, vol. 9, nº 2, 2013, p. 30-49. Acesso em 30 de jul. 2020 em: <https://bjr.sbpjour.org.br/bjr/article/view/575/490>

RENAULT, David; CATALDO, Elisabeth. Múltiplas temporalidades nas plataformas em tempo real. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. Vol. 12, nº 1, Jan a Jun de 2015.

REINO, L. S. A., BUENO, T., LOPES, M., & LEITE, T. (2018). Jornal pelo WhatsApp: o papel do aplicativo na rotina produtiva do Correio Popular. *Revista Brasileira De Ensino De Jornalismo*, v. 8, nº 23, p 87-107. 27 de dez.2018. Recuperado de <http://rebej.abejor.org.br/index.php/rebej/article/view/20>

RIBEIRO, Ana Paula Goulart; BERTOL, Rachel. Memórias em disputa na cobertura do caso Snowden: a reinvenção da autoridade jornalística na era digital. *Contracampo*, v.35, n.3, 2016.

ROMANCINI, Richard; LAGO, Cláudia. *História do Jornalismo no Brasil*. Florianópolis: Insular, 2007.

SABACK DE SÁ MORAES, L. Uma década de WhatsApp: novas rotinas de produção possibilitam o zapkeeper e o newsmaking da audiência. *Correspondências & análises*, n. 10, 25 nov. 2019.

SANTOS, Milton. *Técnica, espaço, tempo* (5ª ed.). São Paulo: Edusp, 2013.

SANTOS, Milton; SILVEIRA María L. *O Brasil – território e sociedade no início do século XXI*. Rio de Janeiro: Editora Record., 2006.

SEVALHO, Gil. O “homem dos riscos” e o “homem lento” e a teorização sobre o risco epidemiológico em tempos de globalização. *Interface - Comunicação, Saude, Educação*, v.16, n.40, p.7-19, jan./ mar. 2012.

SIBILIA, Paula. *O Show do Eu. A intimidade como espetáculo* (2ª ed.). Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SIBILIA, Paula. *Redes ou paredes. A escola em tempos de dispersão*. Rio de Janeiro: Contraponto, 2013.

SILVA, Rafael Pereira da. A influência tecnologia sobre a prática jornalística. In: , 9º *Encontro Nacional de História da Mídia UFOP, Ouro Preto, MG*. 30 de maio a 1º de junho de 2013. Disponível em <http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/9o-encontro-2013/artigos/gt-historia-do-jornalismo/a-influencia-tecnologica-sobre-a-pratica-jornalistica> acessado em 10 de dez.2021.

SILVA, Giuliander Carpes da Silva; SANSEVERINO, Gabriela Gruszynski, SANTOS,

Mathias Felipe de Lima e MESQUITA, Lucia. *Como as plataformas digitais*

provocaram uma ruptura no modelo de jornalismo consolidado no século XX.

Revista *Epitc*, volume 22, nº 1. Janeiro – abril de 2020.

SANTOS, Mathias Felipe L.; MESQUITA, Lucia. Como as plataformas digitais provocaram uma ruptura no modelo de jornalismo consolidado no século XX. *Revista Epitc*, volume 22, nº 1. Janeiro – abril de 2020.

SJPMRJ - SINDICATO dos Jornalistas do Município do Rio de Janeiro. *Pandemia Covid-19: Pesquisa mostra como está o trabalho da categoria no Rio*, 04/05/2020. Acesso em 31/08/2020 em: <https://jornalistas.org.br/2020/05/04/pandemia-covid-19-pesquisa-mostra-como-esta-o-trabalhoda-categoria-no-rio/>

SJPMRJ - SINDICATO dos Jornalistas do Município do Rio de Janeiro. *Carta aberta dos jornalistas do Rio de Janeiro contra as demissões e a precarização*, maio de 2015. Acesso em 08/07/2020 em: <http://jornalistas.org.br/2015/10/20/carta-aberta-dosjornalistas-do-rio-de-janeiro-contra-as-demissoes-a-precarizacao/>

SPECHT, Patrícia Pivoto. O impacto da interatividade via WhatsApp na produção noticiosa do jornal Diário Gaúcho. *Estudos em Jornalismo e Mídia*. v.13, nº 1, Jan/Junho de 2018, p.40-50. Em: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2018v15n1p40> Acesso em 25 de nov de 2021.

