

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

Pressão do tempo no webjornalismo

Uma análise sobre a identidade do webjornalista na produção de *hard news* em um
contexto de convergência

Sarita González Fernandes

Brasília, 2017

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

Pressão do tempo no webjornalismo

Uma análise sobre a identidade do webjornalista na produção de *hard news* em um
contexto de convergência

Sarita González Fernandes

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Mestra em Comunicação Social pela linha de pesquisa Jornalismo e Sociedade.

Brasília, 2017

UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA
FACULDADE DE COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Pressão do tempo no webjornalismo

Uma análise sobre a identidade do webjornalista na produção de *hard news* em um
contexto de convergência

Sarita González Fernandes

Orientadora: Profa. Dra. Thaís de Mendonça Jorge

Banca: Profa. Dra. Thaís de Mendonça Jorge (UnB)
Profa. Dra. Dione Oliveira Moura (UnB)
Dra. Francilaine Munhoz de Moraes (CLDF)
Profa. Dra. Elen Cristina Geraldes (Suplente)

*Aos amores da minha vida – Klaus, Clorízia, Donato,
Pilar, Francisco, Santiago e Rocky – com os quais vivo
preciosos instantes de felicidade, e que foram escolhidos
para compartilhar o meu tempo até o fim.*

Agradecimentos

À minha mãe, Clorízia, e ao meu pai, Donato, por me darem tanto amor; pelos exemplos de simplicidade; por me impulsionarem para o estudo e o conhecimento; por me inspirarem a ser feliz a cada instante.

À minha irmã, Pilar, e ao meu irmão, Francisco, por serem duas fontes de inesgotável carinho e amparo; pela sensibilidade que comove; pelas memórias; pelo sentimento de que nunca estarei sozinha.

Ao meu noivo e melhor amigo, Klaus, por ser meu companheiro de vida; pela paciência e apoio incondicionais em todos os momentos do mestrado; pela força e energia em tempo integral; pela alegria de viver todos os dias ao seu lado desde os nossos 13 anos de idade.

Ao meu sobrinho e afilhado, Santiago, que iluminou o ano de 2016 com a expectativa de sua chegada e, deste então, preenche os nossos corações com ternura e amor.

Ao meu cachorrinho Rocky, por me levar para passear em todos os momentos de angústia.

A todos os meus familiares, agradeço pelo carinho e apoio incondicionais, especialmente à minha prima, Kelly, à minha tia Tere, e à minha sogra, Kátia.

À professora Thaís de Mendonça Jorge, pela confiança e parceria; pela sinceridade e autenticidade; por me fazer crescer a cada correção e conversa.

À Universidade de Brasília e à Faculdade de Comunicação por me acolherem e me mostrarem um mundo diferente.

À Fundação de Apoio à Pesquisa do Distrito Federal (FAPDF) por apoiar minha pesquisa e meu trabalho, e por ter me dado condições de seguir em frente.

Aos meus grandes amigos que me acompanharam durante a caminhada: Sílvia Mendonça, pelo companheirismo; Larissa Alberti, pela certeza; Marianna Rios, pela confiança; Larissa

Rodrigues, pela leveza; Isabella Nascimento, pela espontaneidade; Giulia Batelli, pela bondade; Rafael Miller, pela parceria; Rayane Silva, pela doçura; Albino Farias, pela lealdade; Jimena Nóbrega, pela alegria; Cristiane Bonfanti, pela força; Raquel Sousa, pela inspiração; Expedhita Pardim, pelo otimismo; Sara Bueno, pelo humor.

Aos meus companheiros, mestrandos e doutorandos, pela parceria ao longo de dois anos: Fernando Strongren, Vinícius Pedreira, Hadassa Ester, Giselle Pecin, Diana Fernandes, Camilla Shinoda, Felipe Canova e Isa Stacciarini. Agradeço aos queridos Cristiano Anunciação pela força; e ao Alberto Marques pelo apoio. Às estimadas Mariana Fagundes e Thalyta Bonfim pela amizade. Em especial, agradeço à Juliana Bulhões pela dedicação em ajudar, pelo encorajamento e pelo amparo a qualquer hora.

Aos professores que marcaram o meu mestrado: Dione Moura, Elen Geraldês, Tânia Montoro, Fábio Pereira e Nélia Del Bianco, e a todos os professores da vida, desde aqueles que me ensinaram as primeiras palavras e me fizeram chegar até aqui.

A todos os colegas de jornalismo e, principalmente, àqueles com quem trabalhei em redação em dias difíceis e apaixonantes.

Aos veículos de jornalismo que me permitiram fazer as pesquisas e aos jornalistas que neles trabalham.

Aos alunos de graduação da FAC-UnB, que me permitiram ensaiar meus primeiros passos na vida acadêmica, oportunidades dadas pelas professoras Thaís e Dione.

Aos pequenos e pequenas do Hospital da Criança de Brasília, por me darem uma nova perspectiva acerca do tempo, e por tornarem as minhas tardes de sexta-feira mais doces.

Aos motoristas e cobradores de ônibus de Brasília que possibilitaram minhas idas e vindas.

Aos funcionários da Biblioteca Reitor João Herculino, do UniCEUB, e da Biblioteca Central da Universidade de Brasília, pelo espaço e grande auxílio nos meus estudos.

Resumo

O advento da internet e da web provocou mudanças no jornalismo no que tange à forma de produzir, publicar e veicular notícias, e levou ao surgimento do webjornalismo. Tempo e jornalismo sempre caminharam juntos, mas as novas ferramentas tecnológicas e a pressão do chamado “tempo real” sugerem um tensionamento das rotinas produtivas nas redações convergentes. Atrelado a isso, as redações iniciaram um processo de convergência de meios, com impactos também sobre os profissionais da notícia. Para investigar a relação entre as especificidades do tempo no webjornalismo e a identidade profissional dos webjornalistas, esta pesquisa utilizou métodos qualitativos: foram empregados recursos inspirados na etnografia; observação e entrevistas com jornalistas de três veículos, dois de Brasília e um de São Paulo, capital. A pesquisa tem por objetivo mostrar como esses profissionais trabalham e se relacionam em meio a uma acelerada produção de notícias, contexto em que as *hard news* – notícias que precisam ser divulgadas com rapidez – suscitam ainda mais urgência. Como resultado, constataram-se diferentes perfis de jornalistas em termos de atribuições e de relação com o tempo operando em redações convergentes. Ademais, perceberam-se profissionais fortemente impactados pela pressão do tempo, sobretudo no momento de publicar uma notícia na web. Isso tudo acontece atrelado ao aumento de atividades e funções devido a demissões e à preocupação com os portais jornalísticos concorrentes, o que denota uma profunda identificação com a necessidade de ser ágil e veloz. A partir da teoria do *newsmaking*, reflete-se sobre a cultura profissional e o modo de fazer notícias no webjornalismo, num cenário de velocidade.

Palavras-chave: tempo; webjornalismo; convergência; identidade profissional; *hard news*.

Abstract

The advent of the internet and the web brought about changes in journalism as regards the way of producing, publishing and broadcasting news, and led to the emergence of web journalism. Time and journalism have always walked together, but the new technological tools and the pressure of the so-called “real time” suggest a tensioning of productive routines in convergent newsrooms. Linked to this, the newsrooms began a process of media convergence, with impacts also on news professionals. To investigate the relationship between the specificities of time in web journalism and the professional identity of web journalists, this research used qualitative methods: resources inspired by ethnography; systematic observation and interviews were applied with journalists from three vehicles, two from Brasilia and one from São Paulo, capital. The research aims to show how these professionals work and relate in the midst of an accelerated production of news, a context in which hard news – news that needs to be released quickly – evoke even more urgency. As a result, the study verified different profiles of web journalists in terms of assignments and time operating in convergent newsrooms. In addition, it was noticed that these professionals are strongly impacted by the pressure of time, especially in the moment of publishing a story on the web. All of this is linked to the increase in activities and functions due to layoffs and concern with competing journalistic portals, which denotes a deep identification with the need to be agile and fast. From the theory of newsmaking as its background, the study reflects on the professional culture and the way of making news in web journalism in a scenario of hurry.

Key-words: time; web journalism; convergence; professional identity; *hard news*.

Lista de quadros e figuras

		<i>Pág.</i>
Quadro 1	Fases da pesquisa	89
Quadro 2	Detalhes da pesquisa	101
Quadro 3	Produção no <i>Veículo A</i>	102
Quadro 4	Produção no <i>Veículo C</i>	108
Quadro 5	Tarefas na produção da notícia	129
Quadro 6	Atualização de manchetes	131
Figura 1	Etapas da produção da notícia	132
Figura 2	Pontos de pressão sobre os jornalistas do portal no <i>Veículo C</i>	137

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO	12
1.1 Problema	17
1.2 Objetivos	17
1.2.1 Objetivo geral	17
1.2.2 Objetivos específicos.....	18
1.3 Justificativa	18
CAPÍTULO 2 – TEMPO, JORNALISMO E IDENTIDADE PROFISSIONAL	20
2.1 Ponteiros históricos e filosóficos	20
2.2 Influência do relógio mecânico na sociedade: “tempo é dinheiro”	22
2.2.1 Jornalismo também é dinheiro	26
2.2.2 Tempo e jornalismo: uma relação bilateral	30
2.2.3 Encurtamento de tempo e espaço: jornalismo a caminho de mudanças	33
2.3 Profissão, ocupação, emprego, função.....	36
2.3.1 Teorias funcionalista, interacionista e “novas teorias”	37
2.3.2 Jornalista: ser ou não ser um profissional?.....	38
2.4 <i>Newsmaking</i> e os profissionais do tempo	43
2.4.1 Noticiabilidade e valores-notícia.....	47
2.4.2 Tipos de notícias e relação com o tempo	48
2.5 Identidade: reflexões sobre si mesmo e o outro.....	50
2.5.1 Identidade profissional	52
2.5.2 Jornalistas e identidade.....	55
CAPÍTULO 3 – WEBJORNALISMO E PRODUTORES DA NOTÍCIA	58
3.1 Múltiplas denominações	58
3.2 Origens do jornalismo na web	59

3.2.1	Evolução do webjornalismo	61
3.2.2	Convergência inacabada e webjornalistas circunstanciais	63
3.3	Mídias sociais e demanda por notícias	67
3.4	Singularidades do webjornalismo	71
3.4.1	Convergência/Multimedialidade.....	71
3.4.2	Hipertextualidade	72
3.4.3	Instantaneidade.....	72
3.4.4	Interatividade.....	73
3.4.5	Personalização/Customização do conteúdo	73
3.4.6	Memória	74
3.4.7	Ubiquidade	75
3.5	Especificidades das práticas no webjornalismo	76
3.6	Webjornalismo e a pressão do “tempo real”	79
3.6.1	Noticiabilidade, concorrência e fontes no webjornalismo	82
3.6.2	Pressão do tempo da pauta à publicação: <i>deadlines</i> sem fim.....	85
3.6.3	Identidade profissional no webjornalismo	87
CAPÍTULO 4 – METODOLOGIA.....		89
4.1	Construindo o objeto.....	89
4.1.1	Inspiração etnográfica: convivendo com profissionais sem tempo.....	90
4.1.2	Observação sistemática: a cada clique, uma etapa e um tempo	94
4.2	Entrevistas: relatos de experiências na web.....	96
4.3	Por dentro da metodologia	97
CAPÍTULO 5 - PESQUISA EMPÍRICA: ANÁLISE E RESULTADOS		100
5.1	Estudo nos <i>Veículos A e C</i>	100
5.1.1	Jornalistas, convergência e produção no <i>Veículo A</i>	101
5.1.1.1	O tempo na redação no <i>Veículo A</i>	105

5.1.2 Jornalistas, convergência e produção no <i>Veículo C</i>	107
5.1.2.1 O tempo na redação do <i>Veículo C</i>	118
5.2 Tarefas, tempo, concorrência e identidade nos três veículos	121
5.2.1 Multitarefa: os tentáculos do “jornalista sentado”	122
5.2.1.1 Observação de tarefas	127
5.2.2.2 Práticas no <i>Veículo A</i>	128
5.2.2.2.1 Tempo e atualização contínua.....	130
5.2.2.3 Práticas no <i>Veículo C</i>	131
5.2.2 Pressão do tempo: origens e consequências	135
5.2.3 Concorrência em “tempo real”: a corrida por acessos	145
5.2.3.1 Monitorando a concorrência.....	148
5.2.3.2 Redes sociais: fontes e a batalha das <i>curtidas</i>	149
5.2.4 Identidade: jornalistas e webjornalistas.....	151
5.3 Considerações preliminares	160
CONSIDERAÇÕES FINAIS	165
REFERÊNCIAS	171
GLOSSÁRIO	181

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

Tempo e jornalismo se relacionam numa dinâmica na qual, de um lado, está o caráter de novidade impregnado no sentido das notícias e, de outro, a contribuição do jornalismo para a “construção de uma cultura do tempo presente” (FRANCISCATO, 2005, p. 63). A marca do tempo no jornalismo – em que os profissionais da notícia trabalham tensionados pelo caminhar dos ponteiros do relógio – abre passagem à pesquisa que tenta encontrar respostas para o impacto da pressão do tempo sobre a identidade profissional dos jornalistas no âmbito do webjornalismo¹, este imbuído da ideia de “tempo real” e velocidade, dada a tecnologia em que se insere. Nesse cenário, a produção das chamadas *hard news* – notícias que devem ser veiculadas em caráter de urgência – elevam a reflexão a respeito de como os jornalistas as operam em meio a essa temporalidade particular.

Como explicam Maia e Agnez (2015), a internet adentrou o jornalismo e proporcionou possibilidades tecnológicas à produção da notícia. Em seguida, emergiu uma nova plataforma para publicar e disseminar notícias, que culminou no webjornalismo. A ideia de convergência que viram nascer as redações de jornalismo implica uma reestruturação dos processos de produção da notícia em meio à multimídia, o que alcança também os profissionais que nelas trabalham, como apontam Salaverría e Negredo (2008).

Se a convergência tem a ver não apenas com a confluência de diferentes meios, mas também com os responsáveis pela produção e publicação das notícias, de que forma convergência e tempo – este último intrínseco ao jornalismo, às redações e aos jornalistas – se encontram? A convergência já existe plenamente nas redações de jornalismo? Se sim ou não, como estão ajustados os tempos entre os jornalistas tradicionalmente do impresso e aqueles que já começaram no jornalismo atuando na web?

¹ A nomenclatura *webjornalismo* dá ideia de “jornalismo feito na web e para a web” (CANAVILHAS, 2014, p. 3) e é a utilizada neste trabalho. Por conseguinte, para referências aos jornalistas da web, será usado o termo *webjornalista*, o qual poderá ser relativizado e substituído por “jornalista de web” ou, simplesmente, “jornalista”. O tema será retomado no Capítulo 3.

Em tempos em que determinada parcela da sociedade está munida de aparatos tecnológicos para acessar² informações, diante de acontecimentos quentes ou de última hora, muitas pessoas recorrem às notícias disponíveis na web. Seja pela tela do computador, dos *smartphones* ou *tablets*, são poucos cliques ou toques até se saber o que aconteceu, mesmo que de forma preliminar: a queda de um avião, a morte de um ídolo, uma manifestação instaurada. O acesso à internet e a variados dispositivos de leitura e consumo de notícias cresceram no Brasil e, ainda que não se queira ou não se pretenda ter acesso a notícias, elas se revelam para quem tem perfis em redes sociais como *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *WhatsApp*.

É certo que conteúdos produzidos para tele e radiojornais, que outrora eram publicados apenas na mídia eletrônica tradicional, são hoje transmitidos para quem acessa a web, por meio de portais de notícias, aplicativos em dispositivos móveis ou embutidos em conteúdos textuais de matérias em sites noticiosos. Quem são os jornalistas que produzem notícias especificamente para a web, as quais chegam ao público em poucos minutos?

A pesquisa “Perfil do jornalista brasileiro” (MICK; LIMA, 2013) registra a existência de aproximadamente 145 mil jornalistas profissionais no Brasil. Desse total, 54,5% trabalham na mídia, ou seja, na produção de notícias para jornais, revistas, telejornais, radiojornais ou em “novas mídias via internet”. Dos que atuam na mídia³, 76% têm o trabalho totalmente (38,6%) ou em grande parte (37,8%) publicado na internet. Segundo a pesquisa, “o percentual de trabalhadores cujo trabalho é distribuído na internet é bem maior que o de jornalistas que produzem diretamente para internet” (MICK; LIMA, 2013, p. 54). Na web, a velocidade do meio e a rapidez com que se lê e se consomem notícias imprimem um ritmo de produção da notícia aos jornalistas, que mais parecem máquinas de veicular informações a serem absorvidas e redistribuídas pelo público ávido.

Não apenas os jornalistas tiveram o trabalho deles impactado por fatores como a “compressão do tempo-espaço” (HARVEY, 1996) e o surgimento das novas tecnologias

² De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2015 (PNAD 2015), do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), há 102,1 milhões de brasileiros com acesso à internet, o equivalente a 57,5% da população.

³ A pesquisa aponta que 63,9% do trabalho realizado diariamente por jornalistas de mídia é voltado para mídias tradicionais, como jornais (44,9%) e revistas (22,1%), agregadas a atividades na web. Além disso, o equivalente a um terço dos profissionais da mídia trabalha em televisão (21,4%), rádio (11,6%) e cinema (0,6%).

atreladas à simultaneidade e à intemporalidade (CASTELLS, 1999). Assim como prevalece a rapidez no consumo de informações (em forma de texto, imagens ou vídeos), vive-se uma época em que se endeusa o presente, o instante, o efêmero e a velocidade das pessoas e das relações que estabelecem entre si. Ganha força o fenômeno de ser aquilo que se publica (seja uma foto ou um texto) e o instante recebe primazia. Depois disso, tudo já é considerado velho demais.

A “vida líquida”, de Bauman (1997), que dialoga com a intensificação do sentimento de urgência na sociedade, invadiu salas de aula, hospitais, bancos e outros meios nos quais os profissionais experimentaram perdas e ganhos atrelados à tecnologia em suas rotinas e na relação com o público que recebe os serviços. A presente pesquisa se atém aos profissionais da área de jornalismo, mais especificamente, àqueles imersos no webjornalismo em um contexto de convergência entre a redação da tradicional mídia impressa e os portais de notícias que os veículos de jornalismo adotaram, em diferentes momentos e de diferentes maneiras, a partir do advento da web em meados da última década do século XX. O trabalho tem por objetivo estudar como a pressão do tempo na produção de *hard news* para a web influi na autoimagem dos jornalistas da contemporaneidade.

A opção por analisar os produtores da notícia para a web em redações tradicionais vem da necessidade de investigar possíveis especificidades dos jornalistas que operam diretamente com a web, os quais utilizam novas ferramentas tecnológicas, trabalham em meio a um curto tempo de publicação e utilizam diferentes linguagens. Ademais, escolheu-se tratar da pressão do tempo sobre a produção de *hard news* em lugar de analisar as notícias frias (ou atemporais), que também têm lugar na rede, por conta do caráter de urgência das chamadas “notícias duras”, pois o tempo é um agente no problema de pesquisa.

A intenção de estudar a influência da pressão do tempo sobre a identidade profissional dos jornalistas que produzem para a web parte da busca de compreender como os jornalistas veem a si mesmos e enxergam os colegas de equipe e de profissão, no cenário de convergência em que estão inseridos. Também leva-se em conta a convergência no sentido dos elementos que se relacionam nas notícias veiculadas na web – texto, fotografia, áudio e vídeo – produzidos por esses jornalistas.

A dissertação está dividida em cinco capítulos, a começar por este, introdutório (Capítulo 1). Na próxima parte do trabalho, no Capítulo 2, será traçado um panorama

histórico e filosófico sobre a percepção do ser humano a respeito de seu lugar no mundo diante do tempo, bem como a representação deste e as invenções desenvolvidas para o controle do tempo na sociedade. A relação entre tempo e dinheiro vinculada ao trabalho também é explorada nesse capítulo como forma de prenunciar a correspondência entre o trabalho dos jornalistas em empresas de comunicação e o papel do tempo como ponto de tensão na produção de notícias e busca pela novidade – aspecto intrínseco ao jornalismo –, e a venda de notícias associada à concorrência mercadológica.

Nesse sentido, mergulha-se no papel do tempo no jornalismo com o intuito de se mostrar a busca dos jornais pela veiculação das notícias de modo cada vez mais rápido, sequencial e simultâneo, aliado às tecnologias para produção e disseminação das notícias. Um dos pontos tratados nesse capítulo vai ao encontro das transformações na sociedade, que culminaram numa diminuição da relação tempo-espaço (HARVEY, 1996), que diz respeito à redução das fronteiras e à aceleração do tempo.

Em sequência, no Capítulo 3, isso será associado à invenção da internet, seguida da web, e os impactos desse processo no webjornalismo. Para se chegar às práticas produtivas, será feita uma explanação acerca do profissionalismo jornalístico e da construção da identidade profissional dos jornalistas ao longo do tempo. O *newsmaking*, abordado no Capítulo 2, é a teoria que permeia essa análise, aliada à relação entre tempo e cultura profissional dos jornalistas, no ambiente de redações de jornalismo, sendo que o processo de produção das notícias ganha foco, considerando-se as mudanças ocorridas com o advento da internet e da web na produção e transmissão das notícias.

Ainda no Capítulo 3, será delineada a trajetória do webjornalismo, desde o advento da internet e da web até o lançamento dos primeiros jornais on-line, com associações a outras nomenclaturas e aos três primeiros estágios do jornalismo na web (PAVLIK, 2001): inicialmente com a transposição dos jornais impressos para o meio digital, depois com a criação do *hiperlink* e da linguagem hipermediática. No terceiro estágio, com o desenvolvimento de matérias na internet, de forma personalizada. A quarta geração do ciberjornalismo (BARBOSA, 2008) se define a partir do chamado Modelo Jornalismo Digital em Bases de Dados (JDBD), com implicações sobre a convergência jornalística, que se associa a uma quinta geração do jornalismo ligado às mídias móveis (BARBOSA, 2013).

A respeito da convergência jornalística, levanta-se reflexão sobre o processo de integração das redações que nasceram com o jornal impresso e viram a chegada da web

nos processos produtivos e na distribuição de notícias, a partir daquele momento, na internet. Tais considerações têm a ver com a crise dos jornais impressos e impactos nos jornalistas que operam em meio a essa transição. Para – além da convergência de tecnologias nas redações, de uso pelos profissionais da imprensa –, isso não necessariamente implicou mudanças nas práticas jornalísticas ou beneficiou a vida dos profissionais nem a qualidade da notícia.

As mídias sociais também ganham espaço nesse capítulo por terem sido, nos últimos anos, incorporadas pelo jornalismo, pelas empresas de jornalismo e pelos próprios jornalistas no processo de distribuição de notícias (BRADSHAW, 2014), e na associação à conquista de novos leitores e a um possível lucro.

Faz-se, ainda, um aprofundamento das características do webjornalismo a partir de Palacios (2004) e Canavilhas et al (2014): multimídia/convergência, hipertextualidade, instantaneidade, interatividade, personalização/customização do conteúdo, memória e ubiquidade. Todas essas características são colocadas em foco a fim de se problematizar a relação de cada uma com o trabalho desenvolvido pelos jornalistas. Por fim, para se chegar à pressão do tempo sobre os webjornalistas, explicita-se a ideia de “tempo real” associado ao webjornalismo, bem como a necessidade de rapidez e o “fetiche da velocidade” (MORETZSOHN, 2002) para que, nos capítulos seguintes, seja possível alcançar a problematização sobre o impacto da aceleração nas rotinas produtivas dos profissionais da notícia.

Mais adiante, no Capítulo 4, o trabalho traz os procedimentos metodológicos adotados para a realização da pesquisa de campo, formada por duas fases, a primeira realizada com jornalistas de dois veículos de comunicação com redação em Brasília, e a segunda com profissionais de um jornal de São Paulo, capital. A disposição da pesquisa organiza-se cronologicamente – com os veículos identificados como *Veículo A*, *Veículo B* e *Veículo C*. No *Veículo A* – com redação que integra jornal impresso e web – aplicou-se estudo de inspiração etnográfica⁴, observação sistemática e entrevistas. No *Veículo B* – portal de notícias oriundo e vinculado a uma rede de televisão – foi realizada apenas entrevista. No *Veículo C* – também um jornal que integra impresso e portal de notícias – foi aplicado estudo de inspiração etnográfica, observação sistemática e entrevistas. Entre as três redações, ao todo, foram entrevistados oito

⁴ A especificidade da metodologia foi sugerida pela professora de Metodologia da Comunicação do Programa de Pós-graduação da Faculdade de Comunicação da UnB, Elen Geraldês, durante a disciplina.

jornalistas. O estudo no *Veículo A* teve duração de um dia e, no *Veículo C*, levou dois dias. O capítulo também traz definições teóricas acerca de cada um dos métodos e técnicas adotados, e a relação com o objeto de pesquisa.

O Capítulo 5 vem com as análises e resultados da pesquisa, que mostram diferentes níveis de integração entre as redações que foram adentradas, o que traz à tona variados perfis de produção jornalística para a web, e tempos diferentes entre esses profissionais. Os que trabalham diretamente com a web se percebem não tão jornalistas quanto os demais, mas, sim, como máquinas, pois trabalham em meio a uma velocidade que os impede de ir para a rua, e limita a construção de notícias criativamente e com qualidade. De um modo geral, os entrevistados que produzem diretamente para a web se sentem fortemente tensionados pelo tempo, dada a alta produtividade a que são delegados, os cortes nas redações convergentes e a supervalorização da concorrência e do furo jornalístico.

1.1 Problema

Como a pressão do tempo no webjornalismo em meio à produção de *hard news* impacta a identidade dos webjornalistas no contexto de convergência?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Entender de que forma o tempo interfere na identidade dos jornalistas e os tensiona na produção de notícias urgentes para a web em redações integradas, levando-se em conta particularidades do webjornalismo, como a multimidialidade e a instantaneidade. Investigar como a exigência da rapidez na execução das tarefas interfere na identidade dos webjornalistas, tendo como pontos de referência a pressão do tempo e o contexto de convergência das redações de jornalismo.

Pretende-se mostrar, além disso, como o modelo de convergência tecnológica, empresarial, cultural e social em que se vive incide sobre as redações jornalísticas, em especial sobre os jornalistas, e como todo esse cenário envolve a questão do tempo.

1.2.2 Objetivos específicos

- Entender como os webjornalistas convivem com a pressão do tempo na produção de *hard news*;
- Identificar possíveis aspectos que tensionam o tempo no trabalho dos webjornalistas;
- Detectar possíveis agravantes no trabalho dos webjornalistas e na percepção sobre o trabalho em redações integradas, oriundos da pressão do tempo.

1.3 Justificativa

A busca por adentrar o universo da pesquisa tendo como foco a relação entre tempo e trabalho dos jornalistas da web parte, primeiramente, da experiência prévia da pesquisadora em uma redação web de um veículo jornalístico, o que contribuiu para levantar questionamentos e problematizações acerca do tema. Ademais, a intenção de pesquisar o assunto advém da impressão de que – embora ao longo dos últimos anos tenha-se avançado nas pesquisas sobre o webjornalismo no âmbito da tecnologia, da linguagem e dos receptores da notícia – haja necessidade de se explorar o impacto do tempo sobre os profissionais que operam em meio à urgência. O próprio consumo de notícias por parte dos leitores é tão veloz que, muitas vezes, parece olvidar-se de que os produtores e alimentadores dos sites com notícias não são robôs, mas jornalistas que aprenderam a fazer notícia seguindo princípios como a verdade, apuração ética e um padrão de qualidade.

Neste contexto, emergem questões ligadas à crise enfrentada pelos jornais impressos (ADGHIRNI, 2012): precarização das condições de trabalho dos jornalistas como um dos resultados desse fenômeno (MAIA; AGNEZ, 2015); modelo de negócios de notícias na web ainda em processo; evolução das redes sociais no jornalismo como ferramentas de produção de notícia e de interatividade com o público (BRADSHAW, 2014); o desafio de aprendizagem e manuseio de novas tecnologias agora imersas no processo de produção da notícia; e a opressão do chamado “tempo real”, provocando novas questões às rotinas produtivas e impulsionando a concorrência entre os veículos de jornalismo. Tantos pontos ainda em aberto e em processo de transição,

inevitavelmente, chamam atenção para a continuação de uma problematização já iniciada por outros autores em investigações anteriores.

A pesquisa tomou fôlego, sobretudo, por ter como foco os jornalistas, profissionais com relevante importância na sociedade no sentido de informar, investigar, fiscalizar e formar opinião, nem sempre vistos dessa forma. Julgamentos apressados muitas vezes deixam de considerar os novos desafios impostos à prática profissional, onde a primazia do “tempo real”, a ideia de convergência, o uso interativo da tecnologia, entre outros fatores, são testados a cada dia.

Objetiva-se, ainda, com esta pesquisa, ouvir os jornalistas que produzem para a web, com o intuito de se obter relatos acerca de como percebem o trabalho que desempenham, tendo em vista o fator tempo e a convivência, num mesmo espaço, de profissionais de distintas épocas. O estudo etnográfico adotado para a pesquisa dá conta apenas do presente e do que é observado, porém, ganha mais força com as entrevistas, capazes de colher depoimentos profundos dos profissionais, a fim de se obter um panorama entre passado e presente, sobre o que mudou e o que ainda está em transição.