SRNICEK, N. *Plataform Capitalism*. Cambridge: Polity Press, 2017.

STACCIARINI, Isa C. *O WhatsApp como ferramenta de apuração: erros jornalísticos originados em grupos restritos a repórteres e fontes na área de segurança pública do DF*.

256 f. 2019. Tese (Doutorado). Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2019.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*, vol. 2. Florianópolis: Insular, 2004.

TRAVANCAS, Isabel S. *O Mundo dos Jornalistas*. São Paulo: Summus Editorial, 1993.

TURKLE, Sherry. *Reclaiming conversation: the power of talk in a digital age*. The New York: Penguin Press, 2015.

VAN DIJCK, J. (2016). *From a Culture of Connectivity to a Platform Society*. London School of Economics. Recuperado de <https://www.youtube.com/watch?v=ahEXaHihG2Q>

VAN DIJCK, José; NIEBORG, David e POELL, Thomas. Plataformização. *Revista Fronteiras-Estudos Midiáticos*. Jan/abr 2020.

VAN DIJCK, José. *A Sociedade da Plataforma: entrevista com José van Dijck*. Newsletter Digilabour. Março 2019. Disponível em: <https://digilabour.com.br/2019/03/06/a-sociedade-da-plataforma-entrevista-com-jose-van-dijck> Acessado em 15/12/2020.

VIEIRA, Livia de S. *Métricas editoriais no jornalismo online: ética e cultura profissional na relação com audiências ativas*. Tese de doutorado. Florianópolis: UFSC, 2018.

VIEIRA, Itala Maduell. *JB, um paradigma jornalístico: memória e identidade em narrativas míticas sobre o Jornal do Brasil*. Rio de Janeiro: Editora Autografia, 2020.

VU, Hong. VU, Hong. *The online audience as gatekeeper*. *Journalism: Theory, Practice & Criticism*, v. 15, n. 8, p. 1094-1110, 2014.

WALTZ, Igor. O 'jornalista sentado' e condições de produção: considerações sobre práticas profissionais na comunicação em rede. *Leituras do Jornalismo*. v.2, n.4, julho-dezembro de 2015, p.116-133. Disponível em: <https://www3.faac.unesp.br/leiturasdojornalismo/index.php/leiturasdojornalismo/article/view/69> Acesso em 21 de nov.2021.

ZUBOFF, Shoshana. *The Age of Surveillance Capitalism*. New York: PublicAffairs, 2019.

APÊNDICE - Questionário enviado aos jornalistas

Pesquisa “O uso do WhatsApp no jornalismo”

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Você está sendo convidado(a) a participar, como voluntário(a), da pesquisa intitulada “O uso do WhatsApp como fator de mudança no fazer jornalístico e na identidade profissional”, conduzida por Simone Candida Lima. Este estudo tem por objetivo investigar os impactos do uso de tecnologias digitais de comunicação (e mais especificamente o WhatsApp) no processo de trabalho dos jornalistas que atuam em redações de jornais no Rio de Janeiro, principalmente neste período de pandemia do Coronavírus.

Você foi selecionado(a) por ser jornalista e atuar profissionalmente para veículos de comunicação no Rio de Janeiro. Sua participação é muito importante porque ao responder às perguntas você vai colaborar para o entendimento das mudanças que estão em curso nas redações e afetam tanto os profissionais de jornalismo, quanto o público leitor/consumidor de notícias.

Sua participação não é obrigatória. A qualquer momento, você poderá desistir de participar e retirar seu consentimento. E sua recusa, desistência ou retirada de consentimento não acarretará prejuízo. Sua participação na pesquisa não é remunerada nem implicará em gastos para os participantes.