Ainda que todos os jornalistas de todas as mídias sejam pressionados pelo tempo no processo de produção da notícia, e que o tempo os influencie dentro e também fora da redação, este trabalho pretende explorar as especificidades do webjornalismo relacionadas a um modo de fazer cada vez mais rápido, e os impactos da relação espaço-temporal na identidade dos profissionais.

CAPÍTULO 2 – TEMPO, JORNALISMO E IDENTIDADE PROFISSIONAL

2.1 Ponteiros históricos e filosóficos

O estudo sobre a pressão do tempo no processo de produção da notícia, por conseguinte, na identidade profissional dos webjornalistas, pressupõe um percurso histórico sobre o tempo e suas significações. Ao longo da evolução da humanidade, homens e mulheres alteraram o modo de perceber a eles mesmos, o mundo e a transição do tempo. Delgado (2006, p. 33-34) explica que “o olhar do homem no tempo e através do tempo traz em si a marca da historicidade”, já que “são os homens que constroem sua visão e representação das diferentes temporalidades e acontecimentos que marcaram sua própria história”. Para entender a transição do tempo, foram desenvolvidas diversas formas de compreendê-lo e registrá-lo, com base desde variações temporais climáticas até fenômenos relacionados a observações astronômicas (WHITROW, 1993).

As pinturas de cerca de 20 mil anos atrás encontradas em cavernas pré-históricas do Paleolítico não tinham um intuito de comunicação, mas de expressão em um sentido mágico, com representações de animais, provavelmente para impulsionar a caça (GIOVANNINI, 1987). Tais representações, segundo Whitrow (1993), eram feitas a partir de uma memória de eventos passados, ainda que não houvesse uma diferenciação nítida entre pretérito, presente e futuro. O autor conta que a transformação da linguagem oral em símbolos escritos propiciou um sentido de permanência, já que estes transcendem o tempo. O homem primitivo já tinha consciência da transição da vida para a morte – diferentemente dos animais, que não sabem que vão morrer e vivem em um ininterrupto presente –, além de desenvolver uma consciência das transições da natureza e, portanto, das épocas em que as condições das plantas e dos animais eram mais vantajosas para a caça e a coleta de alimentos (WHITROW, 1993). Com relação à consciência humana sobre a morte, Bauman (1997, p. 191) explica que é esta que move a humanidade: “Se a morte algum dia fosse derrotada, não haveria mais sentido em todas aquelas coisas que eles laboriosamente juntam, a fim de injetar algum propósito em sua vida absurdamente breve”.

No Egito Antigo (3.000 a.C.), o tempo era visto como fases rotineiras que se davam de forma sucessiva; os egípcios não tinham uma noção clara da diferença entre passado e futuro, sendo o mundo visto como permanente (WHITROW, 1993). Para

numerar os anos, Whitrow revela que os egípcios se baseavam no reinado dos faraós, ou seja, sem seguir uma sucessão linear. Leite e Winter (1999) destacam que os egípcios foram os primeiros a adotar um calendário solar, no qual um ano tinha 12 meses de 30 dias cada, além de cinco dias adicionais ao final do ano. Assim, cada ano no calendário egípcio tinha 365 dias. Segundo Whitrow (1993), o mais antigo relógio solar foi inventado pelos egípcios, já que a localização geográfica do país possibilitava a relação entre a observação do Sol e os diferentes momentos ao longo de um dia.

Na Grécia Antiga (1.100 a.C. - 146 a.C.), os filósofos pré-socráticos tinham diferentes entendimentos a respeito do tempo. Whitrow (1993) relata que Heráclito acreditava em um mundo eterno e na mudança perpétua das coisas, em fluxo. Para Anaximandro, por sua vez, o tempo era um juiz: qualquer ato de injustiça cometido por homens e mulheres ao longo da vida seria revelado e julgado pelo tempo. Já Parmênides defendia a existência apenas do tempo presente em continuidade – eterno e imutável –, sendo passado e futuro incompletos. Na Grécia Clássica (1.200 a.C.), o tempo não era visto como um deus, tendo ganhado esta percepção apenas na Civilização Helenística (WHITROW, 1993). Whitrow também conta que, enquanto para Platão o tempo era fruto do universo – e ambos inseparáveis –, para o discípulo Aristóteles, a consciência do tempo se originava da consciência da mudança entre o que veio antes e o que virá depois. Reichmann (1981) destaca que Platão foi o primeiro a dar um conceito de instante para a filosofia: para o pensador, o instante se posicionava entre o movimento e o repouso, e era nesse ínterim que surgia a mudança.

Os hebreus – cuja semana de sete dias foi herdada dos babilônios – viam o tempo de modo linear, e não cíclico, além de o tempo presente para eles não ter limites claros, sendo contínuo, porém, sofrendo influências do passado e do futuro (WHITROW, 1993). A ideia de mundo linear era assim interpretada também no Cristianismo Primitivo, no Império Romano, segundo o autor. Em *Confissões* (1984), Santo Agostinho diz acreditar que o tempo é fruto de uma criação divina, e discute insistentemente a existência de passado, presente e futuro: “De que modo existem esses dois tempos – passado e futuro –, uma vez que o passado não mais existe e o futuro ainda não existe? E (...) o presente, se permanecesse sempre presente e não se tornasse passado, não seria mais tempo, mas eternidade” (AGOSTINHO, 1984, p. 339).

No Império Romano, o calendário passou por ajustes até que se chegasse ao calendário juliano (46 d.C.), em homenagem ao imperador Júlio César. Leite e Winter

(1999) contam que este calendário deixou de ser lunar para se tornar solar, tendo sido influenciado pelos egípcios. No calendário juliano, o primeiro mês do ano passou a ser janeiro, em vez de março, além de ter sido criado o ano bissexto. Carente de reformas, este calendário foi substituído pelo gregoriano em 1582, pelo papa Gregório XIII, e adotado gradativamente em vários países do mundo.

Até o século XIV, apenas a Igreja se preocupava com a divisão e a medição do tempo em unidades menores que não o calendário, inclusive após a invenção do relógio mecânico (WHITROW, 1993). Segundo Whitrow, antes deste, foram registradas tentativas de medir o tempo em outros lugares, como na China, onde foram desenvolvidos relógios de água ou clepsidra, considerados sofisticados, mas de uso astrológico, entre os séculos II e XI. Mesmo que não tenha inventado o relógio, a civilização maia, na América, se dedicou a criar calendários. Gendrop (1998) descreve a obsessão daquele povo pelos fenômenos do céu, pela recorrência das estações do ano e pela relação entre a vida e a morte. O autor conta que os maias foram os únicos povos a usar dois calendários ao mesmo tempo: o calendário litúrgico tinha 260 dias e o calendário solar, 365, ambos tendo sido desenvolvidos a partir da observação e fascínio pelo sol e pela lua. Assim, a unidade de tempo era o dia, e não horas, minutos e segundos.

2.2 Influência do relógio mecânico na sociedade: “tempo é dinheiro”⁵

Os sinos da vida medieval teriam ajudado na invenção do relógio mecânico entre 1280 e 1300 – em meio ao controle da Igreja Católica sobre a disciplina da vida monástica (WHITROW, 1993). Tal criação terminaria por impactar no controle e na manipulação do tempo na sociedade, por exemplo, a partir da adoção da hora de 60 minutos como unidade de trabalho na indústria têxtil, antes contada pelo dia: “O problema da duração da jornada de trabalho era de particular importância nesse ramo da indústria, em que os salários representavam parte considerável dos custos de produção” (WHITROW, 1993, p. 126). Embora durante longo período o tempo fosse relacionado a catástrofes ambientais e festas religiosas, o desenvolvimento das cidades e o aumento da circulação de dinheiro fizeram com que este passasse a ser associado à vida cotidiana: “Muitas das classes médias não tardaram a perceber que ‘tempo é dinheiro’, devendo,

⁵ Frase atribuída a Benjamin Franklin.

portanto, ser cuidadosamente regulado e usado com economia” (WHITROW, 1993, p. 128-129). Thompson (1998) também atesta ter havido uma mudança social a partir da difusão de relógios no século XIV.

De fato, a visão sobre o tempo variou entre a Idade Média (séculos V a XV) e o Renascimento (séculos XIV a XVII). Durante a primeira, havia uma ideia de tempo linear, enquanto, na segunda, vigorava o pensamento de um tempo cíclico com valorização do passado e de uma característica destrutiva do tempo (WHITROW, 1993). Com o Iluminismo no século XVII ou “século das luzes”, segundo Whitrow, a perspectiva sobre o tempo passou a ser otimista e direcionada para o futuro. Em *Crítica da Razão Pura*, Kant (2001, p. 75) afirma que o tempo “é condição formal *a priori* de todos os fenômenos em geral”, limitando-se o espaço “enquanto forma pura de toda a intuição externa, como condição *a priori*, simplesmente aos fenômenos externos”.

Ainda no contexto do Iluminismo, Harvey (1996, p. 228) destaca a “flecha do tempo”, interpretada como “linear progressiva e regressivamente” em uma visão mecânica de mundo – tal como Newton considerava o tempo absoluto (HAWKING, 2015) –, mas que declinaria posteriormente, no século XIX:

O conceito de passado e futuro como elementos vinculados linearmente pelo tique-taque do relógio permitiu o florescimento de toda espécie de concepções científicas e históricas. Em semelhante esquema temporal, era possível ver a retrovisão e a previsão como proposições simétricas, assim como formular um forte sentido de potencialidade de controle do futuro (HARVEY, 1996, p. 228).

Para ilustrar as tentativas históricas de organização da vida humana em torno do tempo, Castells (1999, p. 458) conta a experiência russa no final de 1699. Segundo o autor, aquele país considerava o tempo eterno e, após uma viagem a nações estrangeiras, o czar Pedro, o Grande, mudou o calendário em vigência para o europeu ocidental. Assim, o ano passaria a ter início não em setembro, como até então, mas, sim, no mês de janeiro: “(...) as reformas de Pedro, o Grande, em termos mais amplos introduziram a distinção entre o tempo do dever religioso e o tempo secular a ser dedicado ao Estado” (CASTELLS, 1999, p. 458).

Thompson (1998, p. 268-269) explica que, ao longo do século XVII, “a imagem do mecanismo do relógio se expande, até que, com Newton, toma conta do universo”, mas foi em meados do século XVIII que “o relógio já alcançara níveis mais íntimos”,

também por conta da disseminação de relógios construídos em igrejas e outros locais públicos nas cidades. Isaac Newton manteve a crença de Aristóteles na existência de um tempo absoluto, ou seja, para ele, havia possibilidade de calcular o intervalo de tempo entre dois acontecimentos sem equívocos, independentemente de quem fizesse a medição, sendo o mais importante o instrumento utilizado (HAWKING, 2015). Desse modo, segundo o autor, tempo e espaço seriam totalmente segregados e autônomos. Dois séculos depois, com a teoria da relatividade, de Albert Einstein, caiu por terra a ideia de que o tempo era absoluto: “Parece que cada observador deve ter sua própria medição de tempo, registrada pelo relógio que usa, e que relógios idênticos carregados por observadores diferentes não necessariamente estão de acordo” (HAWKING, 2015, p. 35). Outros tipos de relógio foram inventados ainda no século XVII, como o relógio de pêndulo, que se difundiu no final da metade daquele século e contribuiu para a precisão, tendo o relógio com ponteiros de horas e minutos se espalhado apenas posteriormente (THOMPSON, 1998).

Foi com a Revolução Industrial – a qual emergiu na Inglaterra por volta de 1760 – que o tempo passou a influenciar fortemente a vida das pessoas (FRANCISCATO, 2005). O autor aponta a energia a vapor, a partir da Revolução Industrial, como sendo um dos grandes aspectos que, no século XIX, transformaram o sentido de tempo. Ele destaca que, naquele período, a organização do trabalho nas fábricas implicava horários rígidos aos funcionários, em um sistema no qual não se podia desperdiçar horas. Whitrow (1993) especifica:

Os operários de fábrica (...) tinham que trabalhar sempre que a máquina a vapor estivesse funcionando. Isto obrigou as pessoas a serem pontuais, com relação não apenas à hora, mas também ao minuto. O resultado é que, diferentemente de seus ancestrais, tenderam a se tornar escravas do relógio (WHITROW, 1993, p. 180).

Hobsbawn (1977, p. 50-51) explica a eclosão da Revolução Industrial como “o acontecimento mais importante na história do mundo” no qual “foram retirados os grilhões do poder produtivo das sociedades humanas, que daí em diante se tornaram capazes de multiplicação rápida, constante, e até o presente ilimitada, de homens, mercadorias e serviços”. O período foi acompanhado de um vertiginoso crescimento demográfico: no século XVIII, tanto a população da Inglaterra, quanto da Europa aumentaram (BRAUDEL, 1996). Mas o mesmo autor destaca também as perdas de tal

progresso: “A Revolução Industrial corresponde a uma nova e perturbadora divisão do trabalho, que preservou e apurou seus mecanismos, e não sem múltiplas e desastrosas consequências sociais e humanas” (BRAUDEL, 1996, p. 550). Thompson (1998) relata que, entre os anos 1790 e 1840 da Revolução Industrial, os trabalhadores experimentaram uma intensa exploração, a qual se refletia em “maior insegurança” e em “miséria humana”. No centro deste processo estava o capitalismo, descrito por Wood (1999, p. 12) como:

(...) um sistema em que os bens e serviços, inclusive as necessidades mais básicas da vida, são produzidos para fins de troca lucrativa; em que até a capacidade humana de trabalho é uma mercadoria à venda no mercado; e em que, como todos os agentes econômicos dependem do mercado, os requisitos da competição e da maximização do lucro são as regras fundamentais da vida. Por causa dessas regras, ele é um sistema singularmente voltado para o desenvolvimento das forças produtivas e o aumento da produtividade do trabalho através de recursos técnicos.

Thompson (1998, p. 279) lembra que a disseminação de relógios, de um modo geral, aconteceu quando a Revolução Industrial demandava trabalho cada vez mais sincronizado, aspecto associado pelo autor à atenção ao tempo referente ao trabalho: “O pequeno instrumento que regulava os novos ritmos da vida industrial era ao mesmo tempo uma das mais urgentes dentre as novas necessidades que o capitalismo industrial exigia para impulsionar o seu avanço”. O autor explica que, antes da introdução de máquinas industriais com produção em grande escala, os padrões de trabalho eram irregulares, em um contexto de flexibilidade de exercício de funções e horas de trabalho que podiam ser reduzidas ou estendidas: “O padrão de trabalho sempre alternava momentos de atividade intensa e de ociosidade quando os homens detinham o controle de sua vida produtiva” (THOMPSON, 1998, p. 282).

Em uma perspectiva histórica, Harvey (1996, p. 189) explica que, por mais que tempo e espaço sejam vistos pelo senso comum como fatores naturais e dados, “cada modo distinto de produção ou formação social incorpora um agregado particular de práticas e conceitos do tempo e do espaço”, sendo tais concepções “criadas necessariamente através de práticas e processos materiais que servem à reprodução da vida social”. No contexto do capitalismo, segundo o autor, os ritmos de tempo e espaço são rompidos em meio à efemeridade. Ainda segundo Harvey (1996, p. 207), também

com relação ao capitalismo, tempo, espaço e dinheiro se concatenam, já que “o dinheiro pode ser usado para dominar o tempo”, além de que “inversamente, o domínio do tempo e do espaço pode ser reconvertido em domínio sobre o dinheiro”.

Depois disso, em meio ao capitalismo industrial aliado a um trabalho mais sincronizado, surgiram ações com o intuito de controlar fortemente a disciplina de trabalho nas fábricas, mediante fiscalização das atividades desempenhadas (THOMPSON, 1998). Segundo o autor, o diretor da fábrica monitorava a hora de entrada e de saída dos trabalhadores e guardava o relógio de pulso utilizado para isso a sete chaves, sendo o gestor o único a administrá-lo, exemplifica o autor, que destaca que “nesse ponto, já em 1700, estamos entrando na paisagem familiar do capitalismo industrial disciplinado, com a folha de controle do tempo, o controlador do tempo, os delatores e as multas” (THOMPSON, 1998, p. 291).

Diante da densa disciplina de trabalho instaurada, Thompson (1998) enfatiza, primeiramente, a resistência, e, depois, a luta dos operários em busca de mudanças:

A primeira geração de trabalhadores nas fábricas aprendeu com seus mestres a importância do tempo; a segunda geração formou os seus comitês em prol de menos tempo de trabalho no movimento pela jornada de dez horas; a terceira geração fez greves pelas horas extras ou pelo pagamento de um percentual adicional (1,5%) pelas horas trabalhadas fora do expediente. Eles tinham aceito as categorias de seus empregadores e aprendido a revidar os golpes dentro desses preceitos. Havia aprendido muito bem a sua lição, a de que tempo é dinheiro (THOMPSON, 1998, p. 294).

Desse modo, Thompson (1998, p. 297) explica que a “nova disciplina do tempo”, constituída a partir “da divisão de trabalho, supervisão do trabalho, multas, sinos e relógios, incentivos em dinheiro, pregações e ensino, supressão das feiras e dos esportes” acabou por ser internalizada e reforçada por instituições que não as fábricas têxteis, como as escolas, onde as crianças incorporavam desde cedo uma disciplina com relação ao tempo a partir de uma série de atividades.

2.2.1 Jornalismo também é dinheiro

As distâncias físicas também diminuiriam com a Revolução Industrial. Hobsbawm (1977) explica que, a partir de 1760, uma viagem de Londres para Glasgow passou de 10 a 12 dias para apenas 62 horas. Whitrow (1993) destaca a implantação de sistemas de transporte organizados, sobretudo com o advento das estradas de ferro, que

propiciaram mais velocidade no deslocamento de pessoas. Além disso, no século XIX, a Revolução Industrial provocou nas pessoas um sentido de tempo voltado ao lazer, levando em consideração o tempo dedicado ao trabalho: “A revolução industrial levou (...) à abolição geral de feriados baseados em festas religiosas porque era antieconômico manter ociosas as fábricas” (WHITROW, 1993, p. 183).

O aprimoramento do sistema de transportes também impactou a distribuição de notícias no século XIX, segundo Whitrow (1993, p. 182-183):

Embora a origem dos jornais, pelo menos na Inglaterra, possa ser retrçada até a panfletagem feita pelas diferentes facções na época da guerra civil, na década de 1640, só nos últimos anos do século XVIII, com a introdução da mala-posta, e no século XIX, com as ferrovias, tornou-se possível levar rapidamente as últimas notícias e comentários esclarecidos sobre elas a cidades e aldeias de todo o território.

A invenção da prensa gráfica por Johannes Gutenberg na segunda metade do século XV propiciaria o surgimento dos jornais dois séculos depois (JORGE, 2007). Vale lembrar que, na China e no Japão, a impressão já era uma prática no século VIII, com o método de “impressão em blocos” de madeira, mais adequada para culturas que utilizam ideogramas (BRIGGS; BURKE, 2006). Antes disso, os *tipaos chineses* (202 a.C.) e a *acta romana* (59 a.C) (JORGE, 2013) consistiram em outras formas de veicular informações, bem como as gazetas do fim do século XV, as notícias manuscritas (século XVI) e os pasquins do mesmo período (ALBERT; TERROU, 1990). Na Inglaterra do século XVII, foram desenvolvidos os *newsbooks*, os quais continham narrações de fatos do cotidiano e informações governamentais (FRANCISCATO, 2005). Pena (2005) conta que as primeiras publicações jornalísticas apareceram na Alemanha, nos Países Baixos e na Inglaterra no início do século XVII, e o jornal diário começou na Alemanha em 1650.

Nos séculos XVII e XVIII, o jornalismo periódico seria responsável por transformar hábitos sociais (FRANCISCATO, 2005). Além disso, segundo Franciscato (2005), o próprio processo mecânico de imprimir notícias em menor tempo caracterizou-se como o aspecto tecnológico preponderante para que a distribuição de notícias passasse de uma prática informal e exígua para um sistema mais abrangente.

Além da energia a vapor, diversas invenções afetariam o “desempenho” e a “função social” das notícias, tais como as rotativas e a locomotiva (JORGE, 2007, p. 58). Segundo Müller (2012, p. 147), todas essas inovações diminuiriam os custos dos

jornais, aumentando, conseqüentemente, o alcance do público, tornando-se o jornalismo, no período do final do século XVIII e começo de do século XIX “uma atividade em si, um empreendimento de editores especializados no negócio de publicações noticiosas que, por sua vez, passaram a contratar pessoas que exerciam o que viria a ser o jornalismo contemporâneo”. No contexto brasileiro, o desenvolvimento da imprensa começou tarde, já que a Coroa Portuguesa não queria que a rejeição que sofria na colônia fosse veiculada, além do ínfimo progresso dos centros urbanos e das taxas de alfabetismo, embora circulassem panfletos, e a sociedade também se valesse da comunicação oral (CAPELATO, 1988). Segundo Capelato (1988), com a chegada da Família Real Portuguesa em 1808, a criação da Imprensa Régia impulsionou o surgimento de jornais, tendo surgido nesse mesmo ano o *Correio Braziliense*, que era impresso em Londres, e a *Gazeta do Rio de Janeiro*.

Portanto, a temporalidade jornalística, segundo Franciscato (2005), foi afetada pela invenção do relógio mecânico, pela transformação no sistema de transportes e pela revolução no processo de transmissão de informações:

Os efeitos destas inovações tecnológicas sobre a temporalidade jornalística podem ser percebidos ao considerarmos três aspectos: os efeitos da tecnologia sobre a transmissão de conteúdos jornalísticos (...); os efeitos sobre os modos de produção da notícia enquanto uma organização complexa e multifuncional; e os efeitos sobre as capacidades, habilidades e possibilidades do jornalista em manejar esta tecnologia no seu cotidiano (FRANCISCATO, 2005, p. 38-39).

A ideia desenvolvida por Franciscato (2005) aponta que, não apenas no chamado “sentido social de tempo” e na temporalidade jornalística, mas também na sociedade, de um modo geral, o avanço tecnológico – tanto na aceleração do sistema de transportes, como na revolução da transmissão de informações, com o jornal impresso, o telégrafo, o rádio, por exemplo – causou impactos profundos. Entretanto, segundo ele, a tecnologia “não estabelece nem estrutura estas práticas por si” (FRANCISCATO, 2005, p. 142).

Assim, segundo o autor, entre o final do século XIX e início do século XX, o jornalismo vivenciou transformações referentes ao crescimento da produção, veiculação e consumo de jornais, fatos associados à lucratividade e ao aumento da concorrência entre organizações jornalísticas. Um exemplo foi o surgimento e a proliferação da *penny press*, também como fator de mudança na associação entre tempo e jornalismo (FRANCISCATO, 2005). Blondheim (1994 *apud* Franciscato, 2005) afirma que a

penny press, símbolo da velocidade da notícia, motivou ardente concorrência entre veículos, fixando a ideia de que tempo também representava dinheiro quando se tratava de jornalismo.

Neveu (2006) frisa que o jornalismo como atividade empresarial se potencializou nos Estados Unidos ainda no século XIX, sobretudo devido a dois fatores: o primeiro deles é a força do capitalismo no país, que incluiu o emprego da publicidade nas publicações jornalísticas; o segundo é a liberdade de imprensa, que se firmou no país a partir de 1791, sendo o aval necessário para que os jornais fossem publicados com viés mercantil. “Os barões da imprensa são empresários de forças políticas, o que dissocia o jornalismo do engajamento partidário. A lógica empresarial contribui assim para uma profissionalização forçada”, observa Neveu (2006, p. 25). A partir da Revolução Francesa foi praticada e instaurada a noção de liberdade de imprensa, símbolo das reivindicações dos jornalistas desde então, temida pelos governos mundo afora (ALBERT; TERROU, 1990).

Ao falar do campo jornalístico, Traquina (2005a, p. 27) faz uma metáfora de “um campo magnético com dois polos”: o polo positivo é a definição do jornalismo como um serviço de informação e fiscalização para a sociedade, e o outro polo, o econômico, é o de que “mesmo desde antes do século XIX, o jornalismo tem sido um negócio e as notícias uma mercadoria que tem alimentado o desenvolvimento de companhias altamente lucrativas”. Em uma perspectiva marxista, Kunczik (2002, p. 83) diz que “onde existe a concorrência do capital, a única coisa que tem importância na produção de notícias é a maximização do lucro”.

Entre o final do século XIX e início do XX, a introdução do maquinismo nas redações levou às redações de jornal aparatos como as máquinas fotográficas e de escrever, além do telégrafo e do telefone (MÜLLER, 2012). No mesmo período, segundo Müller (2012), instauraram-se as rotinas produtivas nas redações, transformações estas que se associam aos modelos da atividade industrial, o taylorismo e o fordismo, os quais refletiam a relação entre produção e lucro. No taylorismo, idealizado por Frederick Taylor, a organização do trabalho estaria centrada na divisão de tarefas entre os operários (PINTO, 2007). Segundo Pinto (2007), Taylor acreditava que a produtividade elevada era diretamente proporcional aos lucros da empresa, e que essa forma de organização poderia dominar o tempo de trabalho dos operários, na medida em que cada operação seria cronometrada. Na origem da dinâmica dos jornais

impressos, a organização do trabalho presumia a divisão de tarefas, de acordo com a função de cada um na equipe: o repórter, que apura e escreve; o editor, que corrige e coordena; o diagramador, que organiza as informações nas páginas; o fotógrafo, responsável pelas imagens. Segundo Müller (2012, p. 150) esta estrutura se manteve corrente “até que o advento da era digital colocasse em xeque todo o modelo de negócio dessas empresas, impondo-lhes o desafio de se reinventarem ou sucumbirem”, embora algumas empresas jornalísticas ainda prossigam dessa maneira.

Já no fordismo, segundo Pinto (2007, p. 42), a ideia era que o objeto de trabalho fosse “num mecanismo automático que percorresse todas as fases produtivas, sucessivamente, desde a primeira transformação da matéria-prima bruta até o estágio final (como o acabamento do produto, por exemplo)”, já que o modelo – concebido por Henry Ford – visava uma produção em grande escala e consequente aumento do consumo, a partir de uma padronização do que era fabricado. O jornalismo se associa ao fordismo desde a estruturação das redações; porém, mais ainda quando ocorre o processo de informatização pelo qual passaram os jornais a partir da década de 1960, com aumento de produtividade, diminuição de custos, e, conseqüentemente, crescimento de lucro, mas também extinção de funções e concentração de funções em um mesmo jornalista, fenômeno ascendente de acordo com o avanço da convergência midiática nas redações (MÜLLER, 2012).

2.2.2 Tempo e jornalismo: uma relação bilateral

Franciscato (2005) elencou cinco aspectos temporais que estão entrelaçados ao jornalismo: instantaneidade, simultaneidade, periodicidade, novidade e revelação pública. A instantaneidade, que dá ideia de redução máxima de intervalo de tempo entre eventos, está presente no jornalismo no que diz respeito à transmissão de informações que aconteceram há pouco. Como visto, o aprimoramento do sistema de transportes no século XIX reduziu o tempo dispendido para a veiculação de jornais. Ademais, ainda que tivesse limitações, o telégrafo – inventado por Samuel Morse no século XIX – potencializou a disseminação de informações a longa distância e com rapidez, e “se tornou componente de um processo de mudança no modo de vivenciar o tempo e o espaço no século XIX” (FRANCISCATO, 2005, p. 46).

De acordo com o autor, entre os séculos XIX e XX, as empresas jornalísticas, já devidamente organizadas conforme um sistema industrial vivenciavam a sede de alcançar a instantaneidade por conta da periodicidade dos jornais diários ou até mesmo com mais de uma edição por dia, o que impactava diretamente nas rotinas produtivas dos jornalistas, a partir dos chamados horários de fechamento. Sobre a periodicidade, Franciscato (2005, p. 136) afirma que a produção e a divulgação de notícias de forma regular “tornou-se um dos marcos sociais e culturais dos dois últimos séculos, afetando diversas relações, conteúdos e procedimentos sociais”. Além disso, segundo o autor, a periodicidade vai ao encontro da ideia da emergência de uma necessidade das pessoas de consumir notícias de modo regular e cada vez mais rapidamente. Boorstin (1971, p. 4) explica a busca pelo novo propiciada pelas notícias, em ascensão na sociedade americana do século XX:

Todos nós experimentamos uma certa expectativa ao abrir nosso jornal no café da manhã ou nosso jornal da noite no jantar, ou escutando o boletim radiofônico todas as horas enquanto dirigimos nosso carro, ou ainda assistindo ao nosso comentarista predileto interpretar, para nós, na televisão, os acontecimentos do dia. Nesse momento, mesmo, muitos americanos dinâmicos se ocupam de nos permitir satisfazer essa espera. Muitos poderiam se encontrar sem emprego se de repente moderássemos nosso apetite por notícias. Portanto, somos nós que de fato fazemos prosperar essa indústria, exigindo que eles preencham nossa consciência de fatos novos – que eles desempenhem para nós o papel de Deus.