Sua participação nesta pesquisa consistirá em responder às perguntas de um questionário online no Google Forms, que será acessado por um link, enviado pela pesquisadora por e-mail, WhatsApp ou por qualquer outro meio virtual de sua preferência.

Os dados obtidos por meio desta pesquisa serão confidenciais. O pesquisador responsável se compromete a tornar públicos nos meios acadêmicos e científicos os resultados obtidos de forma consolidada, sem qualquer identificação de indivíduos ou instituições participantes.

Para minimizar quaisquer riscos, nas respostas abertas, nomes de profissionais ou de empresas eventualmente citados pelos respondentes, que possam levar à identificação da fonte, serão trocados por códigos (letras ou números), evitando perigo de comprometimento dos participantes. Isso será feito porque nas respostas abertas os profissionais podem eventualmente citar nomes de empresas, de colegas de trabalho ou chefes, o que poderia acarretar algum tipo de descontentamento ou retaliação. E, dependendo do detalhe da resposta, o profissional pode levar à identificação ou sugestão de onde ocorreu o problema e com quem. Os profissionais poderiam ser repreendidos por revelar processos de trabalho e questões internas de funcionamento das empresas.

Como medidas complementares decorrentes da utilização de ambiente virtual para coleta de dados, o(a) pesquisador(a) responsável assegura que:

Não são utilizadas listas ou outro meio que permitam a identificação e/ou a visualização de seus dados pelos demais convidados ou por outras pessoas.

Você tem o direito de não responder qualquer questão, sem necessidade de explicação ou justificativa.

Você tem o direito de se retirar da pesquisa, bem como retirar seu consentimento para a utilização de seus dados a qualquer momento, sem nenhum prejuízo. Para isso, basta declarar a retirada do consentimento através do e-mail simoncand@gmail.com. Neste caso, o(a) pesquisador(a) responsável afiança que dará a ciência do seu interesse de retirar o consentimento de utilização de seus dados em resposta ao e-mail.

O(A) pesquisador(a) responsável fará o download dos dados coletados para um dispositivo eletrônico pessoal assim que a coleta de dados for finalizada; e apagará todo e qualquer registro do instrumento (questionário online) e suas respostas no Google Forms.

Caso você aceite participar, é muito importante que guarde em seus arquivos uma cópia deste TCLE. Se for de seu interesse, o TCLE poderá ser obtido também na sua forma física, bastando uma simples solicitação através do endereço de e-mail: simoncand@gmail.com. Nesse caso, se perder a sua via física, poderá ainda solicitar uma cópia do documento ao(a) pesquisador(a) responsável.

Endereço institucional do pesquisador responsável: Rua São Francisco Xavier, 524, 10º andar, sala 10.121, bloco F, Pavilhão João Lyra Filho
Maracanã – Rio de Janeiro/RJ – CEP: 20550-900 - CNPJ: 33.540.014/0001-57
Telefone:(21)2334-0757.

Telefone do pesquisador responsável: 21-xxxxx.

Caso você concorde em participar desta pesquisa, peço-lhe que escolha a opção aceitar ao final deste Termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Caso você tenha dificuldade em entrar em contato com o pesquisador responsável, comunique o fato à Comissão de Ética em Pesquisa da UERJ: Rua São Francisco Xavier, 524, sala 3018, bloco E, 3º andar, - Maracanã - Rio de Janeiro, RJ, e-mail: coep@sr2.uerj.br - Telefone: (021) 2334-2180. O CEP COEP é responsável por garantir a proteção dos participantes de pesquisa e funciona às segundas, quartas e sextas-feiras, de 10h às 12h e 14h às 16h.

Os CEP são colegiados interdisciplinares e independentes, de relevância pública, de caráter consultivo, deliberativo e educativo, criados para defender os interesses dos participantes da pesquisa em sua integridade e dignidade e para contribuir no desenvolvimento da pesquisa dentro de padrões éticos.

O tempo médio estimado de resposta é de 5 minutos e, caso tenha interesse, você poderá ter acesso ao relatório com os resultados finais da pesquisa, basta enviar um e-mail para a pesquisadora (simoncand@gmail.com).