Mas Franciscato (2005) atribui a essa necessidade de absorver notícias tanto à carência das pessoas em acompanhar a evolução dos fatos noticiados quanto por conta do aprimoramento tecnológico do processo de produção da notícia. Franciscato (2005, p. 142) também acredita que a periodicidade adotada na instituição jornalística “tornou-se um modo de ordenar o tempo social com capacidade não apenas de controle e normatização, mas de criação de formas, práticas e processos sociais e materiais ou simbólicos”. Ao falar da periodicidade, Pena (2005, p. 37) discute a apreensão social do tempo e o modo como ele é controlado e organizado socialmente: “A experiência da temporalidade está diretamente ligada à evolução histórica e tecnológica, influenciando diretamente a transformação da imprensa até seu estabelecimento como veículo diário”. De volta à instantaneidade, Franciscato (2005) acredita que o desenvolvimento da tecnologia auxiliou a velocidade com que as notícias eram transmitidas, e que o desejo

de noticiar informações o mais próximo do instantâneo alterou as práticas do jornalismo. Além disso, segundo o autor, “esta capacidade surpreendente de colocar o leitor no ‘tempo dos eventos’ só se tornou possível pela constituição histórica de uma instituição denominada de jornalismo” (FRANCISCATO, 2005, p. 123).

A simultaneidade, outro aspecto temporal que está vinculado ao jornalismo veio à tona em dimensões macro e microsocial (FRANCISCATO, 2005). Em âmbito macro, Whitrow (1993) destaca as reuniões mundiais, a partir do final do século XIX, na tentativa de padronizar a mensuração do tempo entre os países, durante a Conferência Internacional do Meridiano, em Washington (EUA), em 1884. Na dimensão micro, o mesmo autor destaca o hábito crescente das pessoas de usarem relógios de bolso ao longo do século XIX. A simultaneidade também se revelou a partir da periodicidade de veiculação de jornais, que influenciou os hábitos de leitura dentro de casa ou em espaços públicos, estabelecendo “um novo laço ou vínculo social”, como se todos estivessem lendo ao mesmo tempo (FRANCISCATO, 2005, p. 131).

Refletir sobre o jornalismo pressupõe pensar em notícias novas, o aspecto novidade. Franciscato (2005, p. 151) coloca a novidade como um dos principais pontos da noticiabilidade e explica que “a busca por notícias mais recentes fez editores e repórteres redobram seus esforços para tornarem os leitores informados com rapidez, acelerando todo o processo de produção”. O autor também posiciona o tempo presente como sendo construído socialmente a partir de práticas jornalísticas no dia a dia das rotinas produtivas, o que também implica limitações. Para Jorge (2015, p. 30), “não existe nada mais velho que o jornal de ontem”, já que “o novo é o primeiro quesito da notícia”. Pena (2005) explica que costuma-se confundir novidade com atualidade. Segundo o autor, embora ambos os aspectos estejam relacionados com temporalidade, não necessariamente a atualidade consiste em um fato novo, e “refere-se ao tempo da veiculação e não da ocorrência do fato” (PENA, 2005, p. 41).

Franciscato (2005, p. 159) também relaciona a revelação pública com a temporalidade jornalística, já que a enunciação das notícias ocorre no tempo presente: “A veiculação pública de conteúdos jornalísticos, sejam eles referidos a fatos recentes ou revelados publicamente desencadeia ações também num tempo presente”. Ademais, o autor ressalta que, nos séculos XVIII e XIX, os jornais foram um dos pontos que contribuíram para a “construção de uma cultura do tempo presente”, aliado a outras produções culturais. Martino (2009, p. 5) lembra que a atualidade “abrange os produtos

da indústria cultural e da cultura em geral, na medida em que são mediatizados ou que fornecem a matéria para a atualidade”, tais como filmes, músicas, entre outros.

2.2.3 Encurtamento de tempo e espaço: jornalismo a caminho de mudanças

Ao longo dos séculos XIX e XX, filósofos fizeram considerações sobre o tempo. Hegel (1997, p. 49) via o tempo como abstrato e tão contínuo quanto o espaço: “O tempo é como o espaço uma pura forma da sensibilidade de ou do intuir; é o sensível insensível, mas assim como a diferença da objetividade e de uma consciência subjetiva contra ela”. Dastur (1990) explica que, para Heidegger, a origem do tempo deve ser buscada dentro do próprio ser humano, ao questionar se não é a própria pessoa o tempo, em vez de acrescentar uma identidade à parte ao tempo.

Transformações sociais e tecnológicas ao longo do século XX provocaram novas percepções sobre o tempo. Harvey (1996, p. 219) aponta que o capitalismo culminou acelerou ritmos, além de diminuir as distâncias espaciais, tendo havido, portanto, uma “compressão do tempo-espaço”, intensificada entre 1970 e 1990:

À medida que o espaço parece encolher numa ‘aldeia global’ de telecomunicações e numa ‘espaçonave terra’ de interdependências ecológicas e econômicas (...), e que os horizontes temporais se reduzem a um ponto em que só existe o presente (o mundo do esquizofrênico), temos de aprender a lidar com um avassalador sentido de compressão dos nossos mundos espacial e temporal (HARVEY, 1996, p. 219).

Segundo o autor, a “compressão do tempo-espaço” causou efeitos sobre a política, a economia, a vida social e cultural, tendo havido tanto uma “aceleração do tempo de giro na produção”, quanto acelerações referentes à troca e ao consumo: “Sistemas aperfeiçoados de comunicação e de fluxo de informações, associados com racionalizações nas técnicas de distribuição (...) possibilitaram a circulação de mercadorias no mercado a uma velocidade maior” (HARVEY, 1996, p. 257).

“Com a velocidade certa, pode-se consumir toda a eternidade do presente contínuo da vida terrena” (BAUMAN, 1997, p. 15). Para o autor, a relação das pessoas com o tempo e o mundo se transforma na medida em que a velocidade ganha preponderância, e enfatiza a questão por meio das expressões “vida líquida” e “modernidade líquida”:

A ‘vida líquida’ é uma forma de vida que tende a ser levada à frente numa sociedade líquido-moderna. ‘Líquido-moderna’ é uma sociedade em que as condições sob as quais agem seus membros mudam num tempo mais curto do que aquele necessário para a consolidação, em hábitos e rotinas, das formas de agir. A liquidez da vida e da sociedade se alimentam e se revigoram mutuamente. A vida líquida, assim como a sociedade líquido-moderna, não pode manter a forma ou permanecer em seu curso por muito tempo” (BAUMAN, 1997, p. 7).

Para Whitrow (1993, p. 203), a dependência com relação ao tempo é maior na chamada “sociedade industrial moderna”, mas diminuiu o “sentido de continuidade com o passado” por conta das transformações velozes no mundo: “Hoje, para muitas pessoas, o tempo se tornou tão fragmentado que apenas o presente parece ter significado; o passado é visto como ‘obsoleto’, e portanto inútil”.

Na chamada sociedade em rede, de Castells (1999, p. 460), o tempo “linear, irreversível, mensurável e previsível”, é transformado em “tempo intemporal”: “(...) Mistura de tempos para criar um universo eterno que não se expande sozinho, mas que se mantém por si só, não cíclico, mas aleatório, não recursivo, mas incursor (...)” (CASTELLS, 1999, p. 460). O autor destaca a ideia de instantaneidade a partir do desenvolvimento de novas tecnologias e enfatiza que “a cultura da virtualidade real associada a um sistema multimídia eletronicamente integrado (...) contribui para a transformação do tempo em nossa sociedade de duas formas diferentes: simultaneidade e intemporalidade” (CASTELLS, 1999, p. 486). Também assinala que o espaço é responsável por modelar o tempo na sociedade em rede, e “dissolve o tempo desordenando a sequência dos eventos e tornando-os simultâneos, dessa forma instalando a sociedade na efemeridade eterna” (CASTELLS, 1999, p. 490).

Da mesma forma, Franciscato (2005, p. 199) considera que o fato de a sociedade ter se tornado mais interligada nas chamadas redes de comunicação impulsiona um “novo modelo informacional de estrutura e organização social”, que, conseqüentemente, tem impacto na “experiência social do tempo”. Castells (1999, p. 25) afirma que a tecnologia não é determinante da sociedade, mas “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas”.

As possibilidades a partir do advento da internet, para Castells, (1999, p. 486), levaram a uma ideia de sincronia de tempos “em um horizonte aberto sem começo, nem fim, nem sequência”. A marca desse fenômeno, segundo o autor, é o hipertexto

multimídia, cuja intemporalidade transforma a percepção das novas gerações que começam a vida já em num outro contexto cultural:

Se as enciclopédias organizaram o conhecimento humano por ordem alfabética, a mídia eletrônica fornece acesso à informação, expressão e percepção de acordo com os impulsos do consumidor ou decisões do produtor. Com isso, toda a ordenação dos eventos significativos perde seu ritmo cronológico interno e fica organizada em sequências temporais condicionadas ao contexto social de sua utilização. Portanto, é simultaneamente uma cultura do eterno e do efêmero” (CASTELLS, 1999, p. 487).

No jornalismo, o tempo é um fator marcante. Segundo Schlesinger (1993, p. 179), “para aquelas culturas em que o tempo cronométrico não desempenha qualquer papel regulativo, os conceitos e o comportamento dos jornalistas pareceriam curiosos e estranhos, se não mesmo patológicos”. Se o modo de produção de notícias já havia sofrido alterações devido a transformações sociais e tecnológicas, no século XX, as novas tecnologias também causaram mudanças na relação entre tempo e jornalismo:

O tempo presente, construção social que fundamenta o jornalismo, torna-se balizado por novas estruturas e práticas. Se as mídias tradicionais têm sido atores privilegiados para a constituição de uma temporalidade social, as redes de comunicação, com aparatos tecnológicos e interacionais, podem levar a mudanças de padrões, procedimentos e concepções (...) (FRANCISCATO, 2005, p. 165).

Franciscato (2005, p. 240) também destaca o jornalismo “por seu imperativo de produzir um relato sobre o tempo presente”, ao mesmo tempo em que também sofre mudanças devido aos “novos fluxos de informação”. Para o autor, as transformações tecnológicas e econômicas no jornalismo fizeram com que a vida social sofresse mudanças. Mas, segundo Franciscato (2005), foram os aspectos sociais e culturais os responsáveis por fixar os sentidos de temporalidade da época. Nos últimos anos do século XX, a eclosão da *World Wide Web* – explorada no Capítulo 3 – traz à tona novas reflexões para o jornalismo, como o “tempo real”, a convergência e mudanças nas práticas profissionais.

2.3 Profissão, ocupação, emprego, função

Autores que estudam a sociologia das profissões costumam definir e comparar os termos “ocupação”, “emprego” e “profissão”. Com base em outros autores, Kunczik (2002, p. 32) explica que a ocupação tende a ser classificada “como um complexo de atividades específicas que se cumprem na maioria dos casos até que termine a atividade econômica e para as quais se requerem capacitação e educação prévia”. Por outro lado, de acordo com o autor, o emprego seria “como um trabalho móvel, casual, variável de caso para caso, ao qual a pessoa se dedica principalmente por motivos econômicos” (KUNCZIK, 2002, p. 32-33). Assim, ocupação e emprego se diferenciam, conforme o autor, no sentido de que a ocupação tem uma característica que vai além de visar dinheiro, mas algo que também forma a personalidade da pessoa. Já os estudos acerca do conceito de profissão, de acordo com Kunczik, apontam que a mesma se insere em um contexto no qual a ocupação exige “conhecimento altamente especializado”; engloba “regulamentos profissionais”; e envolve a criação de um “grêmio formal” para corresponder às necessidades do grupo que pertence a uma determinada ocupação (KUNCZIK, 2002, p. 33).

Dubar (2005, p. 164) explica a variação das definições do termo profissão em certos idiomas: em francês e em português, segundo o autor, o conceito de “profissão” pode ser “a totalidade dos empregos” (sendo estes chamados de *occupations*, em inglês), e as “profissões liberais e científicas” (denominadas *professions*, na mesma língua). Traquina (2005a) concorda e reitera que o termo *occupation* está relacionado a uma determinada atividade com remuneração, enquanto *profession* se restringe a profissões como medicina e direito, consideradas de maior prestígio e tradição. Por outro lado, Dubar e Tripier (1998 *apud* FIDALGO, 2005, p. 3) definem “profissão” das seguintes maneiras:

(1) “qualquer coisa que se enuncia publicamente e que está ligada a crenças político-religiosas” (é a chamada ‘profissão de fé’, o ‘professar certas crenças ou valores’), como (2) “o trabalho que se faz, na medida em que nos permite viver graças ao rendimento que dele retiramos” (esta acepção é próxima da ‘ocupação’ e costuma incluir-se nos elementos básicos de identificação de uma pessoa, a par de nome, estado civil, naturalidade, residência...), ou finalmente como (3) “conjunto de pessoas que exercem o mesmo ofício” (e o sentido, aqui, é próximo do de ‘corporação’ ou de ‘grupo profissional’).

De acordo com Fidalgo (2005), os autores agregam a essas três definições uma quarta, que relaciona profissão a “função”. Dubar e Tripier (1998 *apud* FIDALGO, 2005, p. 3) associam as quatro definições de profissão a quatro enfoques relacionados ao trabalho, sendo eles: a profissão como “declaração”, que direciona para uma “identidade profissional”; a profissão como “emprego”, que equivale a uma “classificação profissional”; a profissão como “ofício”, que presume uma “especialização profissional”; e profissão como “função”, esta última representando uma “posição profissional”. Algumas teorias vão dar conta do conceito de profissão, conforme autores funcionalistas, interacionistas e de estudos posteriores a 1960.

2.3.1 Teorias funcionalista, interacionista e “novas teorias”

Dentro da perspectiva da teoria funcionalista, Angelin (2010, p. 3) resume que, neste princípio, “uma atividade só pode ser considerada uma profissão se ela possuir um conjunto específico e preciso de atributos”, considerando que os autores funcionalistas desenvolvem “uma listagem dos atributos que distingue a profissão da ocupação”. Com base nos estudos funcionalistas, Agnez (2014, p. 29) reitera que os atributos que definem uma profissão podem ser:

A existência de um corpo de saberes controlado pelo grupo e a forma de transmissão e treinamento dele; o controle do acesso ao exercício da atividade; a constituição de associações profissionais; o estabelecimento de códigos deontológicos e de conduta; a reserva de um mercado de trabalho e uma fiscalização sobre as formas de remuneração; e um grau de autonomia que confere determinada autoridade aos profissionais diante dos demais.

Por sua vez, o interacionismo simbólico, segundo Fidalgo (2005), vai tratar, não dos atributos que definem uma determinada profissão, mas, sim, de uma perspectiva de processo de profissionalização. Segundo Rodrigues (2001 *apud* FIDALGO, 2005, p. 5), no interacionismo simbólico, o relevante é “identificar as circunstâncias segundo as quais as ocupações se transformam em profissões”. Dubar (2005) cita Hughes, um dos autores que tratam do interacionismo simbólico, e aborda duas questões dentro da perspectiva do “fenômeno profissional”, sendo elas o diploma (ou *licence*) e mandato (ou *mandate*). O primeiro deles, segundo o autor, está relacionado com uma “autorização legal para exercer determinadas atividades que outras pessoas não podem exercer”, enquanto o segundo consiste na “obrigação legal de assegurar uma função

específica”, sendo ambas “as bases da ‘divisão moral do trabalho’ (HUGHES, 2005 *apud* DUBAR, 2005, p. 177-178). Tal divisão do trabalho, segundo Angelin (2010, p. 7), “é resultado de interações e processos sociais, não se limitando, portanto, como enfatizavam os funcionalistas, ao conhecimento técnico apto a satisfazer as necessidades sociais”. Ainda segundo Hughes (1958 *apud* DUBAR, 2005, p. 187), o trabalho não poderia se restringir a uma atividade meramente em troca de salário, já que “mobiliza a personalidade individual e a identidade social do sujeito, cristaliza suas esperanças e sua imagem de si, engaja sua definição e seu reconhecimento sociais”.

Outros estudos no contexto da sociologia das profissões emergem nos Estados Unidos após os anos 1960, tendo Freidson como um dos teóricos (DUBAR, 2005). As chamadas “novas teorias das profissões” (ANGELIN, 2010) tiveram as seguintes consequências, segundo Rodrigues (2001 *apud* FIDALGO, 2005, p. 6): primeiramente, analisam-se as profissões em um contexto em que se enfatiza a conquista de um estatuto profissional; em segundo lugar, os discursos acerca da profissão “passam a ser analisados como argumentação passível de se tornar em crenças socialmente partilhadas”. Angelin (2010, p. 8) explica que as chamadas novas teorias “ressaltam o papel dos mecanismos econômicos, tendo como base a teoria marxista, e a questão do poder e das estratégias profissionais” e cujos debates incluem temas como “desprofissionalização, proletarização, fechamento e monopólios da profissão”.

2.3.2 Jornalista: ser ou não ser um profissional?

Para Alsina (2009), o profissionalismo jornalístico e o papel do jornalista nos estudos sociológicos têm sido considerados de várias maneiras ao longo do tempo. Segundo o autor, em diferentes momentos do século XX surgiram três modelos de profissionalismo: o *gatekeeper* (anos 1940), o *advocate* (início dos anos 1960) e o *newsmaking*⁶ (metade e final dos anos 1960), relacionados às correntes funcionalista, crítica e interpretativa, respectivamente. Para o funcionalismo, segundo Alsina (2009), a função profissional do jornalista é selecionar acontecimentos que poderão ser noticiados. O autor explica que a corrente crítica entende que o jornalismo não se atém a disseminar informações e deve problematizar a realidade entre os cidadãos. A corrente interpretativa compreende o jornalista como um profissional que constrói a realidade,

⁶ A teoria do *newsmaking* é conceituada e explorada na próxima seção.

estando este em contexto institucionalizado no qual assume uma determinada lógica de produção da notícia.

O jornalismo costuma ser alvo de questionamento sobre ser ou não ser uma profissão. Para Traquina (2005a), os jornalistas passaram por um processo de profissionalização que teve início no século XIX, também por conta da industrialização e do desenvolvimento das cidades, e se prolongou ao longo do século seguinte. Segundo o autor, a reivindicação de profissionalização por parte dos jornalistas se deu com o objetivo de conquistar autonomia e mais liberdade, além de um estatuto social similar ao que funciona para médicos e advogados.

Baseado na sociologia funcionalista, Neveu (2006) resume quatro critérios que constituem uma profissão: a) condições para se ingressar em uma determinada atividade, como, por exemplo, um diploma; b) ter um monopólio sobre a atividade exercida, em comparação com os profissionais da medicina e da advocacia; c) cultura e ética estabelecidas; e d) formação de uma comunidade, na qual os membros compartilhem dos mesmos interesses. O autor questiona tais pontos no âmbito do jornalismo francês, já que a obtenção do que ele chama de “carteira de jornalista” não depende de formação, nem de diploma. Neveu (2006, p. 38-39) também questiona se tal “imprecisão de seu funcionamento profissional”, referindo-se ao jornalismo, não proporciona mais benefícios do que desvantagens para os jornalistas. Segundo ele, “o caos da oferta de informação na Internet pode devolver sentido à necessidade de uma forma de certificado de garantia para o profissionalismo dos jornalistas” (NEVEU, 2006, p. 40).

Kunczik (2002, p. 38) explica que, embora no jornalismo haja uma preocupação em aprimorar a capacitação e isso signifique uma maior profissionalização da área, “não se pode definir claramente o jornalismo como profissão”, já que não há, segundo ele, “uma definição clara da clientela (o público) e há jornalistas (por exemplo, de entretenimento) que só se interessam especificamente por sua ambição pessoal (...)”. Por outro lado, o autor aponta aspectos como a organização dos jornalistas em associações, a delimitação de princípios éticos relacionados ao trabalho e o impulso da formação educacional. Sob outro prisma, no contexto da Alemanha e de outros países do ocidente, o autor ressalta que nem o jornalismo é regulado pelo Estado, nem a entrada dos jornalistas na ocupação é normatizada.

No âmbito de Portugal, Traquina (2005a) conta que o século XIX e parte do século XX tiveram um baixo progresso do jornalismo em termos de valorização da categoria, já que a sociedade convivia com questões políticas que prejudicavam a liberdade. Segundo o autor, no mesmo período, a profissionalização do jornalismo avançava em países como os Estados Unidos e a Inglaterra, por meio de organizações como associações e sindicatos, além de encontros internacionais. Mais do que isso, contribuiu para a profissionalização do jornalismo o impulso na formação e no ensino, mediante a criação de universidades, sobretudo nos Estados Unidos e na França de meados do século XIX. Desse modo, principalmente nos EUA, “os cursos universitários em jornalismo não cessaram de crescer em número e na quantidade de estudantes inscritos desde o começo do século XX” (TRAQUINA, 2005a, p. 85). O autor explica que, na França, embora a discussão sobre a implantação de cursos de jornalismo tenha começado antes do século XX, os debates sofreram resistência. Nesse país, a considerada pequena quantidade de jornalistas do país estudando em escolas especializadas é justificada pelos aspectos do estatuto do jornalista francês, que data de 1935 (NEVEU, 2006).

Além do desenvolvimento de cursos universitários em jornalismo, no século XIX, segundo Traquina, começaram a ser instaurados códigos deontológicos. “O primeiro ‘código de conduta’ localizado para jornalistas apareceu em 1890, e apesar de terem sido registradas ‘máximas’ rudimentares e claras nos fins do século, ninguém parece ter oferecido um código mais formal até 1911” (TRAQUINA, 2005a, p. 88). O autor ressalta que, na França, o primeiro código deontológico foi aprovado em 1918 pelo sindicato do país. No Brasil, a queda da obrigatoriedade do diploma de jornalismo aconteceu em 2009, após decisão do Supremo Tribunal Federal (STF), depois de regulamentação que vinculava o exercício legal da profissão no país à obtenção do grau superior em escola especializada. Silveira e Góis (2015, p. 124) apontam que a mudança colaborou para a legitimação do jornalismo cidadão, com a participação cada vez maior dos cidadãos na transmissão de informações, mas também acabou enfraquecendo o jornalista enquanto profissional, “dificultando a construção de um estatuto público para a atividade jornalística”, o que deixou o jornalista “relegado a um segundo plano, deixando-se o profissional impotente frente às estruturas midiáticas”. Sobre o jornalismo cidadão – também chamado de jornalismo colaborativo ou participativo –

Corrêa e Madureira (2010, p. 159) explicam que este “parte do princípio que qualquer cidadão é um jornalista em potencial, e pode contribuir para a construção do noticiário”.

Ao falar dos salários dos jornalistas ainda no século XIX, Traquina (2005a) conta que estes recebiam quantias ínfimas. Os jornais, segundo o autor, pagavam os jornalistas fixamente por espaço escrito na folha impressa, o que fazia com que muitos aumentassem as notícias que escreviam: “Estas condições de trabalho tinham enormes efeitos na prática jornalística” (TRAQUINA, 2005a, p. 79). Problemas nas condições de trabalho dos jornalistas persistem. No contexto brasileiro, Silveira e Góis (2015, p. 122) destacam o fato de os jornalistas ocuparem vários postos de trabalho para conseguirem sobreviver economicamente e, portanto, “as rotinas estafantes às quais esse grupo profissional tem sido submetido implicam em escolhas éticas conflituosas, nem sempre solucionadas pelo Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros”.

Outro aspecto da profissionalização é o domínio de um saber especializado. No jornalismo, segundo Kunczik (2002) destacam-se as habilidades de preparar, redigir e gerenciar equipes. O crescimento da imprensa, conseqüentemente, implicou o aumento do número de jornalistas atuantes em redações, os quais trabalhavam com certas técnicas e um saber considerado “diferenciado”, como recolhimento de informações, estruturação de narrativas para relatar as notícias, além do uso de uma linguagem particular (TRAQUINA, 2005a). Segundo o autor, tal saber especializado em meio ao trabalho destes profissionais se reflete no fato de que “os jornalistas lidam com todos os aspectos da vida humana; diariamente, reagem a uma avalanche de acontecimentos produzidos por uma variedade de seres humanos, individualmente ou no âmbito de atividades de instituições, partidos, movimentos (...)” (TRAQUINA, 2005a, p. 115). No contexto estadunidense, o autor coloca o lide e a pirâmide invertida como competências e saberes que se manifestavam no fortalecimento de uma autoridade profissional por parte de jornalistas em redações. Para Silveira e Góis (2015, p. 120), o jornalismo consiste em uma profissão, já que existem “conhecimentos e técnicas específicas, um saber-fazer peculiar, bem como responsabilidades políticas – uma prestação de serviços com finalidade pública”.

Ao avaliar o jornalismo nos Estados Unidos, Neveu (2006, p. 23) ressalta que o modelo desenvolvido nesse país vinculou a prática jornalística a determinadas atividades e habilidades, o que fez com que o jornalismo fosse uma “atividade pensável como uma profissão à parte, abrindo a seus praticantes perspectivas de carreira”. Por

outro lado, Pereira (2012) aborda o fato de que o jornalismo dificilmente é associado a um aspecto único e singular, tendo em vista a grande quantidade de atividades que podem ser desempenhadas pelos jornalistas:

Um jornalista pode atuar em uma redação, em reportagem e edição, mas também em gêneros opinativos ou em funções mais administrativas. Pode atuar também majoritariamente como empreendedor ou *freelancer*. Pode ocupar cargos na área de comunicação corporativa e assessoria de imprensa ou atuar na universidade, como professor de jornalismo (PEREIRA, 2012, p. 85).

Ainda hoje, o jornalismo tende a ser visto pelos recém-chegados à área de uma forma romântica e idealizada. Kunczik (2002) revela que muitos se encaram como um “lobo solitário” capaz de enfrentar qualquer tipo de desafio e aventura como um verdadeiro herói, quando, na verdade, os jornalistas podem lidar não com pautas de aventura, mas com um trabalho atrelado a uma determinada rotina. Além disso, se dentro de uma organização jornalística, o jornalista está inserido em uma “hierarquia de trabalho que pode vir a ser o preço que o jornalista terá de pagar para pertencer à profissão” (KUNCZIK, 2002, p. 152). O autor também destaca a forma como os novatos na área se iludem com a ideia de que o jornalismo é uma profissão livre, já que o jornalista cobre acontecimentos inesperados e entrevista pessoas conhecidas e tidas como relevantes na sociedade (podendo se autoconsiderar, por isso, uma pessoa importante); e pela flexibilidade nas horas de trabalho. Neveu (2006) relaciona essa visão romântica do jornalista à imprensa estadunidense, na qual os jornalistas se firmaram como heróis com faro por notícias, como os grandes repórteres, o que delimitou um “modelo de profissionalismo”: “Ser jornalista supõe um relato de campo, a constituição de uma agenda de endereços e das habilidades ligadas a tomar notas, a apurar a informação, ao domínio da situação na entrevista” (NEVEU, 2006, p. 23).

Outro aspecto relacionado ao profissionalismo é a cultura profissional. Kunczik (2002) explica que nas redações de jornal há o hábito dos jornalistas lerem as matérias produzidas não apenas pelos colegas de equipe ou de jornal, também os de profissionais de outros veículos e de outras mídias. Segundo Kunczik (2002, p. 171), a prática existe porque os jornalistas têm uma forte tendência a se voltar para os colegas: “Seu próprio grupo ocupacional é seu grupo de referência”. Ainda no contexto das redações, o profissionalismo jornalístico é explicado por Soloski (1993) como um aspecto que comanda o comportamento dos jornalistas de duas formas ligadas: ao implementar

padrões e normas comportamentais, e ao definir o “sistema de recompensa profissional”: “Uma vez que o profissionalismo estabelece normas de conduta para os jornalistas, é desnecessário para organizações jornalísticas individuais estabelecer arbitrariamente regras e regulamentos elaborados para os membros do *staff*” (SOLOSKI, 1993, p. 95). Ademais, segundo o autor, como característica do profissionalismo dos jornalistas, as empresas do setor não precisam implementar programas de aprendizagem de alto custo para os jornalistas que acabam de chegar à redação, já que estes se iniciam com um determinado conhecimento acerca da profissão.

Viu-se até aqui de que forma o ser humano desenvolveu formas de interpretar o tempo e criou instrumentos capazes de registrá-lo, até que esses últimos passassem a influenciar a regulação do tempo na vida das pessoas, inclusive no trabalho, tendo como cenário aspectos como o desenvolvimento urbano, a circulação de dinheiro e a Revolução Industrial. No âmbito do jornalismo, que já carrega em si o fator tempo, tais mudanças e seus reflexos influenciaram no modo de veiculação das notícias, com impactos em aspectos como a simultaneidade e a periodicidade das notícias, as quais também refletiram no modo como as pessoas consumiam notícias, o que foi legitimado com a emergência do jornalismo como atividade empresarial. Mudanças de cunho social e tecnológico acabaram por trazer novas questões acerca do tempo, também com o encurtamento das distâncias no espaço, por exemplo, a partir da internet, com a qual a velocidade se tornou preponderante, o que também marca o jornalismo, tendo este sido alvo de questionamentos sobre constituir uma profissão. Feitas as considerações anteriores, a seguir, mergulha-se na teoria do *newsmaking* e suas especificidades para compreender o trabalho dos jornalistas e o relacionamento entre eles em meio ao tempo, até se chegar à identidade profissional.

2.4 *Newsmaking* e os profissionais do tempo

Para analisar a pressão do tempo nas rotinas produtivas e no processo de produção da notícia, tendo como foco os webjornalistas, faz-se necessário refletir sobre a teoria do *newsmaking*. Antes disso, é preciso situar a preponderância do fator tempo sobre a vida dos jornalistas e no trabalho que desempenham.

Schlesinger (1993, p. 177) explica que “para os jornalistas o domínio da pressão temporal é um meio de manifestar o seu profissionalismo”, considerando-se que

jornalistas de diferentes tipos de mídia desempenham o trabalho de apurar, redigir e noticiar acontecimentos, submetidos à pressão do tempo.

Desde o jornal impresso diário, meio mais tradicional do jornalismo, a questão do tempo é marcante no processo de produção da notícia. Travancas (1993, p. 35) menciona a experiência cotidiana dos profissionais, que devem concluir suas reportagens até uma determinada hora do dia: “Jornal tem que sair todo dia, chova ou faça sol, com ou sem vontade por parte de quem trabalhe nele”. Para a autora, independentemente da mídia, o tempo é um elemento marcante para o jornalista:

Se o tempo é importante em qualquer profissão, é fundamental para o jornalista. Este trabalhador explicita a dimensão do tempo com sua produção, apuração e redação de notícias. A notícia se define pela novidade, pelo que é novo, sendo, portanto, o tempo que transforma o novo em velho, a novidade em conhecimento (TRAVANCAS, 1993, 34).

Se para Travancas (1993) o ponto de partida para um jornalista entrar na profissão é a entrega do seu tempo, Traquina (2005b, p. 53) endossa que, para os profissionais, o jornalismo representa a vida, já que, muitas vezes, exige abdicar de compromissos pessoais por conta de dedicação 24 horas por dia:

Uma natureza que sobressai na cultura jornalística é a dos sacrifícios pessoais, dos efeitos nocivos que as longas, e possivelmente irregulares, horas da profissão têm sobre a vida privada do jornalista: problemas de saúde, casamentos desfeitos, família adiada, economias fracas, e ausência da vida privada.

Como o alvo desta pesquisa se traduz na primazia do tempo sobre o trabalho dos jornalistas dentro das redações, e não em suas vidas fora delas – ainda que seja realidade que nesse contexto também continuem trabalhando –, a teoria do *newsmaking* torna-se aspecto central do estudo a fim de compreender-se a relação entre suas especificidades e o tempo. No contexto da teoria, Pena (2005) explica que, como as empresas de jornalismo têm de lidar com acontecimentos inesperados, deve-se organizar os fatores tempo e espaço, ao se consolidar práticas na produção da notícia. Pena (2005, p. 128) reforça a perspectiva de que o jornalismo consiste na “construção social de uma suposta realidade” e que as notícias, por sua vez, são construídas: “(...) É no trabalho da enunciação que os jornalistas produzem os discursos, que, submetidos a uma série de operações e pressões sociais, constituem o que o senso comum das redações chama de

notícia”. O conceito de notícias como uma construção da realidade intitula um dos capítulos de Tuchman (1978) em um dos mais famosos livros da autora sobre a produção das notícias. Para a teórica:

Socializados com atitudes sociais e normas profissionais, jornalistas cobrem, selecionam e disseminam histórias sobre aspectos identificados como relevantes ou interessantes. Pelo cumprimento jornalístico desta função, as notícias refletem a sociedade: as notícias apresentam para a sociedade um espelho de suas preocupações e interesses (TUCHMAN, 1978, p. 183, tradução nossa).

O *newsmaking*, para Hohlfeldt (2003, p. 204), está atrelado ao processo de produção da notícia no qual estão inseridos os jornalistas, além de analisar “o relacionamento entre fontes primeiras e jornalistas, bem como as diferentes etapas da produção informacional, seja ao nível da captação da informação, seja em seu tratamento e edição e, enfim, em sua distribuição”.

Segundo Wolf (2003, p. 194), o *newsmaking* “se articula principalmente em dois binários: a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção”. Para o autor, portanto, o chamado estudo dos emissores está articulado a duas abordagens, sendo a primeira delas associada à sociologia das profissões, no âmbito de fatores culturais, de carreira, de socialização, além de aspectos que impactam no processo de produção da notícia. Já na segunda abordagem, Wolf aponta que está em perspectiva a organização do trabalho jornalístico, esta em meio ao contexto em que notícias são produzidas.

O estudo dos emissores, do qual se ocupam o *newsmaking*, concentra-se nos produtores da notícia (WOLF, 2003), os jornalistas, sendo os webjornalistas o foco da presente pesquisa. A partir do conceito de *newsmaking*, em Wolf (2003), serão avaliadas questões inerentes à cultura profissional dos webjornalistas, tendo como ponto central a pressão do tempo e a influência desta na organização do trabalho destes profissionais em meio às rotinas produtivas, bem como os processos de produção da notícia, esta atrelada à urgência em ser constituída e veiculada.

Acerca do trabalho dos jornalistas, de um modo geral, Neveu (2006, p. 76) explica que a cultura profissional é permeada por especificidades, como, por exemplo, a exigência de uma estrutura para organizar a atividade jornalística, a qual “é também definida como uma relação tensa com o tempo, que proíbe as deliberações prolongadas”. Dentro da mesma ideia, ele considera que “a ossatura desse

enquadramento se materializa numa hierarquia organizacional e numa rigidez de sequências temporais” (NEVEU, 2006, p. 76). Para o autor, o fator tempo se caracteriza como um aspecto marcante nas rotinas produtivas dos jornalistas, no que diz respeito tanto à quantidade de horas dedicadas ao trabalho na redação de jornal, o que pode impactar a vida pessoal do profissional, quanto com relação à aceleração no próprio processo de produção da notícia no dia a dia de trabalho:

Associar o jornalismo às rotinas, com o que elas sugerem de monotonia, parecerá chocante. O cotidiano de muitos jornalistas desmente semelhante associação. A amplitude dos horários de trabalho é frequentemente considerável, a ponto de ser devastadora para a vida familiar. Direcionado para o acontecimento, o jornalista é também seu prisioneiro (...). A evolução, promovida pelo audiovisual, da noção da informação em direção à cobertura de fatos que estão acontecendo no momento, e o ganho em velocidade permitido pelo uso de redes de informática acentuaram essa pressão (NEVEU, 2006, p. 87).

Sobre o mesmo aspecto, Traquina (2005b, p. 118) contextualiza a relação do jornalista com o tempo e a urgência da notícia: “Controlados pelo relógio, dedicados ao conceito de atualidade, obcecados pela novidade, os jornalistas estão permanentemente envolvidos numa luta (aparentemente perdida) de reagir aos (últimos) acontecimentos”. Para que os jornalistas possam se preparar para lidar com estes acontecimentos de última hora, Alsina (2009) lembra que as rotinas de informação têm papel preponderante neste processo. Tuchman (1978, p. 39, tradução nossa) destaca que tempo e espaço são aspectos entrelaçados, e que “a ordem social do tempo e do espaço está no centro da atividade humana organizada”, já que, segundo a autora, o espaço tende a ser medido em termos temporais, como, por exemplo, quando se diz “esse lugar fica a dez minutos daqui”. O fenômeno, segundo ela, funciona igualmente na rede de notícias, a qual:

Institucionaliza essas ligações, uma vez que rotiniza o trabalho jornalístico. Espera-se que as ocorrências que podem qualificar como eventos noticiosos aconteçam não apenas em locais específicos, mas também nestes locais e em horários específicos. Ou, ao menos, o ritmo do trabalho jornalístico é designado para capturar essas ocorrências que acontecem no momento apropriado, no local apropriado. Tempo e espaço são, portanto, objetivados ou consolidados por esses arranjos organizacionais (TUCHMAN, 1978, p. 40, tradução nossa).

Sousa (2002, p. 48) conceitua rotinas como sendo “processos convencionizados e algo mecanicista de produção de alguma coisa”, as quais parecem “obedecer essencialmente a fatores socioorganizacionais”. Com relação às rotinas produtivas nas quais estão inseridos os jornalistas, o autor lembra que o trabalho acaba sendo mais fruto da rotinização do que da intuição dos jornalistas, tornando esses profissionais burocráticos. Além disso, para Sousa (2002), as rotinas produtivas são decorrentes da estrutura das empresas de comunicação que também visam controlar investimentos e lucros que envolvem toda a organização.

Traquina (2005b, p. 117) acentua a marca do tempo no dia a dia dos jornalistas, sobretudo no que diz respeito à pressão na fase de finalização da produção jornalística, a fim de não atrasar outros processos: “As organizações jornalísticas funcionam no interior de um ciclo temporal específico marcado tiranicamente por horas de fechamento”. Sá Martino (2014) destaca esse último aspecto ao demarcar fatores intrínsecos ao trabalho de produção de notícias atrelado ao advento da internet:

(...) o repórter tem que obedecer o fechamento: a edição não pode atrasar. As redações têm cada vez menos repórteres, cada um com várias pautas. O tempo é restrito e a apuração no local é reservada a eventos mais importantes. O restante é feito por telefone ou e-mail, quando não via *Google* ou outro site de busca, esses novos padroeiros do jornalismo (SÁ MARTINO, 2014, p. 38).

Signates (2012, p. 439) observa que, a partir do advento da internet, houve no jornalismo uma “radicalização do fenômeno da presentificação”, devido ao desenvolvimento de tecnologias que possibilitaram aumento na velocidade e na interatividade na comunicação. Desse modo, o *deadline*, lembrado pelo autor como o “limite temporal para que o fato pudesse transformar-se em notícia”, acaba desaparecendo (SIGNATES, 2012, p. 439). No que respeito à organização do trabalho jornalístico nas redações, novas questões surgem com a internet e o webjornalismo, as quais serão explicitadas no próximo capítulo.

2.4.1 Noticiabilidade e valores-notícia

Wolf (2003, p. 196) também articula a teoria do *newsmaking* à noticiabilidade, ao justificar que esta se relaciona diretamente “aos processos que padronizam e tornam rotineiras as práticas de produção (...)”. Desse modo, para o autor, a noticiabilidade se

constitui “pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos – do ponto de vista da estrutura do trabalho nos aparatos informativos e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas –, para adquirir a existência pública de notícia” (WOLF, 2003, p. 195). Ao relacionar rotinas produtivas com noticiabilidade, Wolf (2003) explica um consenso incorporado à cultura profissional dos jornalistas: o que possibilita a notícia também é o fato de esta poder ser desenvolvida sem que o chamado “ciclo de produção normal” seja modificado significativamente. Esse aspecto, segundo o autor, não elimina o extraordinário de ser noticiado, já que os jornalistas são e estão preparados para lidar com isso, mas o acontecimento adquire caráter de noticiabilidade, sobretudo por conta do cumprimento de rotinas de produção jornalística. Assim, como Wolf (2003) sugere, produção e cultura profissional acabam por ser dois aspectos estritamente ligados, em que um fortifica o outro.

Também no que tange à noticiabilidade atrelada às rotinas produtivas, Sousa (2002, p. 47) explica que os horários de fechamento das notícias “forçam o jornalista a parar a recolha de informação e a apresentar a história, classificando, hierarquizando, selecionando e integrando apenas as informações recolhidas até esses limites de horários”. O autor entende que o fator tempo “afeta o *news judgment*, logo até por estabelecer um conceito de atualidade” (SOUSA, 2002, p. 47).

A noticiabilidade é compreendida por Pena (2005, p. 130) como “um conjunto de critérios, operações e instrumentos para escolher entre inúmeros fatos uma quantidade limitada de notícias” e que é “negociada por repórteres, editores, diretores e outros atores do processo produtivo na redação”. Para isso, segundo o autor, levam-se em conta os chamados valores-notícia, os quais avaliam “quais acontecimentos são significativos e interessantes para serem transformados em notícia”.

2.4.2 Tipos de notícias e relação com o tempo

Tuchman (1978) elenca cinco categorias de notícias, que revelam uma diferença entre os tipos de conteúdo: *hard news*, *soft news*, *spot news*, *developing news* e *continuing news*. A autora trabalha as *hard news* e as *soft news* em contraste, sendo que as primeiras consistem em ocorrências factuais e importantes, como um acidente de avião, por exemplo, que precisa ser noticiado com urgência. Por outro lado, as *soft news* são acontecimentos que não necessitam ser divulgados com rapidez, ainda que sejam

interessantes para o público. Segundo a autora, as *spot news* e as *developing news* são ramificações das *hard news*, com a diferença de que as *spot news* se referem a fatos extremamente recentes e inesperados, enquanto as *developing news* reforçam a ideia de que os chamados *unexpected events* (em português, eventos inesperados) estão sendo desdobrados, desenvolvendo-se novas notícias pelos jornalistas acerca de um assunto anterior. Como exemplo de *continuing news*, a autora cita a aprovação de um projeto de lei. Tratam-se várias notícias sobre um mesmo acontecimento, o qual pode ser previsto, já que tem começo e fim, mas que se estende por um determinado período de tempo.

Schlesinger (1993, p. 181) compara as chamadas notícias “quentes” e “frias”: “O imediatismo age como uma medida para a deteriorabilidade. Quanto mais imediatas, mais ‘quentes’ são as notícias. São ‘frias’ e ‘velhas’ quando já não podem ser utilizadas durante o dia noticioso em questão”. Molotch e Lester (1993) diferem os chamados “acontecimentos de rotina” dos “acidentes”. O primeiro tipo, segundo os autores, consiste na maioria das notícias produzidas e veiculadas no dia a dia do jornalismo. Já os acidentes, além de acontecerem sem intenção, rompem o caráter de rotina.

Porque o objetivo deste trabalho é analisar como a pressão do tempo no webjornalismo impacta a identidade dos webjornalistas, o foco de análise no âmbito da produção da notícia está concentrado nas chamadas *hard news*, as quais carregam a responsabilidade de quebrar as rotinas produtivas (TUCHMAN, 1978). Leva-se em conta o fato de serem notícias factuais, inesperadas, relevantes, que devem ser noticiadas com urgência, tendo desdobramentos de outros conteúdos ou não. Se são notícias urgentes e que precisam ser publicadas o mais rápido possível, consistem em conteúdos que tensionam o fator tempo, o qual permeia o jornalismo.

Kunczik (2002, p. 268) contesta a classificação de Tuchman (1978) por considerar que a autora não se atenta ao poder das fontes de notícias neste processo: “(...) não há por que culpar apenas os jornalistas pela construção da realidade”. Padilha (2012, p. 208) explica que, no contexto da web, faz-se necessário examinar, por exemplo, como a participação do público interfere na seleção de notícias, em que os leitores se tornam capazes de selecionar o que quer ler e como vai “reagir” ao que lê:

A audiência, que sempre teve ascendência sobre as escolhas do “Senhor Gates”, aumentou consideravelmente sua força com o advento das redes sociais e da interatividade. O público ganhou o poder de reagir de imediato ao conteúdo veiculado pelos sites de notícias. Surge a figura do *gatewatching*, o “Senhor Gates” da audiência. Ele funciona como filtro de função indicial para o *gatekeeper*.

Enquanto a interatividade, sobretudo com foco nas mídias sociais, será aprofundada no Capítulo 3, contextualiza-se de antemão o *gatekeeper*, teoria proposta por David Manning White nos anos 1950, cujo termo foi introduzido por Kurt Lewin anos antes, em outro âmbito. No campo do jornalismo, o *gatekeeper* é o jornalista, o qual decide se vai aceitar ou rejeitar a passagem de uma notícia pelos chamados *gates* ou portões, até ser publicada. Traquina (2005a, p. 151) explica que “a teoria do *gatekeeper* avança igualmente uma concepção bem limitada do trabalho jornalístico, sendo uma teoria que se baseia no conceito de ‘seleção’, minimizando outras dimensões importantes do processo de produção das notícias (...)”. Também o Capítulo 3 trará considerações acerca dos valores-notícia com o advento do webjornalismo, bem como o lugar das fontes.

Como visto, o tempo é um fator marcante no jornalismo e para os jornalistas, a partir da análise do *newsmaking*, o qual se atém à cultura profissional dos jornalistas, ao modo como o trabalho é organizado e aos processos produtivos, bem como à noticiabilidade. No âmbito do webjornalismo, tais aspectos serão explorados nos próximos capítulos. A seguir, vêm à tona reflexões sobre a identidade profissional dos jornalistas, a fim de que se dê continuidade ao estudo sobre esses profissionais.

2.5 Identidade: reflexões sobre si mesmo e o outro

As pesquisas acerca da identidade, de um modo geral, tiveram início após os anos 1950 (AGNEZ, 2014). Dubar (2005, p. 135) explica a dualidade presente na definição de identidade, já que há a “identidade para si” e a “identidade para o outro”, que são, ao mesmo tempo, indissociáveis e relacionadas complexamente. Para o autor, ambas são inseparáveis, pois o indivíduo nunca sabe quem é, a menos que se veja aos olhos do outro:

Ora, todas as nossas comunicações com os outros são marcadas pela incerteza: posso tentar me colocar no lugar dos outros, tentar adivinhar o que pensam de mim, até mesmo imaginar o que eles acham que penso deles etc. Não posso estar na pele deles. Eu nunca posso ter certeza de que minha identidade para mim mesmo coincide com minha identidade para o Outro. A identidade nunca é dada, ela sempre é construída e deverá ser (re) construída em uma incerteza maior ou menor e mais ou menos duradoura (DUBAR, 2005, p. 135).

Dubar (2005, p. 136) recorre a estudos de psicanálise para explicar a identidade, e constata que ela pode ser inserida em uma abordagem sociológica, dentro do contexto do processo de socialização, sendo a identidade, portanto, “o resultado a um só tempo estável e provisório, individual e coletivo, subjetivo e objetivo, biográfico e estrutural, dos diversos processos de socialização que, conjuntamente, constroem os indivíduos e definem as instituições”. A socialização, por sua vez, segundo Kunczik (2002, p. 154) define “o processo pelo qual se transmite o conhecimento social necessário para se poder adotar determinada posição e os papéis com ela relacionados no interior de um sistema social”.

Dubar (2005, p. 137) explica que, tanto na forma como o indivíduo se identifica quanto na maneira como o outro o identifica são usadas determinadas “categorias”, como etnia, profissão, região onde a pessoa nasceu, entre outros. Os chamados “atos de atribuição” são a forma como os outros identificam o indivíduo em questão (“identidade para o outro”), ou seja, o modo como outras pessoas e instituições atribuem identidade a este indivíduo. Por outro lado, os chamados “atos de pertencimento” estão relacionados com a “identidade para si”, logo, o tipo de indivíduo que se almeja ser. Trata-se do processo pelo qual o próprio indivíduo incorpora a identidade: “Cada um é identificado por outrem, mas pode recusar essa identificação e se definir de outra forma” (DUBAR, 2005, p. 137).

Assim, segundo o autor, é na relação com os outros que uma pessoa é identificada pelas outras pessoas e pelas instituições, de uma forma geral, e acaba por confirmar ou rejeitar o modo como está sendo identificado por tais agentes. O autor também destaca que, como esses dois processos nem sempre são correspondentes, ou seja, nem sempre a maneira como o indivíduo se vê coincide com a aquela como os outros o veem, o resultado são as chamadas “estratégias identitárias”, as quais tendem a diminuir a separação entre ambos, e consistem em “transações externas” e “transações internas”. De acordo com o autor, enquanto a primeira tenta aproximar a identidade

incorporada pelo próprio indivíduo à identidade atribuída a este pelos outros, a segunda pretende preservar a identidade que o indivíduo herdou e a intenção de, futuramente, desenvolver novas identidades, a fim de integrar a identidade incorporada pelo próprio indivíduo e a identidade que lhe foi atribuída por outrem. Desse modo, o autor conclui que “a identidade de uma pessoa não é feita à sua revelia, no entanto não podemos prescindir dos outros para forjar nossa própria identidade” (DUBAR, 2005, p. 143).

Para Mucchielli (2011), um dos processos fundamentais na formação da personalidade é a identificação. O autor explica que “a identidade consiste em um conjunto de significados (variáveis de acordo com os atores envolvidos em uma situação), os quais a apreendem em uma realidade física e subjetiva, sendo esta identidade construída juntamente por um outro ator” (MUCCHIELLU, 2011, p. 8-9, tradução nossa).

Assim como para Woodward (1997), as identidades são construídas em diferentes momentos no tempo, Mucchielli (2011, p. 9, tradução nossa) considera que “a identidade está sempre em transformação”, sendo formada a partir dos chamados “contextos de referência”, tais como o biológico, o psicológico, o temporal, o material, o econômico, o relacional, o normativo, o cultural, o político, entre outros.

2.5.1 Identidade profissional

No percurso do processo identitário, Dubar (2005, p. 146) destaca o chamado “processo identitário biográfico”. Ainda na infância, o indivíduo já recebeu uma herança (seja do pai e da mãe, seja de um dos dois, seja de quem o criou) referente ao sexo, a uma etnia e a uma classe social. Segundo Dubar (2005, p. 147), é a partir do relacionamento em meio à socialização na escola, ao lado de professores e colegas de sala, que a criança “vive a experiência de sua primeira identidade social”, sendo a saída da escola para a entrada no mercado de trabalho o momento ideal para o desenvolvimento da chamada “identidade autônoma”. As consequências da entrada do indivíduo no mercado de trabalho, conforme o autor, vão influenciar a identificação atribuída pelos outros ao indivíduo em questão, bem como a identificação estabelecida pelo próprio indivíduo e, de um modo geral, a “construção” de uma “identidade profissional básica”:

Essa primeira “identidade profissional para si”, mesmo reconhecida por um empregador, tem cada vez mais chances de não ser definitiva. É regularmente confrontada com as transformações tecnológicas, organizacionais e de gestão de emprego das empresas e da administração pública. Está destinada a ajustes e conversões sucessivas. Pode ser tanto mais ameaçada quanto mais tiver sido construída a partir das categorias especializadas e limitadas. Implica projeções no interior de carreiras de futuro, que, para algumas carreiras, ainda não existem e que, para outras, podem ser amplamente modificadas. É, pois, profundamente marcada pela incerteza, ainda que teoricamente acompanhe a passagem da adolescência à vida adulta e, portanto, a uma forma de estabilização social (DUBAR, 2005, p. 150).

A respeito da socialização no campo profissional, Kunczik (2002, p. 157) evoca a chamada “teoria dos papéis”, cujo enfoque no estudo da socialização está no âmbito do sistema. Neste contexto, o autor define a socialização como “o processo pelo qual se adquirem todas as habilidades profissionais necessárias, mediante a interação e a observação dos outros ou de grupos de referência importantes”, sendo que “os valores compartilhados pelos grupos de referência influenciam as pessoas e as impulsionam a aceitá-los como se fossem seus próprios desejos e objetivos” (KUNCZIK, 2002, p. 157). A “teoria dos papéis”, segundo o autor, leva em conta os papéis desempenhados pelas pessoas em alusão a uma peça de teatro, considerando que os indivíduos tendem a se comportar de acordo com determinados papéis, em vez daqueles atribuídos por eles mesmos, os atores. Assim, de acordo com o autor, as pessoas se comportam conforme suas identidades sociais e as circunstâncias, sendo o papel “o ponto de intersecção entre o indivíduo e a sociedade”, sendo “um meio analítico para interpretar os contextos da ação social e para representar as estruturas sociais” (KUNCZIK, 2002, p. 157).

Kunczik (2002) destaca outras teorias: a “teoria da identificação” centraliza a relação entre “modelo” e “observador”, em cujo movimento o processo de socialização do (a) novato (a) em uma empresa depende dos profissionais antigos, em uma relação bilateral, já que esses últimos acabam por reforçar seus valores; a teoria da “generalização” estuda estereótipos ou generalizações, conforme o termo utilizado, para definir um determinado grupo, como o de profissionais, por exemplo. Assim, diferentemente do enfoque na personalidade do indivíduo, entende-se que, diante de circunstâncias iguais, os indivíduos tendem a se comportar de maneira semelhante; na chamada “interação simbólica”, os indivíduos novatos são vistos como tendo sua

personalidade moldada, ao adotar determinados papéis. Por fim, a “teoria do intercâmbio” traz uma dinâmica de influência recíproca.

Na chamada socialização ocupacional relacionada à personalidade dos indivíduos, Kunczik (2002) mostra que, embora o caráter da pessoa seja formado durante a infância, o trabalho – onde o indivíduo desenvolve habilidades para exercer uma determinada profissão – é fundamental para a contínua transformação de tal personalidade. Assim, o autor explica que os indivíduos costumam se autoanalisar ao tecerem comparações com a forma como sua imagem se projeta no trabalho. No que diz respeito ao jornalismo, segundo o autor, a socialização ocupacional representa:

(...) o aprendizado das habilidades, dos motivos, modelos de orientação e emoções requeridos para o funcionamento jornalístico cotidiano, noutras palavras, a adoção de valores, normas, costumes e atitudes que prevalecem nos meios de comunicação e que são necessários para a pessoa se tornar um membro (jornalista) maduro da organização (KUNCZIK, 2002, p. 154).

Na perspectiva do chamado “processo identitário relacional”, Dubar (2005, p. 156) explica que, para que a identidade profissional seja desenvolvida no âmbito biográfico, é necessário que o indivíduo se relacione com outras pessoas em um contexto de trabalho e coletividade, tendo em vista o “reconhecimento, em um momento dado e no interior de um espaço determinado de legitimação, das identidades associadas aos saberes, competências e imagens de si propostos e expressos pelos indivíduos nos sistemas de ação”. A identidade relacionada ao aspecto geracional, por outro lado, compreende, de acordo com o autor, uma perspectiva na qual o indivíduo constitui sua identidade não pelas características que herdou da geração anterior a ele, mas por meio de “estratégias identitárias” constituídas ao longo das passagens dos indivíduos por variadas instituições, como, por exemplo, no âmbito do trabalho e emprego.

Quando Dubar (2005) conta a evolução dos critérios escolar e profissional até se tornarem legítimos, o autor explica que trabalho, emprego e formação consistem em setores fundamentais para que os próprios indivíduos sejam identificados socialmente, ainda que a identidade social de um indivíduo não se restrinja a estes aspectos. Mas é certo que, na sociedade presente, as pessoas costumam perguntar umas às outras: “O que você faz?” ou “quem você é?” (no sentido de “qual é o seu status na nossa sociedade?”), em vez de questionamentos como “qual é a sua história de vida?” ou “o que você gosta de fazer?”. Desse modo, muitas pessoas tendem a definir outras que

acabam de conhecer a partir dos locais onde estudaram, a graduação realizada, a empresa onde trabalharam, o cargo e a função que desempenham e, por que não, o salário que ganham, fatores que podem levar a identificar a si mesmos e aos outros como sendo bem-sucedidos ou não.

A partir de Moore (1969), Dubar (2005) expõe os chamados “modelos de valorização profissional”, os quais estão relacionados com a socialização nos grupos profissionais. No chamado “modelo do operário”, o indivíduo está identificado com o cargo que ocupa em um emprego, sendo este atrelado às tarefas pelas quais é responsável e, conseqüentemente, os resultados que deve alcançar. Foca-se na experiência e habilidades do profissional, e o sucesso do indivíduo depende da evolução de cargos em sua trajetória. No “modelo do oficial”, prepondera a função desempenhada pelo indivíduo e o status ocupado pelo mesmo, levando-se em conta sua formação profissional, além de sua especialização, considerando-se que o indivíduo avance nas funções ao longo da carreira. Por fim, no “modelo do físico”, leva-se em conta a “acumulação dos saberes e de luta pela manutenção da raridade da formação”, ou seja, o principal consiste na especialização do saber do indivíduo, e em que o profissional mantenha o nível nos empregos ocupados em diferentes organizações.

2.5.2 Jornalistas e identidade

Woodward (1996, p. 9) explica que a identidade é, portanto, “relacional”, ou seja, para existir, depende do outro, o diferente, o que torna a identidade “marcada pela diferença”. O mesmo autor explica que a cultura esculpe a identidade. No mesmo sentido, Hall (1996) explicita que a identificação é desenvolvida por meio da reconhecimento do indivíduo de aspectos como uma origem em comum com outros, ou de fatores compartilhados com outras pessoas, individualmente ou em grupo. No caso dos jornalistas, Agnez (2014) explica que a identidade profissional destes está vinculada à cultura da empresa na qual trabalham, sendo a identidade, portanto, desenvolvida no trabalho e nos aspectos que este implica, como as rotinas produtivas e os processos de produção da notícia: “Estes profissionais dividem uma mesma denominação, etiquetas, normas, valores, direitos e deveres, práticas e veiculam discursos que os guiam e participam da construção de uma identidade comum” (AGNEZ, 2014, p. 68).

Os questionamentos sobre se o jornalismo é ou não uma profissão, segundo Kunczik (2002), têm a ver com a própria “autoimagem” dos jornalistas, ou seja, estes profissionais tendem a se autoanalisar. Além disso, Traquina (2005, p. 97) explica que “a existência de uma identidade profissional implica, por sua vez, a definição de como ser jornalista e como estar na profissão, isto é, um ethos profissional (...)”. Neveu (2006, p. 31) contextualiza que, na França, a institucionalização da identidade profissional dos jornalistas foi demorada: o sindicato foi criado em 1918 com o objetivo de se estabelecer uma “carta deontológica” a fim de “consolidar o grupo em torno de uma referência ética e opor-se aos ‘falsos jornalistas’ amadores”. Para Traquina (2005a), os jornalistas conseguiram estabelecer uma identidade profissional, respondendo ao questionamento sobre “quem são”, dada a amplitude da cultura profissional dos mesmos, a qual envolve maneiras particulares de se comportar, se comunicar e de interpretar o que está ao redor.