Rio de Janeiro, 26 de outubro de 2021.

Simone Candida Lima

QUESTÕES

Você concorda em participar da pesquisa?

Sim ()

Não ()

Você trabalha como jornalista no Rio de Janeiro?

Sim ()

Não ()

Apuração jornalística**Com que frequência você utiliza as redes sociais e aplicativos de mensagens para apuração de uma notícia?**

Diariamente ()

Pelo menos duas vezes por semana ()

Ao menos uma vez por semana ()

Raramente ()

Nunca usou ()

Entre os aplicativos e serviços de comunicação digital, qual você utiliza com mais frequência para trabalhar?

Messenger ()

Facebook ()

WhatsApp ()

Telegram ()

TikTok ()

Instagram ()

Outros ()

Você já fez uma entrevista inteira usando apenas a ferramenta WhatsApp?

Sim ()

Não ()

Em caso positivo, por qual razão? É possível marcar mais de uma resposta.

Por escolha da fonte ()

Porque estava com pressa e era a forma mais rápida de acessar a fonte ()

Porque as pessoas só querem responder por WhatsApp ()

Porque é a prática mais comum entre jornalistas ()

Porque tentei telefonar e o entrevistado não quis falar ao telefone ou não atendeu ()

Porque acho mais eficiente ()

Não sei ()

Não se aplica, porque nunca fiz entrevista inteira por WhatsApp ()

Como você usa WhatsApp em seu trabalho de apuração? Pode marcar mais de uma opção

Faço entrevistas por meios de mensagens de texto ()

Faço entrevistas por meio de mensagens de áudio gravadas ()

Faço entrevistas por chamadas de áudio ()

- Faço entrevistas por chamadas de vídeo ()
 Participo de grupos de WhatsApp de assessores de imprensa e fontes ()
 Faço rondas em grupos diversos em buscar de notícias ()
 Envio e recebo imagens e documentos para fontes ()

Como o uso do WhatsApp para apuração de notícias é visto pela sua chefia/pelo seu contratante

- Positivamente ()
 Negativamente ()
 Nem positivamente, nem negativamente ()
 Não sei ()

Como o uso do WhatsApp para apuração de notícias é visto por você

- Positivamente ()
 Negativamente ()
 Nem positivamente, nem negativamente ()
 Não pensei sobre isso ()

Você já teve algum problema ao usar o WhatsApp para apurar uma matéria? Explique.

Foi criada alguma norma/manual para uso do WhatsApp como ferramenta de apuração na empresa jornalística para a qual você trabalha/presta serviço/faz frilas?

- Sim ()
 Não ()
 Não sei ()

Comparado a outros métodos de entrevista (por telefone, presencial, e-mail), qual a vantagem do WhatsApp?

Resposta:

E qual a desvantagem do uso de WhatsApp?

Resposta:

Durante a pandemia de Coronavírus você passou a utilizar mais o WhatsApp para apuração?

- Sim ()
 Não ()

Eu uso mais as funções do WhatsApp do que a ligação telefônica convencional para conversar com fontes durante o meu dia de trabalho com muita frequência. Qual seu grau de concordância com esta afirmação?

- 1 Discordo totalmente ()
 2 Discordo ()
 3 Nem concordo, nem discordo ()
 4 Concordo ()
 5 Concordo Totalmente ()

Quando usa o WhatsApp para apuração, prefere escrever as mensagens ou gravar áudio para fazer as perguntas? Porquê? Resposta:

E ao receber as repostas? Prefere mensagens escritas ou áudio do WhatsApp? Porquê? Resposta escrita.