Quando se fala em “crise de identidade”, Woodward (1996) defende que a globalização tem papel preponderante na transformação das identidades e no surgimento de novas, devido a mudanças econômicas e culturais que, juntas, geram consequências em aspectos como a produção e o consumo das pessoas, como visto em Harvey (1996). Adghirni (2012) confirma tal visão no contexto dos jornalistas ao dizer que mudanças sociais, econômicas e culturais influenciam a agitação existente em torno da identidade profissional destes. A autora também discorre sobre o modo como a “cultura identitária” dos jornalistas sempre transitou entre um caráter real e fabuloso: de super homem capaz de salvar a humanidade de qualquer risco, de protetor da democracia e da liberdade, de escoteiro alerta, de profissional que nunca para de trabalhar, entre outros.

Para Ruellan (2006, p. 31), sempre foi preocupação dos jornalistas construir e manter uma identidade profissional, mas o jornalismo é desprovido da homogeneidade desejada: “Como em todas as profissões, o jornalismo constitui um amálgama frouxo de segmentos que perseguem objetivos diferentes, de maneiras diferentes e se afirmam de forma mais ou menos frágil sob uma denominação comum, em um período específico da história”. Ruellan (1993 *apud* AGNEZ, 2014) diz que o jornalismo é uma profissão de “fronteira”. De acordo com o autor, esta profissão é mais flexível a mudanças advindas do mercado e da tecnologia; o profissional, por sua vez, é mais suscetível a novas práticas na profissão. Ainda de acordo com o autor, a identidade profissional dos jornalistas é formada pela legitimação e pelas práticas.

Um dos aspectos que firmaram a identidade do jornalista foi a figura do repórter – estabelecida no século XIX nos Estados Unidos e na Inglaterra –, que recebeu, ao longo do tempo, uma posição de prestígio dentro do jornalismo (TRAQUINA, 2005a). Embora a função de repórter seja vista como central dentro da prática jornalística devido ao seu papel relevante no processo de produção da notícia, existem outras funções dentro de uma equipe de jornalismo, dentre elas a de editor.

Como a pesquisa em questão se atém aos profissionais da notícia dentro do contexto do webjornalismo, o próximo capítulo é dedicado a trazer a aspectos teóricos sobre este, até se chegar às reflexões acerca da identidade profissional dos jornalistas que atuam nesse meio, tendo como foco o tempo, aspecto preponderante deste trabalho.

CAPÍTULO 3 – WEBJORNALISMO E PRODUTORES DA NOTÍCIA

3.1 Múltiplas denominações

Embora já se tenha adiantado no Capítulo 1 que a nomenclatura webjornalismo é a utilizada neste trabalho, vale tecer considerações a respeito de outras terminologias – que variam entre os autores –, sendo elas: jornalismo on-line, jornalismo digital, ciberjornalismo, jornalismo multimídia. Em muitos dos trabalhos sobre o tema, as nomenclaturas também são mescladas e colocadas como sinônimos. Assim como Palacios (2004) e Rodrigues (2009), Adghirni (2002a) usa a expressão jornalismo on-line. Ao falar em jornalismo on-line, a autora traça uma relação deste com a produção e disseminação de conteúdos no chamado “tempo real”. Mielniczuk (2003, p. 26) explica que a expressão “on-line” “conduz à ideia de conexão em ‘tempo real’, ou seja, fluxo contínuo de informação e quase instantâneo”.

Para Canavilhas (2001), o jornalismo on-line consiste em uma fase anterior ao webjornalismo, na qual conteúdos provenientes do chamado jornalismo impresso, bem como do radiojornalismo e do telejornalismo apenas são transpostos para um novo meio. Por outro lado, segundo o autor, no webjornalismo existe uma autonomia para se criar e disseminar conteúdos próprios – a “webnotícia” – a partir de uma confluência entre texto, som e imagem. Assim, torna-se possível “explorar todas as potencialidades que a internet oferece” (CANAVILHAS, 2001, p.1). Autores como Borges (2009) e Prado (2011) também falam em webjornalismo.

Por sua vez, Salaverría (2016) utiliza o termo ciberjornalismo ou, do espanhol, *ciberperiodismo*. O ciberjornalismo provém da concepção de ciberespaço, descrito por Lévy (2000, p. 64) como o “espaço de comunicação aberto pela interconexão global de computadores”. Pernisa Júnior e Alves (2010, p. 41) restringem o ciberjornalismo ao “jornalismo em rede, independente da internet, da web ou do tempo real” e elegem o termo jornalismo digital. Para os autores, o jornalismo digital abarca jornalismo on-line, webjornalismo e ciberjornalismo, já que o primeiro “abrange qualquer suporte ou pode ser em rede” (PERNISA JÚNIOR; ALVES, 2010, p. 41). O jornalismo digital também é definido por Machado (2000, p. 18, tradução nossa) como “uma das atividades que se desenvolve no ciberespaço, que é uma visualização espacial dos sistemas mundiais de

circulação e armazenamento de dados em viagens proporcionadas pelas atuais e futuras redes de comunicação”.

Por sua vez, Jorge e Pereira (2009, p. 57) falam em jornalismo multimídia/multimidiático no contexto da convergência tecnológica dos meios de comunicação, bem como no que diz respeito à integração das redações jornalísticas. Entretanto, os autores consideram que o jornalismo multimidiático “também pode ser denominado e-journalism, ciberjornalismo, jornalismo on-line ou jornalismo na internet, embora esses novos nomes mostrem ligeiras diferenças de atributos entre si”.

Mielniczuk (2003) sintetiza as terminologias usadas, considerando-as como não excludentes, mas, sim, concomitantes. Para Murad (1999, p. 4), “de certa forma, o conceito de jornalismo encontra-se relacionado ao suporte técnico e ao meio que permite a difusão das notícias. Daí derivam conceitos como jornalismo impresso, telejornalismo e radiojornalismo”. Conforme Canavilhas (2014, p. 3), a nomenclatura webjornalismo dá ideia de “jornalismo feito na web e para a web”.

3.2 Origens do jornalismo na web

A *World Wide Web* (WWW) eclodiu apenas na década de 1990. Antes disso, foi desenvolvida, ainda em 1969, a *ARPAnet*, uma rede de computadores criada pela *Advanced Research Projects Agency* (ARPA), que existia desde 1958, nos Estados Unidos. Castells (2003) conta que o objetivo do Departamento de Defesa dos EUA era superar a tecnologia militar da União Soviética durante a Guerra Fria (1947-1991). Segundo o autor, a princípio, a *ARPAnet* conectava quatro computadores em rede e, no início da década de 1980, os objetivos exclusivamente militares da *ARPAnet* – que viria a ser chamada de internet – deram lugar a uma rede de pesquisa que alcançou universidades.

O desenvolvimento da *World Wide Web*, destacada por Castells (2003, p. 17) como “o que permitiu à internet abarcar o mundo todo”, se deu a partir do trabalho do programador inglês Tim Berners-Lee (SÁ MARTINO, 2015). Segundo Sá Martino (2015, p. 12), “até então, o compartilhamento de dados era feito primordialmente a partir de outras formas de comunicação em rede como as BBS (‘Board Bulletin System’, ou, em tradução livre, listas de mensagens) e e-mails”.

Em meados dos anos 1990, quando a internet sofreu privatização, passou a permitir “a interconexão de todas as redes de computadores em qualquer lugar do mundo” (CASTELLS, 2003, p. 19). Na mesma década, haveria a conexão da internet com o jornalismo. O primeiro jornal a inserir todo o conteúdo no digital foi o *San José Mercury News*, dos Estados Unidos, em 1993 (JORGE, 2013). Segundo Rodrigues (2009, p. 19), a partir daquele momento, a internet se tornaria uma plataforma fundamental, já que englobava os meios de comunicação: “(...) independentemente do formato original – texto, áudio ou vídeo –, a indústria de notícias estendeu sua atuação para o ambiente web, alterando rotinas de trabalho e impondo a exigência de novas qualificações”. Prado (2011) salienta, ainda, que o webjornalismo foi implementado na segunda metade dos anos 1990, mas somente no encerramento daquela década ele sofreu um *boom*, quando também eclodiu a chamada bolha, já que a web, segundo a autora, “foi, de forma precipitada, superestimada economicamente” (PRADO, 2011, p. 31).

No Brasil, segundo Jorge (2013, p. 28), ao colocarem conteúdos na internet, as empresas jornalísticas foram impulsionadas pela “velocidade como valor”. Grande parte dos autores reconhece o *Jornal do Brasil (JB Online)* como o primeiro site jornalístico do país. Adghirni (2002b, p. 5) explica que o jornal fez um acordo com a *Agência JB* no início de 1996 e implementou uma alimentação de conteúdos de forma fixa: “Os demais (*Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo, Zero Hora* e o *Estado de Minas*) limitavam-se basicamente a transpor o conteúdo da edição impressa para a versão eletrônica”. Mesmo assim, Quadros (2002, p. 12) lembra que as primeiras páginas web do *NetEstado*, jornal digital do impresso *O Estado de S. Paulo*, foram arquitetadas no início de 1995, mas só foram ao ar em 8 de dezembro daquele ano: “Apesar do JB receber o título de pioneiro na World Wide Web, as conquistas e os esforços dos jornalistas da versão digital de *O Estado de São Paulo* serão retomados por sua importante contribuição para o desenvolvimento do jornalismo on-line” (QUADROS, 2002, p. 12).

Adghirni (2002b) também contextualiza que o *BOL (Brasil Online)* foi o primeiro jornal em tempo real e em língua portuguesa da América Latina, em 1996, e depois seria chamado de *Folha Online*. Jorge (2007) complementa que, antes, havia sido lançado pelo *Grupo Folha* o *Universo Online (UOL)*, que, posteriormente sofreu fusão com o *BOL*, do *Grupo Abril*. Ainda de acordo com Adghirni (2002b), o primeiro

jornal on-line configurado e produzido para a internet brasileira foi o *Último Segundo*, do IG (*Internet Grátis*), no ano 2000. Segundo a autora, o conteúdo do site provinha de reportagens de agências de notícias, bem como de material produzido pelos jornalistas do IG.

3.2.1 Evolução do webjornalismo

Pavlik (2001) elenca três estágios do desenvolvimento do jornalismo na web. No primeiro deles, a maioria dos webjornalistas apenas republica conteúdos oriundos do que ele chama de seus “navios-mães”, ou seja, a matéria veiculada no jornal impresso da mesma empresa é republicada no site do veículo. Já na segunda fase, os jornalistas de internet criam conteúdos originais que são conectados a conteúdos de outros sites e páginas, por exemplo, por meio de *hiperlinks*. Além disso, os profissionais podem inserir fotos, vídeos e áudios nas matérias. Em 2001, a terceira fase, entretanto, estaria apenas começando. No início do século XXI, o autor se refere a este estágio que começava a se desenvolver como uma fase em que os conteúdos noticiosos teriam design construído especificamente para a web, a qual seria definida como:

(...) um novo meio de comunicação e, frequentemente, de foco cada vez mais especializado (por exemplo, um crime exclusivo e uma cobertura da justiça criminal da APB notícias), com plena consciência e tratamento da Internet como um meio legítimo de entrega de notícias, uma sede de dar notícias online de última hora agressivamente e de repensar a natureza de uma comunidade online (...), e, mais importante, uma vontade de experimentar novas formas de contar histórias, como uma narrativa envolvente, a qual permite ao leitor entrar e navegar ao longo de uma reportagem, em vez de simplesmente olhar para esta de forma linear, como é o caso de relatos tradicionais de notícias, apesar de terem fotografia, vídeo e áudio. Às vezes, essa narrativa é aumentada com novas tecnologias (PAVLIK, 2001, p. 43, tradução nossa).

Quadros (2001) critica no início do novo século o fato de muitos jornais ao redor do mundo apenas reproduzirem o material da versão impressa no digital. Baseada em Pavlik (2001), ela reforça que, no terceiro estágio do webjornalismo, as matérias que vão para a web já são originalmente produzidas para esta: “Nessa fase, a forma de contar uma história permite ao internauta entrar e navegar através das notícias de maneira diferente, não é simplesmente uma leitura linear” (QUADROS, 2001, p. 1).

Mielcnizuk (2003, p. 36) denomina esta terceira fase de webjornalismo de terceira geração, possibilitada “a partir da crescente popularização do uso da internet e também do surgimento de iniciativas tanto empresariais quanto editoriais destinadas exclusivamente para esse suporte”. Schwingel (2005, p. 2) detalha que a terceira geração inclui “rotinas diferenciadas nos processos de produção de empresas ou grupos jornalísticos que elaboram produtos veiculados no ciberespaço”, além de empregar bancos ou bases de dados.

Barbosa (2007, p. 2) define as chamadas Bases de Dados (BDs) como “coleções estruturadas de dados mantidas em computadores”, cujo desenvolvimento ocorre há pelo menos quarenta anos, e coloca a web como a maior base de dados disponível na atualidade. No que tange ao que classifica como ciberjornalismo ou jornalismo digital, a autora explica que as bases de dados consistem em um fator crucial no desenvolvimento de sites jornalísticos: “Ademais, identificamos um novo status para as BDs no campo do jornalismo, bem como verificamos a consolidação de um padrão dinâmico para os cibermeios, em contraposição a um outro estático que havia marcado etapas anteriores” (BARBOSA, 2007, p. 5). Barbosa (2008) coloca o chamado Modelo Jornalismo Digital em Bases de Dados (JDBD) na transição entre a terceira e a quarta gerações do webjornalismo – este último estágio, segundo ela, em desenvolvimento, na época. O Modelo JDBD é definido por ela como:

Aquele que tem as bases de dados como definidoras da estrutura e da organização, bem como da apresentação dos conteúdos de natureza jornalística, de acordo com funcionalidades e categorias específicas, que vão permitir a criação, a manutenção, a atualização, a disponibilização e a circulação de produtos jornalísticos digitais dinâmicos (BARBOSA, 2007, p. 6).

Para Barbosa (2007, p. 9), o contexto no qual aflora a chamada quarta geração do ciberjornalismo é “marcado pela consolidação das bases de dados como estruturantes da atividade jornalística e como agentes singulares no processo de convergência jornalística; equipes mais especializadas”, entre outros. No que diz respeito à convergência jornalística, Barbosa (2007) enfatiza que as BDs têm função preponderante na associação das rotinas de produção dos diferentes meios, além de descomplexificar o trabalho dos jornalistas em várias etapas do processo de produção da notícia. A autora também lembra que este estágio do desenvolvimento do

ciberjornalismo não ocorre da mesma forma em todos os veículos jornalísticos, e que a eclosão desta geração não exclui a existência das outras.

Schwingel (2005, p. 11) explica que o chamado *Jornalismo Digital de quarta geração* industrializaria processos que até então eram elaborados artesanal e intuitivamente: “(...) o Jornalismo Digital de quarta geração consolidaria a utilização de bancos de dados complexos (...) através da utilização de ferramentas automatizadas e diferenciadas (...) na produção de produtos jornalísticos”. Santi (2009, p. 187) acrescenta que, no chamado webjornalismo de quarta geração (4G), a “utilização de tecnologias de banco de dados associadas a sistemas automatizados para apuração, edição e veiculação de informações são os elementos marcantes para o webjornalismo”.

Talvez, 20 anos após o início do jornalismo na web no Brasil, ainda haja veículos que não ultrapassaram o primeiro estágio do webjornalismo. Pernisa Júnior e Alves (2010) destacam que, entre os jornais brasileiros, a maioria já superou a etapa inicial. Explicam, entretanto, que vários sites jornalísticos mantêm conteúdos originais da versão impressa em suas páginas, ao lado de conteúdos genuinamente da web:

Se a cópia da edição impressa era o mais comum no início, logo a necessidade de material para a rede foi sendo sentida. O problema, porém, é a passagem para algo que se comprometa diretamente com a internet. Neste ponto, a maioria dos grandes jornais ainda está tentando encontrar um caminho (PERNISA JÚNIOR; ALVES, 2010, p. 50-51).

Jorge (2013, p. 147) explica que, na quarta fase da evolução da ideia de inserir jornais na rede, a disposição de conteúdos é aperfeiçoada: “Junto com essa evolução vieram os *Internet Studies* (Estudos sobre a Internet), disciplina que estuda a interação da rede mundial de computadores com a sociedade, examinando as implicações sociais, tecnológicas e éticas relacionadas”.

3.2.2 Convergência inacabada e webjornalistas circunstanciais

Em seu significado mais amplo, a palavra “convergência” tem as seguintes definições na versão on-line do Dicionário Michaelis: “Ato ou efeito de convergir”; “estado ou propriedade de convergente”; e “direção comum para o mesmo ponto”. Jenkins (2009) explica que a palavra “convergência” é capaz de definir mudanças de cunho tecnológico, de mercado, cultural e social:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através de múltiplos suportes midiáticos, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca das experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p. 29).

Para falar em uma perspectiva da convergência jornalística, Barbosa (2013) coloca a disputa e a distinção entre meios de comunicação como um fenômeno restrito a etapas incipientes do jornalismo, o qual guardava clara diferenciação entre mídias impressas e eletrônicas. A partir do contexto de produção para a web, bem como do uso de tecnologias digitais, posiciona-se, portanto, a convergência jornalística como uma “atuação conjunta, integrada entre os meios, conformando processos e produtos, marcado pela horizontalidade nos fluxos de produção, edição, e distribuição dos conteúdos, o que resulta num *continuum* multimídia de cariz dinâmico” (BARBOSA, 2013, p. 33). Segundo a autora, o conceito de convergência jornalística dialoga com a ideia de uma “quinta geração de desenvolvimento para o jornalismo nas redes digitais”, tendo como centro deste contexto as mídias móveis (BARBOSA, 2013, p. 34).

Salaverría (2003) explica que há quatro dimensões que se articulam em torno da convergência: a empresarial, a tecnológica, a comunicativa e a profissional. A primeira delas diz respeito à transformação pela qual passam as empresas desde a implementação da internet na prática jornalística, o que provocou uma confluência de meios nas rotinas produtivas. A dimensão tecnológica diz respeito à evolução da tecnologia nas redações de jornalismo, tendo propiciado, inicialmente, o surgimento dos “jornais eletrônicos” e, posteriormente, de dispositivos móveis. O enfoque comunicativo está atrelado ao desafio que a internet oferece de transformar o discurso informativo, levando-se em consideração a hipertextualidade e a interatividade, por exemplo. Por fim, no âmbito profissional, destaca-se uma mudança no conhecimento e nas atribuições dos jornalistas em meio à convergência, tendo estes de dominar novas ferramentas tecnológicas. Segundo o autor, vê-se surgir, a partir desse jornalista multimídia, um profissional ao mesmo tempo multitarefa e multiplataforma. Salaverría (2003, p. 34, tradução nossa) aponta que estes jornalistas multitarefas, que geralmente são mais jovens, dão conta de várias atividades que antes estavam nas mãos de vários profissionais, e critica o fato ao dizer que “a preocupante multiplicação deste modelo nas empresas de comunicação (...) esconde mais um desejo de economia de custos por parte das empresas do que de melhoria da qualidade informativa”. No caso dos jornalistas serem multiplataforma, o

autor descreve a necessidade por parte dos profissionais de produzir e distribuir notícias com adaptações seguindo as especificidades de cada meio, impresso, televisivo etc.

Salaverría e Negredo (2008) explicam que a convergência jornalística não se resume à integração de redações de impresso e de web, mas implica: tecnologia atrelada à produção e à informação consumida, reorganização do veículo jornalístico, perfil dos jornalistas profissionais imersos neste contexto e conteúdos que estes produzem:

(...) uma empresa jornalística que planeja pôr em prática um verdadeiro processo de convergência entre seus meios não deveria limitar-se a pensar em como mudar os postos de trabalho de seus jornalistas. Aventurar-se em um processo de convergência exige uma reconversão integral da empresa. (...) Essa mudança exige uma transformação profunda dos processos de produção como único modo de alcançar uma regeneração dos produtos informativos. Limitar-se a fundir redações sem antes ter feito outras mudanças estruturais parece ser, portanto, um erro estratégico. Quando isso acontece, a integração costuma atender unicamente a um propósito de redução de custos e aumento da produtividade, ainda que se pretenda fazer de outra forma (SALAVERRÍA; NEGREDO, 2008, p. 16, tradução nossa).

Quando se fala em convergência jornalística, vem à tona a crise dos jornais impressos, além de uma análise não tão otimista das consequências de tal integração. Adghirni (2012, p. 74) explica que a irrupção do discurso da convergência tecnológica invadiu redações jornalísticas e, a partir de 2008, viu-se uma proliferação de redações de mídia impressa se fundirem com as de on-line: “A convergência de conteúdos em textos, áudio e vídeo rumo a plataformas digitais desconfigura o modo tradicional de produzir e impõe uma carga de trabalho ininterrupta aos jornalistas”. Para Maia e Agnez (2015):

(...) um dos maiores impactos foi relativo ao ritmo imposto pelo “tempo real” e à submissão cada vez maior à necessidade de agilidade. Com a internet o “furo” se tornou quase uma obsessão e, com a mobilidade, os jornalistas são levados a encurtar o processo de produção, passando a distribuir informações até mesmo antes de concluir a apuração (MAIA; AGNEZ, 2015, p. 219-220).

As consequências da convergência jornalística em redações integradas não se restringem aos profissionais originários da mídia impressa, que viram emergir o webjornalismo e suas especificidades. Gordon (2003, p. 72, tradução nossa) explica que o trabalho dos jornalistas não teve mudanças significativas no que diz respeito, por

exemplo, ao modo de contar histórias: “Pode ser uma coisa boa para as empresas de mídia de hoje que a completa convergência tecnológica ainda não esteja sobre nós. E, para os jornalistas avessos à mudança, que gostam de como têm feito jornalismo tradicionalmente, a relativa falta de mudança é reconfortante”. Vale, portanto, suscitar reflexões sobre os impactos sobre os jornalistas que começaram a carreira no jornalismo já na web – em portais de notícias que emergiram nas redações tradicionais – lidando com suas especificidades desde então.

Por mais que a integração física de redações das mídias impressa e on-line já esteja em curso há vários anos, isso não significa que os profissionais de ambas estejam convergentes em termos de integração de trabalho. Nas chamadas redações convergentes, pode ser mais comum que o webjornalista vivencie o sistema das rotinas produtivas de seu meio – e ainda produza matérias que podem vir a ser aproveitadas para o jornal impresso da mesma empresa – do que o contrário. Desse modo, a convergência jornalística pode soar como inacabada, sem integração entre os jornalistas – os tradicionalmente do impresso e os que trabalham diretamente na web – e as notícias que produzem. Assim, é possível refletir se, em redações integradas, os profissionais genuinamente das mídias impressa, rádio e TV já estão, de fato, pensando de modo convergente ao produzirem conteúdos, ou se ainda contam com que o profissional designado para operar na web agregue os elementos oriundos destas (texto, foto, áudio e vídeo), por exemplo.

Salaverría (2016) explica que, no cenário da Ibero-América em 2015, muitos “jornalistas digitais” são jovens com pouca experiência, e com tarefas mecânicas:

(...) O ciberjornalismo se torna uma manufatura repetitiva, com pouco valor acrescentado e pouco motivadora. Na prática, uma cadeia de montagem. Os ciberjornalistas que nisso se encaixam quase nunca vão para a rua e seu trabalho consiste em nutrir sem cessar a web com conteúdos elaborados a partir de informações do meio matriz, notícias de agência ou requeitados das redes sociais (SALAVERRÍA, 2016, p. 33, tradução nossa).

Além disso, o autor destaca que, embora os meios digitais tenham atingido uma grande consolidação nos últimos 20 anos, o mesmo não aconteceu com o perfil profissional dos jornalistas que operam neste contexto.

A convergência jornalística seria unilateral, ou seja, aconteceria apenas por parte do chamado webjornalista, ainda que trabalhe ao lado de profissionais do impresso, da

televisão e do rádio? Se existem estágios do webjornalismo (Pavlik, 2001; Mielniczuk, 2003; Barbosa, 2008) seria possível haver também fases dos jornalistas que operam na web? Todos os jornalistas que atuam em redações consideradas integradas/convergentes já passaram da fase de pensar apenas na produção de conteúdos seguindo as características do meio de origem ou ainda transpõem para a web as matérias que escrevem para o jornal impresso do mesmo veículo, em alusão ao primeiro estágio do webjornalismo? Uma vez “emprestado” para ajudar ou substituir um profissional alocado no portal da mesma redação em uma cobertura específica, um jornalista de impresso, por exemplo, seria um webjornalista ou um webjornalista circunstancial? É possível “estar” webjornalista, em vez de sê-lo? Pretende-se elucidar esses e outros questionamentos no Capítulo 5, que trará a pesquisa de campo em redações convergentes, tendo como contexto a pressão do tempo.

3.3 Mídias sociais e demanda por notícias

A utilização de mídias sociais por empresas jornalísticas não se restringe a veículos que produzem notícias exclusivamente para a web. Como visto, a partir da emergência da *World Wide Web*, veículos de impresso, televisão e rádio passaram e ainda passam por diferentes evoluções do desenvolvimento de uma produção de notícias voltada para a web. Cada um a seu tempo, na medida em que disponibilizam material proveniente do meio de origem ou produzem conteúdos exclusivos para a web, os veículos de jornalismo de mídias tradicionais também se utilizam das mídias sociais para transmitir notícias. Atualmente, grande parte deles possui perfil em mídias sociais, que são outro canal de distribuição de notícias na rede:

Os jornais impressos publicam repercussões das notícias nas redes sociais, mostram os resultados de pesquisas digitais e escrevem sobre o mais comentado nos sites; na rádio, leem-se as mensagens que os ouvintes publicam nas páginas do meio no *Facebook* e as mencionadas no *Twitter*; os noticiários televisivos incitam a participar com *hashtags* no *Twitter* e *posts* no *Facebook* (ROST, 2014, p. 66).

Ainda que veículos de diferentes meios façam uso das mídias sociais, esta seção foca na utilização do espaço das mídias sociais por parte de produtores de notícias específicas para a web. A disseminação de conteúdos produzidos por webjornalistas nas mídias sociais é um dos aspectos analisados em torno da pressão do tempo no trabalho

destes profissionais no presente estudo. O objetivo é refletir acerca da utilização das mídias sociais como mais uma etapa da produção de conteúdos para a web podendo vir a ser, portanto, mais uma tarefa do webjornalista a atividade de distribuir notícias em mídias sociais. Supõe-se que a utilização de mídias sociais como um dos canais de distribuição de notícias também possa pressionar as rotinas produtivas dos webjornalistas por conta da demanda por parte do público que, cada vez mais, se informa por meio de tais ferramentas, as quais oferecem um cardápio de notícias de variados veículos de comunicação. Os usuários precisam apenas se cadastrar (ou “seguir”/“curtir”, no linguajar das mídias sociais) as páginas dos sites de notícias para receberem informações diversas. As mídias sociais passaram a ser relevantes no cenário atual do jornalismo e são mais um instrumento de atrair leitores para as notícias. Pernisa Júnior e Alves (2010) discorrem sobre o fato dos portais de notícias, por exemplo, já não serem estritamente necessários para que os usuários acessem seus conteúdos:

Não se pode querer toda a internet em um único portal, pois o Universo não cabe dentro de uma única passagem. Ter medo dos *links* também não parece ser uma boa solução para que o usuário se mantenha num determinado local. Quem sabe se não é naquele lugar que o leva para novos pontos de contato que ele sempre vai voltar para suas novas viagens no ciberespaço? Pode ser uma saída mais interessante do que esconder os caminhos a serem percorridos (PERNISA JÚNIOR; ALVES, 2010, p. 37).

Outro fator relacionado à demanda de publicação de notícias nas mídias sociais – enquanto ferramentas que possibilitam a veiculação de conteúdos – pode estar atrelado à concorrência existente entre os portais jornalísticos por quem dá a notícia primeiro. Um aspecto que mostra a preocupação com a concorrência entre quem compartilhou antes uma manchete nas mídias sociais são os *posts* patrocinados em mídias sociais. Veículos jornalísticos ou qualquer empresa têm a possibilidade de pagar uma quantia para a mídia social com base na escolha de quantos leitores desejam alcançar. Quanto mais dinheiro injetado ao impulsionar uma publicação, mais pessoas serão alcançadas e verão a notícia patrocinada em sua *timeline*. Para atrair novos leitores (ou seguidores da mídia social), também é possível impulsionar a página – porta de entrada para as notícias – de acordo com o público. Assim, o investimento em dinheiro nas páginas de sites de notícias com perfil em mídias sociais aparenta uma valorização destes canais como forma de vincular leitores a estas ferramentas.

Telles (2010, p. 19) expõe o significado de mídias sociais, antes chamadas de “novas mídias”: “As mídias sociais são sites na internet construídos para permitir a criação colaborativa de conteúdo, a interação social e o compartilhamento de informações em diversos formatos”. Por sua vez, Sá Martino (2015, p. 58) explica que as redes sociais “se caracterizam pela existência de laços firmados a partir de interesses comuns”. O autor explicita tais conexões ao falar da dinâmica entre aqueles que participam da estrutura das redes sociais, caracterizadas por ele como flexíveis: “Apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxilia a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela interação via mídias digitais” (SÁ MARTINO, 2015, p. 55). Sá Martino (2015, p. 55) também discute a adoção de expressões como “redes sociais digitais” ou “redes sociais on-line”, por exemplo, em vez de simplesmente “redes sociais”, já que, segundo o autor, este último conceito é anterior ao advento da internet, e se estende a outras esferas, por exemplo, a estruturas familiares e religiosas.

Embora não esteja entre os objetivos deste trabalho analisar a recepção do público às notícias acessadas via mídias sociais, o compartilhamento de notícias nestes espaços pressupõe a ideia das redes sociais digitais, já que a veiculação de tais conteúdos visa fazer valer uma das características do webjornalismo: a interatividade (ROST, 2014). Dentro desta perspectiva, a utilização das redes sociais digitais por parte dos jornalistas de web possibilita que estes profissionais apurem informações por meio destes espaços e até consigam fontes e personagens para reportagens entre pessoas dos círculos de familiares e amigos, ou mesmo de colegas de profissão. As redes sociais digitais estão aí para evidenciar os diversos grupos de jornalistas nas redes sociais digitais, nos quais há uma troca de informações acerca de possíveis personagens e fontes para matérias, ainda que tal prática pareça ser contraditória dentro do princípio da concorrência entre os veículos de comunicação.

O uso das redes sociais digitais por parte de jornalistas como facilitador de coberturas também pode se dar por meio de busca e de contato com pessoas até então desconhecidas. Por exemplo: se um avião cai em um país estrangeiro e ainda não se tem depoimentos de testemunhas que estariam perto do local, um jornalista pode solicitar participação, por exemplo, em um grupo fechado de brasileiros que vivem no país onde aconteceu o acidente em questão. Assim, o profissional terá mais possibilidades de angariar testemunhos que podem não só se transformar em relatos textuais, mas também

ser contados por meio de vídeos, aspecto visual que atrai a audiência. A questão da concorrência relacionada às redes sociais digitais também é avaliada por Canavilhas (2010, p. 5), ao falar que a profusão de informações e de fontes neste contexto “obrigam os media a disputarem a atenção dos leitores”. É nessa ideia que o autor fala sobre o conceito de *gatewatcher*, que consistiria nos usuários que redistribuem conteúdos. A redistribuição é facilitada, por exemplo, pelos famosos botões “curtir” e “compartilhar”, do *Facebook*; e “retwittar”, do *Twitter*.

A moderação e resposta a comentários de leitores com relação às matérias publicadas nas redes sociais não é foco desta pesquisa, pois tal aspecto está mais voltado para os estudos de recepção. Entretanto, a questão pode ser analisada com relação ao fato de muitos jornalistas da web gerirem os perfis das redes sociais do veículo em que trabalham, sendo uma atividade comum em muitos jornais, e que pode vir a ser desempenhada de formas variadas, conforme Bradshaw (2014):

(...) algumas organizações terceirizam a gestão dos comentários e outros conteúdos gerados pelo usuário para companhias externas; algumas criam equipes internas; outras a tornaram responsabilidade dos jornalistas e alguns jornalistas assumem esta responsabilidade independentemente (BRADSHAW, 2014, p. 118).

Além disso, Bradshaw (2014) explica que, diferentemente da distribuição feita pelo impresso, por exemplo, a distribuição on-line é pautada pelas ferramentas de busca e pelas redes sociais. Segue-se a ideia de Rost (2014) a respeito da relação entre redes sociais e jornalismo – sendo elas a recepção, a difusão e a interação. A pesquisa em questão preocupa-se, porém, com as seguintes especificidades relacionadas às mídias sociais e às redes sociais digitais na perspectiva do webjornalismo: a disseminação de notícias nestes espaços como mais uma tarefa das rotinas produtivas (o que inclui a eventual gestão de comentários); a concorrência fomentada pela demanda das audiências e pelos próprios sites jornalísticos, que até mesmo podem vir a investir dinheiro em publicações para disputar espaço no mercado; e as possibilidades dadas aos webjornalistas em apurações e coberturas, a partir da interação presente nas redes sociais digitais.

3.4 Singularidades do webjornalismo

Palacios (2004, p. 2) lista seis características do jornalismo on-line, que o autor descreve como “as potencialidades oferecidas pela internet ao jornalismo desenvolvido para a web”, as quais são aprofundadas por diversos autores, apresentados nos próximos tópicos: convergência/multimedialidade, hipertextualidade, instantaneidade/atualização contínua, interatividade, personalização/customização do conteúdo e memória. Pavlik (2014) acrescenta outro aspecto aos anteriores: a ubiquidade. Canavilhas (2014) explica que cada uma dessas características diferencia o jornalismo na web do jornalismo em outros meios.

3.4.1 Convergência/Multimedialidade⁷

No webjornalismo, o profissional pode contar histórias utilizando imagem, texto e som, num processo em que várias mídias convergem entre si. Entretanto, Salaverría (2014) explica que a multimídia não se trata apenas de uma combinação de texto, som e imagens. O autor destaca que a comunicação dos seres humanos sempre foi multimídia, já que as pessoas obtêm informações por meio de vários sentidos, e observa que os conteúdos multimídia já existem há bastante tempo no jornalismo (em jornais, revistas e na televisão), não sendo, portanto, um fenômeno que emergiu a partir da web. Salaverría ressalta que a tecnologia web impulsionou a internet devido a aspectos como o hipertexto e a integração de texto, imagem, áudio e vídeo e, por isso, o conceito de “jornalismo multimídia” seja tão associado (e até restrito) à internet: “De fato, graças à web multiplicaram-se as possibilidades para o crescimento da narrativa multimídia. Não obstante, esta constatação não nos deve conduzir ao equívoco de considerarmos a multimídia como patrimônio exclusivo da internet” (SALAVERRÍA, 2014, p. 32).

Ao falar da multimídia como combinação de linguagens, Salaverría (2014, p. 30) define a multimídia como a “combinação de pelo menos dois tipos de linguagem em apenas uma mensagem”, e inclui, portanto, conteúdos “bimídia”, “trimídia” (entre outros), ao passo que difere de um conteúdo “monomídia”, como o rádio, por exemplo, ainda que este seja considerado “multissonoros”.

⁷ No texto original, usa-se o termo “multimedialidade”, em português de Portugal, onde o livro foi editado.

3.4.2 Hipertextualidade

A respeito da hipertextualidade, Palacios (2004) explica que esta é a característica que permite a conexão entre conteúdos, que são ligados por meio dos chamados *links*. Dessa maneira, é possível que o leitor “navegue” dentro da mesma notícia e em notícias relacionadas a esta. Jorge (2013, p. 61) frisa que a hipertextualidade – complementada pela interatividade e pela multimídia – “se refere à capacidade de os textos se unirem em vínculos e serem recuperados a um comando do mouse ou do teclado”.

Ao falar de hipertexto, Canavilhas (2014) explica que o texto é o elemento mais aplicado no webjornalismo por conta da forte relação deste com a imprensa escrita. Além disso, o texto possui menos exigências e custos de ordem técnica e econômica: “Na web, (...) o texto transforma-se numa tessitura informativa formada por um conjunto de blocos informativos ligados através de hiperligações (*links*), ou seja, num hipertexto” (CANAVILHAS, 2014, p. 4).

3.4.3 Instantaneidade

Ao falar da instantaneidade, Pinho (2003) compara o peso deste aspecto na web com outros meios de comunicação:

A internet, com uma velocidade conseguida apenas pelo fax e pelo telefone, transmite as mensagens e os arquivos quase instantaneamente, seja respondendo à pauta enviada por um jornalista via e-mail ou publicando uma notícia na World Wide Web para imediato conhecimento. Muito rápida e abrangente, a rede mundial permite transferir a mensagem, com som, cor e movimento, para qualquer parte do mundo (PINHO, 2003, p. 51).

“A velocidade foi sempre algo intrínseco ao jornalismo – a notícia é, afinal, algo novo para alguém – e isto significa ser o primeiro a contar o fato ocorrido à audiência” (BRADSHAW, 2014, p. 111). Logo, dar uma notícia em primeira mão sempre foi prioridade dos veículos jornalísticos, não importa o meio. Na chamada “era da instantaneidade em rede” (BRADSHAW, 2014), as empresas apostam nas novas tecnologias como auxiliares para conseguir veicular a informação antes dos concorrentes. Isso porque, no webjornalismo, parte-se do pressuposto da produção e

veiculação de notícias em um processo de instantaneidade. O contexto tecnológico em que se situa o webjornalismo permite que notícias que já foram publicadas sejam atualizadas continuamente, assim que novas informações sobre um fato vão sendo apuradas.

3.4.4 Interatividade

No webjornalismo, a interatividade permite que os jornalistas tenham uma relação mais estreita com os leitores, os quais deixam comentários em notícias nos portais jornalísticos ou em postagens nas redes sociais. Os leitores também enviam denúncias e sugestões de pauta pelos canais de interatividade em forma de texto, fotos e vídeos.

Rost (2014, p. 53) coloca a interatividade como um dos aspectos fundamentais da comunicação na web: “Assim como a internet transcende o jornalismo, que tem como forma de expressão a web, a interatividade também vai além do jornalismo digital, e cola-se nas rotinas de trabalho de todos os jornalistas, independentemente do meio em que trabalhem”. Ele também aplica duas dimensões para a interatividade, a seletiva e a comunicativa. Na primeira, o internauta recebe e interage com os conteúdos produzidos. Na segunda, os usuários também produzem conteúdos. A interatividade comunicativa, de acordo com o autor, era mais tímida, restrita às cartas de leitores ou fóruns nos primórdios do webjornalismo. Segundo o autor, a partir de 2006, com novas funcionalidades eletrônicas à disposição dos leitores, aumentam os comentários logo abaixo das notícias publicadas nos portais de notícias, além da participação em blogs. A partir de 2009, quando os veículos jornalísticos passam a fazer uso das redes sociais, emerge um novo modo de interação. No *Facebook* e no *Twitter*, os portais jornalísticos podem publicar chamadas com *links* de matérias, e é possível interagir com os usuários, que enviam comentários sobre as publicações e participam de coberturas de eventos.

3.4.5 Personalização/Customização do conteúdo

A personalização/customização é também denominada por Palacios (2004) de “individualização”, ou seja, trata-se da configuração de conteúdos jornalísticos com base nas preferências de cada indivíduo/leitor da notícia na internet. Lorenz (2014)

explica que a personalização pode se mostrar a partir de páginas ajustáveis de acordo com o formato:

Em suma, quando trabalhamos neste espaço, o nosso objetivo fundamental não é criar um produto ou serviço uniforme. Em vez disso, estamos a entrar no negócio de *catering* para as mais diferentes necessidades dos utilizadores, com várias opções de uso da oferta baseado nas preferências e necessidades (LORENZ, 2014, p. 139).

O autor valoriza como as mídias sociais, tais como *Facebook*, *Twitter*, *Google* e *Youtube*, se propõem a levar conteúdos a audiências específicas, na medida em que disponibilizam produtos, dando ao leitor a escolha do que acessar.

3.4.6 Memória

A memória é tratada por Palacios (2014) como aspecto importante no jornalismo como um todo. Se o jornalismo está atrelado ao tempo presente (FRANCISCATO, 2005), os conteúdos jornalísticos arquivados⁸ vêm à tona quando chega a hora de complementar e enriquecer “novas notícias”:

O acionamento da memória é condição de produção em peças jornalísticas de caráter comemorativo (aniversários de eventos ou pessoas) e naquelas em que o fato presente está sinalizando um fim de trajetória, como nos obituários, por exemplo. (...) Ainda mais evidente está o recurso à memória nas reportagens-sínteses, nas retrospectivas dos “fatos marcantes do ano que passou”, inevitáveis a cada final de dezembro, nas páginas dos jornais, nas telas das TVs, nos sites jornalísticos (PALACIOS, 2014, p. 92).

O fato de não haver limites de espaço na web permite a inserção de um grande volume de informações. Assim, o que é produzido fica disponível nos portais de notícias e na internet. A memória na web também está muito atrelada a duas outras características do webjornalismo: a atualização contínua e a interatividade. Na primeira delas, ao se publicar uma matéria com informações ainda preliminares em um portal de notícias, a memória serve de auxílio. Por exemplo: o webjornalista ainda tem poucas informações sobre um acidente entre dois veículos, mas pode recorrer ao arquivo eletrônico com informações de outros acidentes de trânsito registrados naquele mês. No

⁸ Vale lembrar que impresso, rádio e televisão também constituem uma memória, a qual é útil para as mesmas finalidades, mas, além disso, tais mídias também se utilizam da rede para formarem uma memória.

que diz respeito à interatividade, o que é produzido pelos leitores (por exemplo, comentários em matérias de um portal jornalístico) também ficará guardado na memória do portal após passar pela moderação do profissional indicado para tal tarefa. Tudo isso compõe os conteúdos produzidos na rede. Além disso, Palacios (2014, p. 96) lembra que “o usuário final pode também recorrer ao passado arquivado para, fácil e rapidamente, situar e contextualizar a atualidade que lhe é apresentada através do fluxo midiático”.

Outro aspecto relacionado à memória, e que pode ser observado nas mídias sociais é a atemporalidade dos conteúdos. Se não observada a data de veiculação, uma notícia produzida e distribuída meses antes em um site qualquer pode ser repostada nas mídias sociais e muitos leitores acharem que se trata de uma notícia atual.

3.4.7 Ubiquidade

Pavlik (2014, p. 160) explica que, “no contexto da mídia, ubiquidade implica que qualquer um, em qualquer lugar, tem acesso potencial a uma rede de comunicação interativa em tempo real”. Além disso, ele considera que a internet móvel com tecnologia de grande alcance dialoga com a ideia de aldeia global proposta por McLuhan:

O jornalismo tem a oportunidade de se juntar a esta aldeia global de forma significativa. Notícias acontecem em toda a parte. (...) Com a banda larga ubíqua, especialmente com a tecnologia wireless, a conectividade móvel está redefinindo os preceitos básicos do jornalismo e da mídia (PAVLIK, 2014, p. 164).

Para isso, considera-se o esforço da evolução da tecnologia, sobretudo das mídias móveis, com o objetivo de alcançar ainda mais pessoas que possam consumir informação em todo o mundo, a fim de se atingir uma “conectividade global”. Uma das consequências da ubiquidade na perspectiva do jornalismo seria a potencialização do chamado jornalismo cidadão, por exemplo. Segundo o autor, o aumento da participação de cidadãos na apuração e disseminação de informações ao redor do mundo está associado às mídias móveis e é facilitado pelo fortalecimento das mídias sociais.

3.5 Especificidades das práticas no webjornalismo

Quando se fala nas características do webjornalismo, vêm à tona as especificidades do trabalho dos jornalistas da web, mais precisamente possíveis fatores capazes de pressionar as rotinas produtivas destes profissionais. A hipertextualidade, que reflete a conexão entre conteúdos e páginas, certamente é habilitada a partir de um profissional. Como ela é feita? Ao tratar da linguagem utilizada em matérias na web e na arquitetura noticiosa, ambas visando à apreensão do conteúdo por parte dos leitores, Canavilhas (2014, p. 21) critica a “ausência de um conjunto de regras de utilização que ajudem os jornalistas no processo de produção de notícias para a web” e defende que “é tempo de estabilizar uma gramática hipermultimidiática”.

Seguindo a mesma ideia, a execução da personalização de conteúdos, ambicionada por Lorenz (2014) deve ser pensada por um profissional de jornalismo, ainda que a idealização e a execução devam contar com profissionais que operam tecnologias específicas. Ademais, na “personalização em massa” efetuada nas mídias sociais, Lorenz (2014, p. 154) faz uma crítica ao dizer que “muitos dos formatos são para a publicação de trabalhos iguais aos que os jornais sempre publicaram”. Entretanto, deve-se lembrar que, muitas vezes, a mera “transposição” de conteúdos para outros núcleos – nesse caso, as mídias sociais –, é feita pelos profissionais em questão como mais uma etapa do processo de produção da notícia.

O mesmo acontece com a interatividade nas mídias sociais. Rost (2014) comenta ser uma prática comum entre os veículos de jornalismo simplesmente distribuir de forma automática os conteúdos que vão ao ar no portal de notícias de origem. Fala-se em “pouca elaboração das mensagens, escassa presença de conteúdos externos ao próprio site, ausência de uma narrativa específica para cada rede social, zero respostas às perguntas ou uma intervenção dos leitores” (ROST, 2014, p. 74). Mas, como é o relacionamento com os usuários das redes sociais digitais nas rotinas produtivas dos webjornalistas? Será que gera mais tarefas aos webjornalistas?

A interatividade também acaba por encostar-se à ubiquidade, pois a emergência do jornalismo cidadão – interpretado como uma das consequências desta – certamente promove mais volume de informação a partir da interatividade propiciada pela profusão de mídias móveis, pois as pessoas conseguem enviar informações para jornalistas que atuam em portais de notícias de qualquer lugar do mundo, a qualquer momento, desde

que haja conexão com a internet. Quando de posse de tais informações, jornalistas da web têm de trabalhá-las (checar a veracidade dos conteúdos, editá-los e publicá-los).

Refletir acerca de aspectos das consideradas incipientes personalização de conteúdos e interatividade no webjornalismo, no que tange às mídias sociais, pode até mesmo fazer alusão aos estágios mais iniciais do webjornalismo, quando ainda se transpunham conteúdos das mídias tradicionais. Entretanto, parece razoável problematizar de que modo tais questões são colocadas nas mãos dos profissionais que produzem a notícia para a web.

A memória, por sua vez, é uma característica que leva a melhorias no trabalho dos webjornalistas, pois facilita a busca por informações de bancos de dados que podem ser acrescentadas ao conteúdo presente. Além disso, a memória suscita a indexação de textos relacionados hipertextualmente (PALACIOS, 2014) em ferramentas como “Leia mais”, por exemplo. Entretanto, muitas vezes este trabalho de indexação é realizado pelo próprio profissional que deu conta de todo o processo de produção da notícia, podendo ser esta mais uma etapa a ser realizada antes de a matéria ser publicada.

No âmbito da multimídia, além da multimídia como combinação de linguagens (SALAVERRÍA, 2014) existem dois outros aspectos: a multimídia como multiplataforma e a multimídia como polivalência. A multimídia como multiplataforma está associada aos casos em que, na mesma empresa, vários meios são integrados em coberturas jornalísticas, uma das facetas da convergência tecnológica. Já a multimídia como polivalência está associada à polivalência dos jornalistas, ou seja, a capacidade do profissional de desempenhar diversas atividades: “As empresas procuram poupar custos mediante a implementação de um perfil de profissionais capazes de desempenhar tarefas que outrora eram realizadas por várias pessoas” (SALAVERRÍA, 2014, p. 27-28). A multimídia como polivalência se desdobra em três tipos de polivalência entre os jornalistas: a polivalência midiática, na qual o mesmo jornalista trabalha ao mesmo tempo para meios diferentes; a polivalência temática, quando o jornalista se ocupa de matérias com temas distintos; e a polivalência funcional – que pode ser relacionada às multitarefas (SALAVERRÍA, 2014) – quando o jornalista tem diversas atribuições na mesma equipe jornalística.

Os três tipos de polivalência entre os jornalistas podem reforçar a sobrecarga de atividades para os webjornalistas, os quais, muitas vezes, além de dar conta da hipertextualidade, da personalização de conteúdos, da indexação que possibilitará a

construção da memória de informações, do volume de informações a partir da ubiquidade relacionada às mídias sociais e ao jornalismo cidadão, também operam diferentes mídias, escrevem sobre temas diversos e exercem funções variadas. Salaverría (2014, p. 33) menciona, ainda, a ideia que existe em torno dos profissionais se aprofundarem e aproveitarem as possibilidades de linguagem e narrativa multimidiáticas: “Atualmente, quem desejar explorar ao máximo o potencial comunicativo da internet necessita contar com excelentes dotes de escritor e com grandes aptidões para a narrativa gráfica e audiovisual”.

A instantaneidade talvez seja a característica mais intrínseca à pressão do tempo nas rotinas produtivas dos webjornalistas e o aspecto tensionado pelas demais especificidades, como as multitarefas. Bradshaw (2014) fala em instantaneidade em consumo, em publicação e em distribuição. O primeiro aspecto está relacionado às mídias sociais e ao crescimento do consumo de notícias por meio destas ferramentas:

O que o *Twitter* e o *Facebook* adicionaram foi a infraestrutura de distribuição: a possibilidade para que aqueles *livestreams*, imagens, livros-áudio e textos fossem entregues a centenas de milhões de usuários. É neste ponto que a principal vantagem competitiva do *publishing* (jornalismo) tradicional está sendo desafiada (BRADSHAW, 2014, p. 114).

Já a instantaneidade em publicação condiz com a independência de processos industriais como no caso do impresso, do rádio e da televisão (BRADSHAW, 2014). Na web, existem variados sistemas de publicação de notícias, os quais impõem menos barreiras para que uma matéria vá ao ar. Bradshaw (2014, p. 116) prefere não se restringir à rapidez, mas também fala da “imediatez”: “Esta é uma qualidade que se faz sentir em todas as notícias, em que os usuários podem agora ultrapassar o jornalista e a estória, chegar à testemunha, à cena; ao que está ocorrendo no momento”. Ainda segundo o autor, esse processo pressiona o jornalista que produz a notícia em regime de instantaneidade a simplificar o processo de produção da notícia, até que esta seja publicada e distribuída.

Por fim, na instantaneidade em distribuição – também vinculada às mídias sociais –, Bradshaw (2014) compara o processo on-line à televisão e ao rádio, e diz que o usuário da web tem mais autonomia para ir atrás de informações. A instantaneidade como uma das características do webjornalismo está relacionada, portanto, às facilidades oferecidas pelos aparatos tecnológicos na publicação de conteúdos. No

entanto, tal contribuição pode retornar ao webjornalista como um dever de noticiar mais e mais (e o mais rápido possível). A instantaneidade também guarda forte relação com a demanda das mídias sociais por conteúdo, na medida em que estas se tornaram um canal de consumo de notícias. Ademais, ambos os aspectos dialogam com um cenário em que a ideia de “tempo real” – também propiciada pelas características do meio – tem relevância.

Assim, identifica-se que as características do webjornalismo se relacionam entre si e, além disso, suscitam outras reflexões que tensionam a pergunta-problema desta pesquisa: *Como a pressão do tempo no webjornalismo em meio à produção de hard news impacta a identidade dos webjornalistas no contexto de convergência?*

3.6 Webjornalismo e a pressão do “tempo real”

A instantaneidade parece ser o aspecto que mais dialoga com a pressão do tempo na produção e distribuição de notícias na web, já que esta parte do pressuposto da produção e veiculação de conteúdos em um ritmo imediato. Para Borges (2009):

A “necessidade” de divulgação imediata da notícia nos webjornais e o uso que se faz da capacidade ampliada de publicação estão no âmbito do referido processo amplo de aceleração do ciclo de produção capitalista. Essa necessidade, no entanto, é função de uma concepção do fazer jornalístico próprio da internet, que por seu turno é reflexo de uma perspectiva singular sobre a elaboração da informação na rede (BORGES, 2009, p. 15).

O aspecto instantaneidade está vinculado ao conceito de “tempo real”, fortemente associado ao jornalismo na web. Pernisa Júnior e Alves (2010, p. 51) lembram que muitos portais de notícias até mesmo definem seus *slogans* com base na ideia de dar a notícia em primeira mão, antes da concorrência, “e este antes é até mesmo anterior ao acontecimento se dar”. Franciscato (2005, p. 240) elucida que o jornalismo em “tempo real” “busca superar, técnica e concretamente, a defasagem entre o tempo do movimento das coisas do mundo e o tempo da produção jornalística”, mas existe uma mediação do jornalista e da empresa que não pode ser superada, já que estão em jogo recursos tecnológicos e o próprio processo produtivo do jornalista. Ou seja, por mais que a ideia de tempo real aparente que os receptores das notícias podem estar diretamente em contato com um acontecimento, não se trata de um “tempo real”, de

fato. Adghirni e Moraes (2007) questionam a expressão “tempo real”, preferindo defini-la como “informação em fluxo contínuo”:

(...) Matematicamente falando, é impossível transmitir uma informação via internet no exato momento em que o acontecimento se produz. É preciso um certo tempo para elaborar, digitar e disparar o mecanismo tecnológico que vai distribuir a informação, mesmo que sejam segundos depois do fato ocorrido (ADGHIRNI; MORAES, 2007, p. 237).

Para Kucinski (2004, p. 88), o conceito de “tempo real” não surgiu com a internet e o webjornalismo, mas já fazia parte das transmissões ao vivo por telégrafo, rádio, televisão, entre outros: “Todos os sinais transmitidos por via das ondas eletromagnéticas trafegam na mesma velocidade básica. Descontadas pequenas diferenças oriundas das resistências de cada sistema (...), essa velocidade é, no limite, a velocidade da luz”. Del Bianco (2004) explica que o rádio foi um “pioneiro do tempo real na era eletrônica”, devido à capacidade de transmitir notícias instantaneamente, além de mobilizar múltiplas fontes. A internet, segundo a autora, trouxe desafios para o modo de produzir notícias no rádio e reorganizou as rotinas de produção dos radiojornalistas.

Adghirni (2002b) também aponta a tradição do radiojornalismo com notícias instantâneas, além do telejornalismo com transmissões ao vivo, mas destaca a especificidade do “tempo real” na internet: “A internet, depois da televisão, acentua, pela velocidade, esta ideia de redução possível dos limites do tempo. Cria-se a ilusão de que, comprimindo-se o tempo, ele pode ser anulado” (ADGHIRNI, 2002b, p. 9). Ela também explica que a “febre do tempo real na imprensa brasileira” (ADGHIRNI, 2002b, p. 5) é fruto do período de instabilidade econômica nacional, já que as pessoas precisavam saber com urgência as notícias no setor financeiro. Compara, ainda, as redações dos jornais impressos com as redações dos jornais on-line, e destaca a quase inexistência de ligação entre ambas, cujas rotinas produtivas se igualam simplesmente no processo de coleta de informações: “O que muda fundamentalmente é a distribuição das notícias. Porque a palavra de ordem é TR (tempo real), todos os jornalistas estão conectados permanentemente a seus celulares” (ADGHIRNI, 2002a, p. 145).

Adghirni (2002b, p. 4) também assinala que “as tecnologias de comunicação impulsionaram a instalação de novos circuitos de informação rápidos e eficazes”:

A circulação da informação em redes globalizadas altamente velozes introduziu no jornalismo a noção de “tempo real”. Ou seja, os jornais passaram a funcionar como agências de notícias que despejam informação em fluxo contínuo diretamente para o público que é convidado a reagir e a participar dos acontecimentos. Isso dá à Internet a possibilidade de ser uma mídia realmente interativa nos processos de comunicação (ADGHIRNI, 2002b, p. 4).

Kucinski (2004) destaca que, no webjornalismo, as informações podem ser emitidas de modo contínuo e fragmentado:

A fragmentação da informação, uma característica do processo de produção da notícia, é levada ao extremo no jornalismo *on line*. É um jornalismo que não espera o resultado da batalha. Informa cada troca de tiros. Se um presidente faz um longo discurso, o jornalismo *on line* transmite um despacho atrás do outro com pedaços sucessivos do discurso (KUCINSKI, 2004, p. 98).

Moretzsohn (2002) critica o “tempo real” ao levantar a hipótese do “fetiche da velocidade” no jornalismo. Ela questiona, por exemplo, se os veículos de comunicação prezam mais qualidade da informação ou a velocidade para se chegar a uma informação, a fim de superar a concorrência: “(...) a velocidade é consumida como fetiche, pois ‘chegar na frente’ torna-se mais importante do que dizer a verdade: a estrutura industrial da empresa jornalística está montada para atender a essa lógica” (MORETZSOHN, 2002, p. 120). Segundo a autora, ao mesmo tempo em que o jornalismo se preocupa com o valor da atualidade, deve ser levada em conta a apuração rigorosa dos fatos:

Agora, na era do “tempo real”, essas contradições tendem a se agravar, e a se “resolver” pela eliminação de um dos termos do problema – a necessidade de veicular informações corretas e contextualizadas –, pois “qualquer explicação serve” para sustentar a notícia transmitida instantaneamente (MORETZSOHN, 2002, p. 128).

Para Borges (2009, p. 21), a ideia do “tempo real” na internet marca as rotinas produtivas no webjornalismo pela “obrigatória redução máxima do tempo entre o acontecido e a publicação”. Ainda que não tenha surgido a partir da internet e que seja característica de outros meios, na web, o “tempo real” pode ser entendido como a prática em que os repórteres que estão cobrindo acontecimentos na rua no momento em que estão ocorrendo e enviam matérias imediatamente à redação.

3.6.1 Noticiabilidade, concorrência e fontes no webjornalismo

No webjornalismo, os aspectos atualidade, novidade e instantaneidade tensionam os valores-notícia e a produção jornalística, condicionando-os na perspectiva do tempo (real e “real”, cronológico e virtual). Para Padilha (2012), o webjornalismo acabou por dilatar os “portões” ou *gates* controlados pelo jornalista ou *gatekeeper*, e, assim, há uma maior quantidade de notícias, não sendo a questão do espaço na web um problema no processo de seleção das notícias:

O “álibi” da limitação de espaço, que funcionava como um dos importantes filtros para publicação deixou de fazer sentido na “era dos bits”. Quando os jornais eram exclusivamente em papel, as matérias elevadas à manchete passavam por escolha bastante concorrida. O editor precisava considerar que na capa do produto só havia espaço para uma grande manchete. Assim para que uma matéria ganhasse o status de manchete deveria ter atributos dos valores-notícia muito fortes (PADILHA, 2012, p. 207).