Você avalia que a apuração por WhatsApp ...(marque as 5 opções de respostas que mais se encaixam na sua opinião)

Facilita o trabalho ao permitir acesso mais rápido e direto às fontes ()

Dificulta o trabalho de escrever porque as respostas dos entrevistados são mais curtas e superficiais ()

Faz com que a apuração seja menos completa, comparada a outras formas de contato ()

Não interfere no resultado da apuração ()

Está mudando para melhor o modo dos jornalistas trabalharem ()

Está mudando para pior o modo dos jornalistas trabalharem ()

É a melhor forma de trabalhar nos dias atuais ()

Torna a entrevista mais pobre, ao não permitir que o repórter veja as reações do entrevistado ()

Diminuiu bastante a frequência com que os repórteres fazem coberturas presenciais ()

É usada com exagero pelos jornalistas ()

É um mal necessário ()

Permite que o jornalista faça um maior de matérias ao longo de sua jornada de trabalho ()

Deixa a fonte mais blindada a perguntas que ela não quer responder ()

O trabalho do jornalista

Na sua percepção, o processo de trabalho nas redações vem mudando nos últimos...

5 anos ()

10 anos ()

20 anos ()

Quais os principais impactos do uso de ferramentas digitais (como o WhatsApp, p. ex.) no seu trabalho como jornalista?

Resposta: -----

Quais as principais mudanças que você observa no processo de trabalho desde que ingressou na profissão? Explique com suas palavras

Resposta: -----

Cite uma mudança positiva no processo de trabalho do jornalista:

Resposta: -----

Cite uma mudança negativa no processo de trabalho do jornalista:

Resposta:-----

Coronavírus e WhatsApp

Você contraiu Coronavírus?

Sim ()

Não ()

Não sei ()

Você teve medo de trabalhar durante a pandemia?

Sim ()

Não ()

Em que medida o uso do WhatsApp facilitou seu trabalho durante a pandemia?

1 – Facilitou pouco ()

2- Facilitou um pouco ()

3- Neutro ()

4 – Facilitou ()

5 – Facilitou muito ()

Qual foi o comportamento do chefe da redação para o qual vc trabalha/presta serviço/faz frila durante a pandemia?

Teve cautela e manteve as equipes em home office, só enviando para as pautas essenciais ()

Manteve em home office somente os funcionários que tinham comorbidades e moravam com familiares idosos ou com comorbidades ()

Não teve cuidado nenhum com as equipes, mandando as equipes de reportagem para todas as pautas ()

Teve cuidado em algumas situações, mas, de modo geral, mandou equipes para pautas sem avaliar riscos ()

Não sei informar ()

Em que medida você teve dificuldade de cumprir suas pautas durante a pandemia de Coronavírus?

1 - Nenhuma dificuldade ()

2 – Pouca dificuldade ()

3 – Neutra ()

4 – Dificuldade ()

5 – Muita dificuldade ()

Complete...**No trabalho em home office eu... (pode escolher mais de uma resposta)**

Tive dificuldade de fazer entrevistas ()

Tive que fazer reportagens sobre lugares aos quais não pude ir por estar em isolamento ()

Tive dificuldade de cumprir pautas que antes era facilmente executáveis ()

Deixei de cumprir as pautas por problemas técnicos ()

Tive Covid ()

Fiquei angustiado, nervoso ou tive minha saúde mental afetada de alguma forma ()

Tive medo de ser demitido ()

Tive diminuição de renda ()

Não consegui trabalhar em vários momentos por causa das notícias de mortes e doentes ()

Não tive nenhuma dificuldade ()

Fiquei totalmente dependente do uso do WhatsApp para falar com as fontes ()

Perfil profissional

Idade:

Você se reconhece como _____

Tempo de Profissão:

Com relação a cor/raça, você se reconhece como:

Qual função você exerce?

Qual sua renda mensal?

Qual a sua forma de contrato/acordo de trabalho?

Quantas horas você trabalha por dia, em média?

O veículo para o qual você trabalha (onde publica ou para o qual presta serviço) usa o conteúdo noticioso que você produz em qual formato? É possível marcar mais de uma opção.

Impresso ()

On line ()

TV ()

Rádio ()

Conteúdos diversos nas redes sociais ()

Newsletter ()

Podcast ()

Empresa para a qual você trabalha/presta serviço/faz frilas. Escolha a principal fonte de renda...

O Globo/Extra/Valor ()

O Dia ()

Folha de S.Paulo ()

O Estado de S. Paulo ()

Meia Hora ()

Prefiro não informar ()

Outros ()