Por outro lado, com mais espaço disponível para os webjornalistas publicarem notícias, aumentou o volume de informações a serem divulgadas, o que torna desproporcionais o tempo voltado para a produção do conteúdo e a quantidade de notícias: “(...) são sintomáticos os efeitos da experiência de se ter muita informação com pouco tempo para processamento. Esse é o motivo pelo qual a mineração de informação passa a ter um papel fundamental nas tarefas dos jornalistas e vem sendo debatida (...)” (PADILHA, 2012, p. 207).

Entretanto, Aguiar e Barsotti (2015, p. 93) consideram que, embora a função de *gatekeeping* no jornalista da web tenha diminuído e que o conceito de *gatematching* o tenha abarcado, não significa que o segundo tenha substituído completamente o primeiro, já que “seria reducionista imaginar que cabe a esse jornalista ser um mero observador e facilitador do acesso à informação na web”. Para os autores, nem mesmo conjugados, os conceitos são suficientes para traduzir o conjunto de funções do jornalista na web, pois este “também exerce o papel de mediador entre as notícias e seu público” (AGUIAR; BARSOTTI, 2015, p. 93).

Signates (2012) contextualiza o furo jornalístico como um aspecto que vai além de um critério de noticiabilidade, sendo também uma marca da concorrência histórica entre veículos jornalísticos na disputa por quem noticia primeiro. No contexto da internet, o autor problematiza que as redes sociais ameaçam o furo, já que, nestes

espaços, “as fontes assumem a função da notícia” e “o furo é dado pela própria fonte, em publicações nas redes sociais, tornando altamente relevantes certos ambientes virtuais como o *Twitter* e o *Facebook*” (SIGNATES, 2012, p. 433). Dentro do mesmo cenário da internet, segundo o autor, muda também o relacionamento entre fontes e jornalistas:

O jornalismo (...) não é mais o único, nem talvez o principal lugar da informação, mas permanece sendo, se é que não se torna ainda mais, aquele que confere à enorme e caudalosa circulação das notícias disponíveis o sinete da relevância. A internet, se por um lado, fragmenta o caráter exclusivista da atuação profissional, por outro lado reforça por outra via esse caráter, já que o inclui como um mecanismo semelhante aos programas de busca, que recolhem as informações e lhes dão o destaque necessário para que sejam priorizadas pelos internautas (SIGNATES, 2012, p. 436).

Degand e Grevisse (2015) abordam o relacionamento dos profissionais com as fontes de informação no webjornalismo, tanto em cenários de convergência, quanto isolados. *A priori*, é preciso destacar que a web, por si só, consiste em uma fonte de informação para jornalistas de qualquer mídia. E, não só isso: em um contexto mais amplo, a web é uma fonte de informação (no sentido geral do termo, sem se ater ao jornalismo) para qualquer pessoa, de qualquer lugar, desde que se tenha acesso à internet. Degand e Grevisse destacam as principais fontes de informação para os jornalistas de web, sendo elas: as agências de notícias, os jornalistas tradicionais, os veículos de mídias concorrentes, as fontes oficiais e, por fim os cidadãos. A começar pelas agências, Neveu (2010, p. 62) frisa as pressões sofridas pelo agente⁹ de tais empresas, o qual deve produzir conteúdos o mais rápido possível, sendo este “um jornalista subordinado a uma sobrecarga de pedidos de colegas clientes”. Rápidas como são, as agências de notícias contribuem fortemente para a produção de notícias na web. Sendo este o ganho que as agências de notícias proporcionam, para Degand e Grevisse (2015), a perda está na grande dependência dos webjornalistas com relação a esta fonte de informação.

Os mesmos autores mencionam os chamados “jornalistas tradicionais” como outra fonte relevante para os jornalistas da web, considerando um contexto de

⁹ Embora os jornalistas que trabalham em agências de notícias também atuem na web e em meio à velocidade, esta pesquisa se atém aos jornalistas de web que trabalham em redações de empresas que compram o serviço prestado por esses agentes de notícias.

convergência de mídias em uma mesma empresa jornalística. Os autores destacam que, nesse cenário, tanto os webjornalistas passaram a “reembalar conteúdos” de outros jornalistas (embora venham conquistando autonomia neste sentido ao longo dos anos), ao mesmo tempo em que tiveram de ajudar os jornalistas tradicionais na produção de conteúdos. Acrescenta-se outro aspecto: por terem crescido e se constituído em meio às novas tecnologias, os webjornalistas também precisam auxiliar os jornalistas tradicionais a operar tais ferramentas, inerentes a um trabalho invadido por estas. Por outro lado, a experiência dos jornalistas tradicionais lhes proporciona uma ampla e confiável lista de fontes, angariadas ao longo de muitos anos, o que os webjornalistas – evidentemente mais jovens na profissão – não têm.

Outro tipo de fonte muito usada por webjornalistas, explicitado por Degand e Grevisse (2015), são os veículos de mídia concorrentes, ou seja, faz parte do trabalho acompanhar o que jornalistas de outras empresas publicam até mesmo para saber se uma informação que os deixa inseguros já foi “bancada” pelos concorrentes, o que constitui um facilitador. No Capítulo 5, a questão da concorrência da web revela por que este aspecto também pode, por outro lado, consistir em um ponto de tensão no que diz respeito à pressão do tempo. O uso das fontes oficiais, de acordo com Degand e Grevisse (2015) é menos recorrente pelos webjornalistas, sobretudo de forma presencial, mas são valorizadas principalmente quando os profissionais querem embasar os conteúdos que produzem em pesquisas e documentos oficiais. Por fim, os autores apontam os cidadãos como um tipo de fonte de informação utilizada pelos jornalistas da web, como no caso de pessoas que presenciam acontecimentos (como atentados) e transmitem informações por meio de redes sociais.

Sobre os locais das fontes, conforme ressaltou Signates (2012), sobretudo nas redes sociais, a própria fonte pode revelar uma notícia. Degand e Grevisse (2015) apontam, ainda, os motores de busca, os agregadores de conteúdos e o e-mail. Pode-se acrescentar serviços de bate-papo veiculados a e-mails, como o *Google Talk*. Além destes, o *WhatsApp*, aplicativo de mensagens instantâneas, se tornou uma ferramenta facilitadora do trabalho jornalístico, já que os profissionais podem reunir vários tipos de fontes em um só grupo de contatos ou conversar com as mesmas individualmente, até mesmo realizar entrevistas on-line. Em grupos de *WhatsApp* que concentram colegas da mesma equipe, inclusive, é possível que um profissional passe informações de cobertura de eventos preponderantes por esta plataforma.

Para Fonseca (2010, p. 177-178), a partir do final do século XX, com o fortalecimento da internet, o jornalismo passa por mudanças que atravessam a estruturação das empresas jornalísticas, as rotinas produtivas, a informação, e “também se alteram o papel social do jornalismo e o sentido dos acontecimentos que o constituem como prática social”.

3.6.2 Pressão do tempo da pauta à publicação: *deadlines* sem fim

Como visto, a preocupação com concorrência consiste em um aspecto marcante para os jornalistas. Com o webjornalismo, a questão se estendeu para os portais de notícias concorrentes, que podem ser acessados com apenas um clique, além dos perfis nas redes sociais, cujas publicações explicitam que os veículos estão sedentos por curtidas e compartilhamentos. “Falar, falar sempre, mesmo que seja para não dizer nada; falar apenas para manter a antena aberta, para não perder o contato com o público, para preencher a programação, para encher a página do jornal” (RODRIGUES, 2012, 228). Assim também funcionam os sites e portais de notícias. Sem limites de espaço para conteúdos e com notícias em circulação minuto a minuto. A questão é movimentar-se, afinal, não se cria vínculo com o público nem se aumenta o número de acessos de um site com uma *home page* estática, sem nada novo.

Há outro aspecto referente ao tempo no webjornalismo passível de reflexão. O intervalo entre edições de um jornal impresso, por exemplo, é de um dia. Nas programações de televisão e rádio, ainda que sejam no formato *all news*, também existem intervalos, que podem ser de transmissões de programas de outra natureza e também de anúncios publicitários. Na web, qual seria o intervalo entre as notícias? As *home pages*, a *timeline* interna de notícias e as páginas dos veículos nas mídias sociais possuem uma espécie de relógio virtual – inclemente e cruel – que indica há quanto tempo não há uma publicação nova. Nas próprias matérias publicadas há, ao lado da data de veiculação daquela notícia, o horário em que ela foi ao ar ou a hora em que foi atualizada, se for o caso. Esses aspectos dão uma ideia de que não há intervalos na web, numa tentativa de aproximar a *home page*, a *timeline* de notícias ou as páginas das mídias sociais à realidade em que se vive no tempo da vida humana.

Talvez seja um fator de desespero para webjornalistas quando, por exemplo, o veículo de notícias em que trabalham está relativamente há algum tempo sem

novidades. As marcações temporais explícitas e implícitas pressionam a busca por novos acontecimentos ou precipitam a apuração dos que estão em curso. É possível deparar-se, por exemplo, com manchetes sem *links* em *home pages*, no *Twitter* ou no *Facebook*. Ademais, percebe-se que há uma grande preocupação em se destacar o adjetivo “urgente” neste tipo de chamada. Trata-se da necessidade de atestar a “imediatez” (BRADSHAW, 2014) em se noticiar uma determinada informação, mesmo que esta nem seja assim tão urgente, ou que ainda não existam dados suficientes para realmente informar aos leitores. É o caso de avisos como “Aguarde mais informações” no pé de matérias da web ainda com poucas informações, contexto que Pernisa Júnior e Alves (2010, p. 48) chamam de “uma nota quase telegráfica”.

Pode ser que, diante da produção de outras notícias, da carência de tempo ou da falta de sistematização das matérias produzidas na web, não se retorne para tais conteúdos e crie-se um aguardo sem fim por tais informações: “Muitas vezes, no intuito de dar a notícia mais rapidamente, a própria ideia de jornalismo é colocada de lado em favor de uma rapidez que não parece condizer com aqueles que acreditam numa imprensa séria e sensata” (PERNISA JÚNIOR; ALVES, 2010, p. 47).

Ao falar sobre como o tempo rege as rotinas produtivas dos jornalistas, Schlesinger (1993) enfatiza o *deadline* nas práticas destes profissionais: “Estes (os *deadlines*) e os inexoráveis ponteiros do cronômetro são dois dos mais potentes símbolos na cultura profissional do jornalista” (SCHLESINGER, 1993, p. 179). Nas redações de web, os jornalistas lidam com sucessivos *deadlines*, e a pressão do tempo faz parte do trabalho minuto a minuto, muitas vezes com todo o processo de produção da notícia (da pauta à publicação) concentrado nas mãos de um só profissional, capaz de trabalhar texto, foto, áudio e vídeo dentro de um mesmo conteúdo.

Em verdade, pode fazer parte das atribuições de um webjornalista: sugerir/preparar a pauta, apurar as informações, redigir o texto, fotografar e/ou editar imagens e vídeos, diagramar o conteúdo nos sistemas de publicação, publicar a matéria e, ainda, veicular a chamada daquele conteúdo em mídias sociais. Muitas vezes, já existe outra pauta à espera, ou várias pautas são trabalhadas ao mesmo tempo. Os sucessivos *deadlines* ou *deadlines* sem fim provocam a ideia de que, enquanto houver notícia, haverá trabalho. Sempre haverá espaço, nem sempre existirá tempo para se produzir adequadamente, mas, sim, um tempo que não para.

Adghirni (2002a, p. 145) lembra que, no webjornalismo, as rotinas são “infernais” e atesta: “A diferença essencial entre jornalistas da mídia tradicional e da mídia digital reside no ritmo das rotinas produtivas”. A pressão do tempo no webjornalismo poderia se dar, portanto, em três aspectos: no processo de produção da notícia, a fim de que os conteúdos sejam publicados o mais rápido possível; na demanda por notícias, com o objetivo de se movimentar *home pages* e perfis dos portais de notícias nas mídias sociais; e na velocidade do trabalho dos profissionais de web.

3.6.3 Identidade profissional no webjornalismo

A acentuação da pressão do tempo nas rotinas produtivas e no processo de produção da notícia na web envolve diversos fatores. Em estudo acerca da relação entre as rotinas produtivas e a identidade profissional dos jornalistas on-line, Pereira (2003) destaca o chamado “jornalista sentado” (do francês *journaliste assis*) como uma característica marcante entre estes profissionais, ainda que, segundo o autor, a internet não tenha sido a responsável pela introdução deste aspecto na prática jornalística. Segundo o autor, o que ela fez foi potencializar esse aspecto devido à necessidade das empresas de difundirem informações em “fluxo contínuo” em meio a equipes reduzidas.

Em uma pesquisa de Dubar (2005) e outros autores em empresas privadas francesas em transformação, de natureza distinta da jornalística, foram traçadas quatro configurações identitárias. Uma delas, a identidade bloqueada, pode ser associada à concepção que muitos ainda têm sobre o “jornalista sentado” que atua em meio ao webjornalismo, desde o aparecimento destes nas redações: a identidade bloqueada, descrita na pesquisa de Dubar, abarca profissionais polivalentes em vários sentidos, que têm um domínio das práticas utilizadas no trabalho, mas desempenham uma atividade considerada monótona e mecânica. A questão acaba por bloquear estes profissionais, os quais se colocam à espera de um trabalho que, de fato, seja qualificado.

Como será que os profissionais de outras mídias identificam os webjornalistas nessa perspectiva, e como os webjornalistas identificam a si mesmos? Os profissionais de outras mídias ainda veem os webjornalistas como meros praticantes do *copia e cola* de matérias de outros portais por causa da necessidade de publicar notícias com urgência? E o webjornalista, enxerga-se como superior aos demais por concentrar

tarefas – muitas delas que presumem conhecimento de aparatos tecnológicos – no processo de produção da notícia?

Para Adghirni (2012), o desenvolvimento das tecnologias digitais não só acelerou a pressão do tempo no processo de produção da notícia, como também transformou os jornais em “usinas de informação”, em um contexto de concorrência ferrenha entre os veículos. Além disso, segundo a autora, “a internet acabou com o ritmo circadiano do jornal (dia, jornada, análise do dia)”, já que “o período de 24 horas entre duas edições é por demais longo para segurar a notícia e o leitor” (ADGHIRNI, 2012, p. 65). A pressão do tempo no processo de produção da notícia tensiona os webjornalistas e faz com que estes identifiquem a si mesmos como mais rápidos, mais pressionados, mais heróis capazes de vencer a concorrência do que os demais?

Se, conforme Dubar (2005) a identidade se dá na forma como o indivíduo se identifica, mas também no modo como identifica o outro, no webjornalismo em um contexto de convergência, torna-se pertinente a perspectiva da identificação de si mesmos por parte de webjornalistas e de jornalistas oriundos de outras mídias, e como estes identificam uns aos outros, considerando-se o tempo o fator central. Por conta da convergência, os webjornalistas têm mais chances de se identificarem com os jornalistas de outras mídias do que o inverso? Afinal, como se definem os webjornalistas, se é que assim se definem? O fator tempo faz com que eles se diferenciem dos demais? Ao analisar processos e práticas de webjornalistas e, ao coletar percepções destes profissionais, pretende-se tentar responder a essas e a outras perguntas.

CAPÍTULO 4 – METODOLOGIA

4.1 Construindo o objeto

Para dar conta da empreitada teórica a que se propõe esta pesquisa são aplicados os seguintes procedimentos metodológicos: estudo de inspiração etnográfica; observação sistemática e entrevistas. Ao final do primeiro ano do mestrado (2015), foram feitas investigações em dois veículos jornalísticos de Brasília, para fins de pré-teste da qualificação e produção de artigos¹⁰. Essa fase exploratória proporcionou um melhor recorte do objeto e ajudou a lapidar a pergunta-problema levada para a segunda fase, no terceiro veículo jornalístico – desta vez de São Paulo – realizada no final de 2016. O esquema do Quadro 1 traz tais detalhes, bem como a metodologia utilizada em cada veículo e os períodos de realização da pesquisa:

Quadro 1 – Fases da pesquisa

Pesquisa	Veículo	Metodologia	Período
1ª Fase	<i>Veículo A</i> (Brasília)	Estudo etnográfico, observação sistemática e entrevistas	7 de outubro de 2015; Entrevista extra em 8/10
	<i>Veículo B</i> (Brasília)	Entrevistas	16 de outubro de 2015
2ª Fase	<i>Veículo C</i> (São Paulo)	Estudo etnográfico, observação sistemática e entrevistas	25 e 26 de outubro de 2016

Fonte: Autoria própria

¹⁰ Os dados obtidos a partir da fase inicial da pesquisa foram apresentados em artigos. O primeiro deles no XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste (Intercom) em maio de 2016. O segundo está previsto para publicação na revista *Brazilian Journalism Research* em abril de 2017, em coautoria com a orientadora Thaïs de Mendonça Jorge.

Como se vê, a pesquisa no *Veículo A* e no *Veículo C* incluíram estudo de inspiração etnográfica, observação sistemática e entrevistas. O *Veículo B*, por sua vez, permitiu apenas a realização de entrevistas. Vale lembrar que as especificidades relacionadas ao *Veículo B* no que diz respeito à integração da redação de TV e portal de notícias não foram analisadas, já que não se entrou neste veículo jornalístico. Pelo fato de a técnica de entrevistas ter se mantido em todas as fases da pesquisa, considera-se que o recorrente uso desta contribuiu para a melhoria da aplicação das entrevistas ao longo do estudo.

Optou-se por não identificar os três veículos pesquisados, que são denominados *Veículo A*, *Veículo B* e *Veículo C*. Por se tratar de uma sondagem inicial, não foi apresentado termo de compromisso nos dois primeiros, embora tenha sido adotado o procedimento de solicitação de autorização junto aos veículos. No terceiro veículo pesquisado apresentou-se termo de compromisso que permitia a identificação do jornal. Mesmo assim, para seguir-se um padrão de não identificação e igualar o sigilo dos três veículos, nenhum deles é identificado. Os entrevistados, de um modo geral, pediram para não ser identificados, o que, acredita-se, proporcionou uma maior abertura nas declarações dadas. Ao todo, foram entrevistados oito jornalistas – quatro homens e quatro mulheres – identificados como *Entrevistada 1* e *Entrevistada 2* (*Veículo A*); *Entrevistada 3* (*Veículo B*); *Entrevistado 4*, *Entrevistada 5*, *Entrevistado 6*, *Entrevistado 7* e *Entrevistado 8* (*Veículo C*). Com exceção da *Entrevistada 3*, que ocupa a função de subedição (ainda que também atue como repórter), e do *Entrevistado 8*, no cargo de editor, todos os outros entrevistados estão na função de repórteres. Os entrevistados têm idades entre 25 e 45 anos. Na escrita dos dados obtidos a partir da pesquisa, procurou-se trazer marcações temporais a fim de se evidenciar o aspecto central do estudo: o tempo.

4.1.1 Inspiração etnográfica: convivendo com profissionais sem tempo

Prefere-se mencionar que a metodologia empregada tem inspiração etnográfica, já que o tempo disponível para a realização da pesquisa pode ser considerado demasiadamente curto para ser chamado de etnografia, propriamente dita, embora se tenha essa pretensão. A etnografia consiste em um método qualitativo e empírico proveniente da antropologia (TRAVANCAS, 2012), em que o pesquisador ingressa em um determinado grupo, vive as experiências destes membros que estão sendo

pesquisados e coleta dados (VERGARA, 2006). Lago (2007, p. 49) explica que a etnografia está inserida no trabalho de campo do pesquisador e que representa basicamente a “descrição dos costumes (cultura dos povos)”. Ao falar sobre as origens da antropologia, Laplantine (1987) explica a necessidade do homem de observar os demais e refletir a respeito destes e da sociedade na qual viviam. Segundo o autor, a antropologia se torna um saber científico apenas no final do século XVIII, quando o homem é posto como objeto de conhecimento, em detrimento da natureza: “(...) Apenas nessa época é que o espírito científico pensa, pela primeira vez, em aplicar ao próprio homem os métodos até então utilizados na área física ou da biologia” (LAPLANTINE, 1987, p. 13). O autor descreve a etnografia como um trabalho que não se limita à coleta de várias informações, mas consiste em “impregnar-se dos temas obsessivos de uma sociedade, de seus ideais, de suas angústias”, e define o etnógrafo como “aquele que deve ser capaz de ver nele mesmo a tendência principal da cultura que estuda” (LAPLANTINE, 1987, p. 149-150).

Laplantine (1987, p. 75) também explica que apenas no início do século XIX teve fim a divisão de tarefas – observador, viajante etc. – entre os etnógrafos, que antes se setorizavam para analisar distintos grupos: “(...) A etnografia propriamente dita só começa a existir a partir do momento no qual se percebe que o pesquisador deve ele mesmo efetuar no campo sua própria pesquisa, e que esse trabalho de observação direta é parte integrante da pesquisa”. Para Peirano (1995, p. 135-136), é por meio da pesquisa etnográfica que “a teoria antropológica se desenvolve e se sofisticava quando desafia os conceitos estabelecidos pelo senso comum no confronto entre a teoria que o pesquisador leva para o campo e a observação da realidade ‘nativa’ com a qual se defronta”.

Se durante muito tempo a etnografia se restringiu ao estudo de grupos considerados imersos em realidades distantes das dos pesquisadores, Travancas (2012, p. 99) explica que, a partir do início do século XX, com a Escola de Chicago, os antropólogos passaram a estudar grupos mais próximos de suas realidades, com pesquisas relacionadas “a sua cidade, os seus bairros, os seus habitantes e as suas profissões”. Sousa (2003, p. 121) lembra que nos estudos da Escola de Chicago “(...) os indivíduos são peças importantes do modelo de comunicação em sociedade”, e foi nesse momento que, segundo Lago (2007, p. 48) iniciou-se o vínculo entre antropologia e jornalismo, com estudos da relação entre o meio urbano e a mídia sob uma perspectiva antropológica: “(...) é a antropologia que fundamenta metodologicamente pesquisas

sobre o *newsmaking*". Desse modo, assim como a etnografia se propõe a estudar uma determinada cultura, ela se faz presente no âmbito do *newsmaking*, o qual também está atrelado à cultura profissional dos jornalistas, conforme Wolf (2003). Sousa (2003, p. 81) lembra que "os jornalistas partilham, de fato, valores e formas de ver e fazer as coisas que estruturam uma cultura profissional". Os estudos do *newsmaking* numa perspectiva sociológica baseada na etnografia acerca do processo de produção da notícia começaram na década de 1950, nos Estados Unidos, segundo Franciscato (2005, p. 195):

A etnografia possibilitou descrever e interpretar práticas que, se numa leitura sociológica baseavam-se em relações sociais e de poder intra e extra-organizacionais, adquiriram, com a lente do olhar etnográfico, uma mais rica compreensão da relação entre prática social e produção cultural, priorizando a investigação dos fatores simbólicos que compõem o mundo de valores e práticas jornalísticas.

Segundo Wolf (2003, p. 193), quando aliada ao *newsmaking*, a etnografia no contexto da comunicação possibilita, por exemplo, "a observação dos momentos e das fases de crise, quando fenômenos e eventos ambíguos, incertos ou pouco claros, redefinem-se de modo incongruente (...)".

As etapas que precedem a entrada no campo onde será realizada a etnografia, segundo Travancas (2012), incluem: levantamento e leitura de bibliografia relacionada ao assunto; preparação do chamado diário de campo; e a negociação para a entrada no campo. Esse instrumento, segundo Lago (2007, p. 52) – onde são registradas as percepções do pesquisador a respeito de quem está sendo pesquisado – é importante "para o momento final da produção da etnografia, quando o pesquisador deverá organizar os dados de forma a produzir sua 'descrição densa' da cultura estudada".

O emprego da técnica inspirada na etnografia possibilitou a aproximação com jornalistas que produzem notícias para a web em redações jornalísticas, a fim de que se conhecesse de perto o comportamento deles no dia a dia, o trabalho que desempenham e a relação com colegas de equipe em meio à pressão do tempo. Conforme Travancas (2012), a etnografia presume um "mergulho" por parte do pesquisador e, por isso, exige um considerável tempo de aplicação do método. A presente pesquisa é norteadada pelo tempo e a influência deste na produção da notícia por parte dos webjornalistas, bem como sobre a identidade destes profissionais. Como foi problematizado nos capítulos anteriores e considerando-se a proposta deste estudo, tem-se claro que o tempo é um

aspecto preponderante nas rotinas produtivas, na produção da notícia e na constituição do jornalista enquanto profissional. Por isso mesmo, durante o processo de solicitação de autorização junto às redações em que se realizou o estudo (*Veículo A* e *Veículo C*), foram autorizados prazos demasiadamente curtos (de um dia e de dois dias, respectivamente) de presença na redação para não comprometer o trabalho dos profissionais pesquisados.

No *Veículo A*, o estudo foi realizado em uma quarta-feira (7/10/2015) e, no *Veículo C*, em uma terça e uma quarta-feira (25 e 26/10/2016). Com relação aos dias da semana escolhidos, o *Entrevistado 8*, editor de internet do *Veículo C*, explicou que não há diferenciação entre os dias da semana em termos de produção e volume de trabalho, à exceção dos finais de semana: “Todo dia é corrido, todo dia é um turbilhão”. Nos finais de semana, os jornalistas da redação trabalham em regime de plantão, o que reduz o número de profissionais em atividade, mesmo porque, naturalmente, diminui a quantidade de pautas, já que vários órgãos não funcionam, por exemplo, o que não exclui a possibilidade de fatos imprevisíveis acontecerem. Nos dois dias de estudo no *Veículo C*, a pesquisadora permaneceu na redação entre 11h e 23h. O horário de entrada no primeiro dia foi determinado pelo editor, e optou-se por mantê-lo no segundo dia para obter-se uma constância temporal, a fim de se fazer comparações e perceber possíveis repetições e/ou variações. O horário de saída da redação foi escolhido pela própria pesquisadora. Permaneceu-se no *Veículo A* das 7h30 às 19h30.

Lago (2007, p. 59) explica que não há neutralidade entre pesquisador e objeto estudado: “Sua escolha, os motivos pessoais que nos levam a pesquisar isto ou aquilo estão relacionados a algum tipo de proximidade, que tanto pode ser da ordem do afetivo (incluindo aí gostar ou não gostar) quanto da ordem da familiaridade”. No âmbito do jornalismo, de acordo com a autora, a existência de proximidade entre quem faz a pesquisa e o grupo pesquisado gera uma fidelidade que possibilita a descoberta de determinados aspectos relevantes para o estudo. No caso do estudo em questão, a experiência prévia da pesquisadora no webjornalismo (e, portanto, a proximidade existente com relação ao objeto) ajudou no processo. Por outro lado, ao longo do mestrado, houve o cuidado de desenvolver-se um afastamento do objeto, o qual, conforme Lago (2007, p. 58), deve ser alcançado à medida que se adota “a subjetividade inerente à pesquisa”.

Malinowski (1986, p. 26) salienta como deve ser feita a observação em meio à etnografia:

Considero que só terão inquestionável valor científico as obras etnográficas em que possamos separar claramente, de um lado, os resultados da observação direta das afirmações e interpretações dos nativos e, de outro, as inferências do autor, baseadas em seu bom senso e em seu discernimento psicológico.

A pesquisa empreendida partiu, tanto de uma observação simples, inerente ao estudo etnográfico, como de uma observação sistemática, com eventos escolhidos para serem observados diretamente, como veremos a seguir.

4.1.2 Observação sistemática: a cada clique, uma etapa e um tempo

Ao comparar a observação no âmbito das ciências sociais e a observação feita no dia a dia, Silverman (2009) explica que resultam do primeiro caso escritos etnográficos. Jaccoud e Mayer (2008, p. 254) explicam que “os fundadores das ciências sociais e, mais precisamente, os fundadores da sociologia, fizeram da observação o critério fundamental do conhecimento (...)”. Ferreira; Torrecilha; Machado (2009) lembram que o observador pode participar da pesquisa de formas variadas, somente como espectador ou com interferências no objeto observado. Mas as autoras explicam que “com o aumento do nível de participação, o observador pode perder a objetividade; e a presença do observador pode influenciar a situação, perdendo-se espontaneidade e rigor”.

Para esta pesquisa, optou-se por utilizar a observação sistemática, que, segundo as autoras, tende a ser estruturada. Moreira e Caleffe (2008) explicam que a observação sistemática parte do simples objetivo de observar como se comportam os membros do grupo pesquisado, o que inclui ações e o que falam, sem que haja interferências do pesquisador. Os autores também explicam que, na observação sistemática, o recolhimento de dados ocorre em duas etapas, sendo a primeira com participação para que se criem determinadas relações, e uma segunda, sem participação, para compilar detalhes observados.

Para a observação sistemática, escolheu-se previamente à entrada no campo o acompanhamento da produção da notícia. No *Veículo A* foi acompanhada a produção de uma repórter na produção de uma notícia e na atualização da *home* interna da editoria

em que trabalha (ver seção 5.2.2.2) no mesmo dia da realização das entrevistas. Durante a pesquisa, foi feita uma tentativa de aplicar cronômetros em cada etapa do mesmo processo de produção da notícia da jornalista para se obter dados quantitativos. O objetivo era calcular o tempo gasto nas fases do trabalho dos webjornalistas para comparar possíveis diferenças entre elas. Entretanto, durante o processo, percebeu-se a dificuldade da utilização dos cronômetros. Sempre que se começava a contagem do tempo em um determinado processo, a webjornalista iniciava outra tarefa e a marcação era zerada. As demandas simultâneas e as várias tarefas executadas ao mesmo tempo impossibilitaram a cronometragem das etapas de produção. Mesmo sem os cronômetros, a tentativa elucidou reflexões que estão explicitadas no próximo capítulo. Além dessa observação estruturada, selecionou-se para observação o acompanhamento da rotatividade e atualização das manchetes no portal de notícias em um intervalo de tempo (ver seção 5.2.2.2.1).

No *Veículo C*, foi observada a produção de um dos entrevistados¹¹ no primeiro dia de realização das entrevistas (25/10/2016), o qual tem a função de alimentar o portal com notícias, diretamente da redação (ver seção 5.2.2.3). A observação foi feita a fim de se avaliar e quantificar o número de tarefas realizadas pelo profissional em um determinado intervalo de tempo, para que os dados sejam relacionados a conceitos sobre a produção jornalística.

Durante a observação sistemática, os profissionais faziam comentários sobre a produção, mas a pesquisadora tomou como postura não interferir nesta fase, mesmo porque, posteriormente, eles seriam entrevistados. Como recomendam Moreira e Caleffe (2008), as observações foram feitas depois que a pesquisadora já estava razoavelmente familiarizada com os observados para não gerar estranhamento. As unidades de análise na observação do trabalho dos dois profissionais foram definidas previamente como: tarefas e tempo.

Nas observações sistemáticas, anotou-se o horário de início e de fim das atividades que se pretendia observar, em alusão ao “método da duração” (MOREIRA; CALEFFE, 2008, p. 200), no qual se usa “um cronômetro ou qualquer outro

¹¹ Embora tenha sido solicitado e acordado com os jornalistas que fazem coberturas na rua, não foi possível acompanhá-los devido a limitações de tempo para a realização da pesquisa e por particularidades dos dias de cada um – um deles estava prestes a viajar para uma entrevista em outro estado e o outro não teve de fazer coberturas fora da redação porque não houve demanda naqueles dias.

instrumento de cronometragem para registrar o tempo durante o qual o sujeito manifesta um determinado comportamento”.

4.2 Entrevistas: relatos de experiências na web

Por fim, com o intuito de explorar as percepções dos webjornalistas acerca do trabalho que desempenham e como veem a si mesmos e aos colegas de redação em meio à pressão do tempo, utilizou-se a entrevista como técnica de pesquisa. Marconi e Lakatos (2012, p. 92) definem a entrevista como “um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional”. Pádua (2004, p. 70) resume que a eficiência da entrevista enquanto técnica está na “obtenção de dados referentes ao comportamento humano”. De um modo geral, a entrevista qualitativa, segundo Gaskell (2008), visa entender melhor o mundo do grupo pesquisado, além de serem versáteis e amplamente aplicadas em variados tipos de estudos. Travancas (2012, p. 103) diz que o entrevistador, em relação ao entrevistado, não “julga seu discurso, suas atitudes, suas escolhas”, pois “não está em busca de uma resposta verdadeira, objetiva”. Para a autora, poder se aproximar da pessoa que está sendo entrevistada consiste em um dos pontos fortes da entrevista dentro da perspectiva da pesquisa qualitativa, em detrimento dos questionários (quantitativos) já que a primeira permite que o entrevistador perceba o modo como o respondente se expressa, como:

(...) o tom de voz que usa; o seu entusiasmo ao falar de determinados assuntos; a relação de confiança que se estabelece entre pesquisador e pesquisado e que ajudará em outras etapas da pesquisa; a percepção de contradições no seu discurso; e mesmo a possibilidade de abordagem de temas mais complexos ou mesmo delicados (TRAVANCAS, 2012, p. 106).

Segundo Gil (1999), outra vantagem da entrevista está na flexibilidade das perguntas a serem feitas, o que não é possibilitado pelos questionários, por exemplo. Para Broustau; Jeanne-Perrier; Le Cam; Pereira (2012, p. 16), a entrevista “atravessa e alimenta interações e dinâmicas complexos em torno de uma variedade de assuntos”, além de consistir em “uma modalidade e uma dinâmica de trocas em um espelho entre atores com objetivos variados”. Mas, ao mesmo tempo que apresenta facilidades, a entrevista também implica complexidade. Poupart (2008, p. 215) explica que é difícil

adentrar as “realidades sociais” dos entrevistados, “sendo transmitidas através do jogo e das questões das interações sociais que a relação de entrevista necessariamente implica, assim como do jogo complexo das múltiplas interpretações produzidas pelos discursos”.

Poupart (2008, p. 216) destaca argumentos que costumam ser usados pelos pesquisadores para a escolha da entrevista como técnica de pesquisa qualitativa. Um deles, que dialoga com as intenções da pesquisa em questão, destaca que “uma exploração em profundidade da perspectiva dos atores sociais é considerada indispensável para uma exata apreensão e compreensão das condutas sociais”, o que é permitido pela aplicação das entrevistas. Entretanto, o autor enfatiza que faz-se necessário a adoção de outros métodos que deem suporte para a entrevista, sendo, no caso desta pesquisa, o estudo inspirado na etnografia.

Dentro do contexto da entrevista enquanto técnica de pesquisa, o presente estudo emprega, especificamente, a entrevista individual. Neste estudo, são empregadas entrevistas semiestruturadas com perguntas semiabertas, as quais partem de um roteiro com questões-chave oriundas do problema de pesquisa, conforme (DUARTE, 2012). Segundo o autor, as questões-chave vão sendo desdobradas em várias outras perguntas, à medida que as perguntas são feitas. Assim, passa-se para a pergunta seguinte quando cada questão-chave tiver sido concluída.

Moreira e Caleffe (2008, p. 169) explicam que a entrevista semiestruturada se situa entre a entrevista não-estruturada e a estruturada. No caso da semiestruturada, segundo os autores, o entrevistador é “livre para deixar os entrevistados desenvolverem as questões da maneira que eles quiserem”. No processo de escolha dos entrevistados, Duarte (2012) lembra que em técnicas qualitativas, como a entrevista, o mais importante é obter relatos de qualidade e de pessoas diversificadas, mesmo que advindos de um pequeno número de respondentes. Da mesma forma, para Moreira e Caleffe (2008, p. 181), “a amostra deverá ser grande o suficiente para ser aceitável, dado o propósito da pesquisa, mas pequena o suficiente para permitir os detalhes e a profundidade adequada para cada caso ou unidade da amostra”.

4.3 Por dentro da metodologia

Adentrar redações jornalísticas e entrevistar os profissionais que nela trabalham implicam obstáculos. Embora sigam uma determinada rotina de atividades, a

imprevisibilidade dos acontecimentos na qual operam e a pressão do tempo à qual estão submetidos durante coberturas e produção de notícias pode dificultar a participação destes profissionais de pesquisa como esta. A escolha dos jornalistas a serem acompanhados e entrevistados se deu por “juízo particular” (DUARTE, 2012, p. 69).

Mesmo que as especificidades dos profissionais sejam destrinchadas no capítulo seguinte, vale antecipar que, por conta das particularidades do trabalho de cada um, as entrevistas individuais foram realizadas de diferentes formas. No *Veículo A*, uma entrevista foi feita na lanchonete da empresa, em horário de intervalo durante o expediente. A outra entrevista foi realizada no dia seguinte ao estudo de campo (8/10/2015), fora do prédio da redação, pois a entrevistada não dispunha de tempo no primeiro momento. No *Veículo B*, como não foi permitida a entrada no ambiente da redação, a entrevista foi realizada na recepção do prédio. No *Veículo C*, duas das entrevistas foram feitas durante o expediente. As outras duas foram feitas fora do horário de trabalho: uma depois que o entrevistado terminou o turno; a outra, antes da entrada da repórter na redação. Essa entrevista foi interrompida por conta de uma demanda de trabalho solicitada pela chefia e foi concluída no mesmo dia, no horário de janta da entrevistada. As entrevistas foram realizadas fora da redação do veículo, na lanchonete da empresa.

Todas as entrevistas foram registradas com gravações em áudio, conforme combinado previamente com os entrevistados. Os textos integrais das entrevistas passaram por edição para retirada de trechos inaudíveis e, nos trechos selecionados para análise, foram editadas partes que não prejudicavam o entendimento. Também foram retirados dos textos menções a nomes de colegas, veículos concorrentes e da editoria em que trabalham para que os entrevistados não fossem identificados. Durante a entrevista, também foram feitas anotações em papel acerca de comentários sobre declarações dos entrevistados, bem como dúvidas que poderiam vir a se tornar perguntas. Os áudios das entrevistas foram degravados pela própria pesquisadora.

Os dados coletados no estudo de campo foram registrados em um diário de campo, codificados e comparados com os dados obtidos nas entrevistas, conforme Vergara (2006). Para serem analisados, os dados foram organizados em categorias, que, segundo Gil (2010, p. 131) são importantes “para a construção de um modelo explicador da realidade”, já que apreende-se “que significados os informantes atribuem

aos termos utilizados”. Os dados obtidos na pesquisa reúnem as seguintes categorias de análise: convergência, produção, tempo, tarefas, concorrência e identidade.

CAPÍTULO 5 - PESQUISA EMPÍRICA: ANÁLISE E RESULTADOS

O presente capítulo traz análise e resultados da pesquisa realizada ao longo do mestrado, com diferentes vieses, até se chegar à pesquisa feita na redação do *Veículo C*, a fim de se entender como a pressão do tempo impacta a identidade dos jornalistas de web dedicados à produção de *hard news* em um contexto de convergência. As análises levantam categorias que se relacionam com conceitos e problematizações expostos nos capítulos iniciais da dissertação. As seções a seguir trazem, primeiramente, um panorama da convergência e a relação com o tempo e a produção de notícias no *Veículo A* e o *Veículo C*. Em seguida, a observação sistemática de atividades de jornalistas de ambos os veículos. Posteriormente, apresenta-se a análise em torno das entrevistas com os jornalistas do *Veículo A*, do *Veículo B* e do *Veículo C*. Por fim, o Capítulo 5 traz considerações preliminares a respeito dos dados coletados na pesquisa.

5.1 Estudo nos Veículos A e C

Como descrito no capítulo anterior, as chefias dos veículos *A* e *C* permitiram a entrada nas redações, tendo sido aplicadas, portanto, além das entrevistas, estudo inspirado na etnografia e observação sistemática. Por outro lado, o *Veículo B* não consentiu ingresso na redação, de modo que, a seguir, serão apresentados os resultados do estudo de inspiração etnográfica no *Veículo A* e no *Veículo C*. Estes foram escolhidos para a pesquisa porque ambos são veículos tradicionais com redações que integram jornal impresso e portal fisicamente, ou seja, não são portais de notícias isolados. A ideia é verificar possíveis contrastes entre o antigo e o novo, e a relação desse aspecto com os jornalistas que trabalham nessas redações tendo, como panorama, o tempo.

O quadro a seguir traz informações sobre os veículos pesquisados, bem como dos jornalistas entrevistados, tais como o período de realização da pesquisa:

Quadro 2 – Detalhes da pesquisa

	Tipo de veículo	Data da pesquisa	Entrevistados
<i>Veículo A</i>	Impresso integrado com portal	7/10/2015; Entrevista extra em 8/10	<i>Entrevistada 1 e Entrevistada 2</i>
<i>Veículo B</i>	Portal integrado com TV	16/10/2016	<i>Entrevistada 3</i>
<i>Veículo C</i>	Impresso integrado com portal	25 e 26/10/2016	<i>Entrevistado 4, Entrevistada 5, Entrevistado 6, Entrevistado 7 e Entrevistado 8</i>

Fonte: Autoria própria

5.1.1 Jornalistas, convergência e produção no *Veículo A*

A redação do *Veículo A* concentra, no mesmo espaço físico, as baias com as editorias tradicionais do jornal impresso – como *Política* e *Economia* – cujos jornalistas produzem especificamente para o papel, e há também os jornalistas que produzem para o portal. Esses últimos ficam em baias delimitadas, e não dispersos em meio aos outros jornalistas. A separação reflete na produção desempenhada por esses profissionais. O Quadro 3, a seguir, propõe um esquema da produção dos jornalistas no *Veículo A*, divididos entre jornalistas do portal e jornalistas do impresso:

Quadro 3 – Produção no Veículo A

Jornalistas do portal	Jornalistas do impresso
<ul style="list-style-type: none"> • Produzem matérias próprias e as publicam no portal de notícias; • Recebem <i>flashes</i> de alguns repórteres do impresso sobre pautas e consolidam as informações em matérias; • Editam matérias que serão publicadas no portal; • Alimentam com notícias a <i>home page</i>¹² do portal, além das <i>homes</i> internas¹³ das editorias no portal; • Alimentam as mídias sociais do veículo com notícias. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produzem notícias quentes e frias exclusivamente para o jornal impresso; • Durante coberturas, parte deles envia por telefone informações sobre uma determinada pauta para os repórteres do portal.

Fonte: Autoria própria

Nessa redação, a integração entre os jornalistas que sempre escreveram para o jornal impresso e os que produzem para o portal de notícias ainda é tímida, de modo que existe uma espécie de separação com relação a quem é do impresso e quem é do portal. Assim, se acontece um atentado terrorista em um país estrangeiro, por exemplo, a pauta sobre o mesmo assunto poderá ser produzida de duas maneiras: de um lado, pelos jornalistas da editoria de assuntos internacionais que produzem para o jornal impresso e publicarão as matérias relacionadas ao tema no jornal do dia seguinte; de outro, pelos webjornalistas que produzirão e publicarão as matérias na editoria de assuntos internacionais dentro do portal de notícias do veículo, de forma independente.

Essa dinâmica faz não apenas que matérias sobre o mesmo tema tendam a ser duplicadas, mas também que sejam duplicados os esforços dos jornalistas do mesmo

¹² A *home page* dos portais de notícia consistem na página de entrada de cada uma delas. Elas contêm, além da manchete – que é a chamada com a notícia principal – outras chamadas em textos que podem estar acompanhados ou não de imagens ao longo da página, além de anúncios publicitários.

¹³ O que os jornalistas chamam de *homes* internas ou capas internas são as páginas principais de cada editoria dentro do portal de notícias. Nessas capas internas também há uma manchete com a principal notícia da editoria, além de outras chamadas de notícias.

veículo em torno de uma mesma cobertura, sendo uma voltada para o impresso e outra para o meio digital. Logo, no portal, os jornalistas – que acabam constituindo outra equipe – produzem de modo independente sobre assuntos variados (política, economia, pautas internacionais etc.). A exceção são as pautas de notícias locais publicadas no portal. Elas passaram a ser produzidas por jornalistas da editoria de notícias locais no jornal impresso, agora encarregados da produção de tais matérias, porém voltadas especificamente para a publicação no portal. Assim, a editoria de notícias locais é a única do *Veículo A* que tem jornalistas que produzem para o impresso e para o portal. A equipe do portal considera que tal mudança desafogou o trabalho deles, mas eles ainda dão conta de outras editorias. Para a *Entrevistada 1*, do *Veículo A*, a equipe do portal gostaria que a iniciativa de ter editores de web nas equipes se estendesse a todas as editorias do jornal: “Acho que falta mais integração com o restante do pessoal do impresso. Já estamos mais integrados, mas falta o restante das editorias do jornal”, diz.

As matérias publicadas no portal em outras editorias que não sejam a de notícias locais são produzidas pelos próprios repórteres do portal ou são conteúdos produzidos pelos repórteres do jornal impresso, já publicados na edição do dia e transpostos para a web apenas com os primeiros parágrafos, a fim de incentivar os leitores a assinarem a versão impressa do veículo. Entretanto, há alguns repórteres das editorias do jornal impresso que já passaram a fazer coberturas de acontecimentos pensando na produção de matérias também para o portal de notícias, com informações passadas pelo telefone diretamente da rua ou quando chegam à redação.

Os jornalistas do portal não vão para coberturas de *hard news* na rua, diferentemente dos jornalistas do impresso. Segundo eles, a impossibilidade de deixar a redação para fazer reportagens também se deve à falta de tempo, carência de pessoal na equipe e às facilidades das ferramentas tecnológicas de apuração disponíveis na própria redação (telefone, *WhatsApp* e e-mail), que otimizam o tempo da produção. A questão também remete ao conceito “jornalista sentado”, oriundo do francês *journaliste assis*, problematizado por autores como Pereira (2003, p. 91): “É preciso que, em algum momento da cadeia de produção noticiosa, a prática de reportagem seja utilizada. Mas, dentro da lógica do custo-benefício, o jornalismo sentado é muito mais rentável para as empresas jornalísticas”. Por outro lado, algumas matérias – quentes ou frias – produzidas exclusivamente pelos jornalistas do portal podem vir a ser publicadas na

edição do dia seguinte do jornal impresso, caso a publicação seja pertinente e tenha grande repercussão.

Os repórteres do impresso vão para pautas fora da redação acompanhados de fotógrafos, embora alguns deles já saiam para a rua portando celulares com câmeras para fazer registros. No caso dos jornalistas do portal, se porventura precisarem fazer coberturas na rua, mesmo que para pautas frias, eles vão com seus próprios aparatos tecnológicos. Como raramente saem, a alternativa costuma ser pedir à fonte que envie foto/vídeo por e-mail ou *WhatsApp*. A equipe do portal no *Veículo A* passa por um momento de desfalque no número de profissionais: “É bem menor com relação a cinco anos atrás”, relata a *Entrevistada 1*.

A *Entrevistada 1* e a *Entrevistada 2*, ambas do portal, desempenham funções variadas no dia a dia de trabalho. A *Entrevistada 1* cobre todos os tipos de assuntos e exerce as seguintes atividades: pauta estagiários; apura, redige e publica matérias factuais e especiais; edita e insere matérias de agências de notícias no sistema de publicação do portal; edita notas produzidas pelos estagiários; coordena estagiários na ausência dos subeditores; atualiza a *home page* do portal quando os subeditores não estão, além das *homes* internas das editorias no portal; edita fotos e vídeos; e alimenta redes sociais quando necessário. Por sua vez, a *Entrevistada 2* cobre notícias locais para o portal: ela apura, escreve e publica matérias factuais; edita fotos e vídeos; atualiza a *home* interna da editoria de notícias locais no portal; coordena estagiários na ausência dos subeditores. Além disso, como a repórter trabalhava para o jornal impresso, às vezes ela ainda produz para essa mídia: “Mas não acontece todo dia. Acontece quando eu já comecei uma pauta para o portal e que vai render para o impresso”, diz.

A atualização constante do conteúdo de ambos os portais requer pautas provenientes de vários tipos de fontes. De acordo com a *Entrevistada 1*, para alimentar o portal, os webjornalistas se utilizam, principalmente, de agências de notícias, tal como Degand e Grevisse (2015) apontam como um tipo de fonte recorrente no webjornalismo. Em segundo lugar, vem o conteúdo produzido pelos próprios repórteres do portal.

A *Entrevistada 2* explica que, para a editoria de notícias locais no portal, grande parte das informações vem de grupos de *WhatsApp* e a partir de fontes como Polícia e Bombeiros pela mesma ferramenta: “Nós também fazemos ronda na maioria dos sites do governo”. A *Entrevistada 1* também usa *WhatsApp* e e-mail para falar com as fontes:

“A apuração ficou um pouquinho mais independente de você estar lá no local. Para o webjornalismo, como a gente precisa da agilidade, que é o principal do nosso trabalho, muitas vezes não é necessário ir para a rua”.

5.1.1.1 O tempo na redação no *Veículo A*

No dia da pesquisa, percebeu-se que, no *Veículo A*, os profissionais do jornal impresso começaram a chegar à redação entre 9h30 e 10h30. A reunião de pauta com o editor-chefe do jornal e os responsáveis por cada editoria inclui o editor do portal. A sala de reuniões é separada da redação por um vidro, uma espécie de aquário. As estações de televisão e rádio vinculadas ao veículo ficam no mesmo prédio da redação, mas não no mesmo espaço. À tarde, acontece outra reunião de pauta geral. Ao contrário dessa regra, no portal do veículo não acontecem reuniões de pauta rotineiras, salvo para discutir projetos de reportagens especiais, que envolvem toda a equipe.

Os jornalistas do veículo têm uma hora para almoçar e devem marcar horários de entrada e de saída nos relógios de ponto eletrônico distribuídos pela empresa, mesmo que nem sempre saiam no horário certo. Os horários de almoço são definidos pelos próprios profissionais, que podem sair individualmente ou em grupo para a refeição. Segundo os jornalistas do portal, pelo fato dos profissionais trabalharem em meio ao “tempo real”, é impossível que toda a equipe do portal esteja fora da redação na hora do almoço. Desse modo, eles se organizam para almoços individuais ou em duplas, a fim de que o portal “não fique sozinho”. O mesmo acontece no “horário de janta” na equipe do portal, que equivale ao horário de almoço no período noturno.

No dia da pesquisa, sobretudo ao final da tarde e início da noite, notou-se barulho em meio ao trabalho dos jornalistas, vindo de falas ao telefone, do teclado do computador, dos vários televisores instalados e das conversas, as quais se tornavam mais acaloradas, dependendo da situação e do horário. Por exemplo, em coberturas de eventos espetaculares e em discussões entre jornalistas sobre reportagens. O volume do som da redação também aumentava quando chegavam novas informações no momento do fechamento, no final da noite.

A redação, entretanto, se manteve quase silenciosa até o fim da manhã. Os repórteres do portal, sempre em maior número com relação às outras editorias nas primeiras horas do dia, faziam mais barulho, que vinha da troca de informações, da

discussão de ideias e de conversas informais. O portal fica em atividade até por volta de 1h da manhã, pois a redação não é 24 horas.

Às 7h30 da quarta-feira, 7/10/2015, a redação do veículo ainda estava praticamente vazia e silenciosa. Um subeditor do jornal impresso, que costuma trabalhar à tarde, adiantava uma pauta por telefone. Além dele, o repórter de outra editoria designado a fazer a chamada “ronda de notícias”, ligava para órgãos, como delegacias, em busca de fatos. Na bancada onde fica a equipe do portal, duas repórteres conversavam. Ao fundo, o telejornal da concorrência anunciava as principais notícias daquela manhã.

A *Entrevistada 2*, que era alocada no impresso e passou a produzir para o portal, conta que a primeira mudança que ocorreu na nova rotina foi com relação ao horário de trabalho. Segundo ela, antes, a hora de entrada era indefinida, mas ela trabalhava sete horas por dia. No portal, ela entra logo no início da manhã, já que é preciso chegar cedo para atualizar as notícias do portal e deixá-lo “de cara nova”. A jornada dela inclui uma hora de almoço, ainda que nem sempre ela saia no tempo certo; ter tempo para almoçar nem sempre é possível. A outra mudança ocorreu a respeito do horário de saída do jornal. Segundo a repórter, antes, no impresso, normalmente ela entrava no jornal às 10h e saía às 18h. Na web, ela diz que dificilmente tem hora para ir embora. No dia da observação, a repórter, que tinha entrado na redação às 7h, foi embora apenas às 19h. Segundo a webjornalista, ela se interessou por uma pauta que seria a manchete do jornal impresso no dia seguinte. Ou seja, quando terminou o trabalho no portal, ela quis se envolver em uma matéria também da editoria de notícias locais, porém do impresso, mesmo já tendo passado do horário de trabalho. No dia seguinte, ela explicou o porquê de ter feito isso:

Isso é muito o meu perfil e, hoje em dia, você acaba assumindo muitas responsabilidades. A rotatividade aqui no jornal também tem sido muito grande, então, na situação em que a gente está hoje, as pessoas estão muito desmotivadas. Por eu ter cinco anos de casa, me sinto um pouco responsável de fazer isso. Eu poderia ir embora e não ligar, mas é do meu perfil, mesmo (*Entrevistada 2*, 8/10/2015).

A questão explícita que o compromisso assumido com o tempo por parte dos jornalistas pode ser pessoal, relacionado ao perfil de cada um. Além disso, a repórter mostrou que, mesmo atuando no portal, ainda está ligada à antiga função dela no jornal

impresso, o que, aliado à falta de pessoal ocasionada pelas demissões (voluntárias ou não), gera nela uma necessidade de produzir para essa mídia também. O vínculo da repórter com o jornal impresso também se mostra pelo fato de, mesmo produzindo conteúdo para o portal, ela continuar localizada na bancada antiga: “Passei a escrever para o on-line, mas não mudou nada no meu contrato de trabalho. Mesmo que isso dificulte um pouco a comunicação com o pessoal do portal, fiquei por aqui (na bancada da editoria de assuntos locais do impresso), mesmo”, diz. Os telefonemas para os ramais da equipe do portal são constantes. Além de tirar dúvidas, ela também avisa aos colegas do portal sobre a publicação de novas matérias para serem chamadas na *home page* do portal, controlada pelos subeditores. Já a *home* ou “capa interna” da editoria para a qual a repórter produz é atualizada por ela e pelo colega com quem ela reveza o trabalho.

5.1.2 Jornalistas, convergência e produção no *Veículo C*

O *Veículo C* também é um jornal que nasceu com a mídia impressa, mas que viu emergir a web nas rotinas produtivas. A redação do veículo, portanto, integra jornalistas que escrevem para o jornal impresso e os que produzem para o portal. Entretanto, diferentemente do *Veículo A*, no *Veículo C* a disposição das editorias (com assuntos de política, de economia, de esportes etc.) mantêm seus postos de origem, mas cada uma delas possui – além de subeditores, pauteiros, repórteres e redatores – uma pequena equipe de portal, ou seja, um grupo de jornalistas responsáveis por produzir notícias e alimentar com notícias a editoria em que trabalham, porém no meio digital. Dessa forma, cada editoria tradicionalmente do impresso levou para si ou criou em seu espaço uma espécie de estação de portal. A disposição dos jornalistas no *Veículo C* está no Quadro 4:

Quadro 4 – Produção no *Veículo C*

Jornalistas do portal	Jornalistas impresso/portal	Editores de <i>home</i> e de mídias sociais
<ul style="list-style-type: none"> • Fazem ronda de notícias; • Produzem matérias próprias; • Editam e publicam matérias de <i>flashes</i> dos outros jornalistas; • Alimentam e atualizam a <i>home</i> e a página da editoria nas mídias sociais. 	<ul style="list-style-type: none"> • Produzem notícias (consolidadas ou em formato de <i>flashes</i>) e as transmitem para os jornalistas do portal; • Fazem foto e vídeo durante as coberturas e mandam para o portal; • Produzem matérias quentes e frias para o jornal impresso. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recebem os <i>links</i> das matérias publicadas pelos jornalistas do portal e publicam em suas páginas; • Pautam os jornalistas do portal; • Monitoram as <i>home pages</i> e as páginas de mídias sociais dos portais concorrentes.

Fonte: Autoria própria

Portanto, trabalham integrados jornalistas que escrevem para o jornal impresso – cuja grande parte também já produz para o portal em coberturas feitas na rua –, e os jornalistas de uma geração que engatinhou com a internet, e produz, edita e publica notícias no portal. Além disso, no *Veículo C* há as editorias de *home page* e de mídias sociais, que ocupam um mesão. Nessas editorias trabalham jornalistas responsáveis por alimentar a *home page* geral do veículo na web e por publicar notícias nas mídias sociais nas quais o veículo tem perfis. O monitoramento e alimentação das *homes* internas e das páginas das mídias sociais de cada editoria é feita pelos jornalistas que trabalham nas equipes de portal em cada editoria.

Os jornalistas do portal são responsáveis por alimentar as editorias em que trabalham com notícias enviadas por repórteres que apuram acontecimentos na rua e de sucursais do veículo. As notícias chegam por e-mail ou, a depender da urgência, por chamada telefônica ou como *flashes* pelo *WhatsApp*. Quando chegam por e-mail, essas informações geralmente estão na forma de matéria jornalística (com lide, sublide, declarações em aspas etc.) e são editadas e publicadas apenas por esses repórteres do portal.

Entre os jornalistas de portal estão o *Entrevistado 4* e a *Entrevistada 5*, que trabalham em uma determinada editoria, e ocupam a mesma função, assemelhando-se ao que seria o “jornalista sentado”. Eles trabalham em horários alternados, sendo que o primeiro, no período da manhã. Quando termina o turno, a outra repórter do portal chega para dar continuidade ao trabalho, que segue até o fim da noite. O *Entrevistado 4* e a *Entrevistada 5* são chamados no *Veículo C* de repórteres de portal, já que eles alimentam e/ou produzem diretamente para o portal e não saem da redação para produzir matérias. Também por isso, eles estão relacionados diretamente com a tecnologia (a máquina) e se comunicam mais com as editorias de *home page* e de mídias sociais do veículo. As informações que são enviadas para eles pelos repórteres da rua são trabalhadas da seguinte maneira: se a matéria chega consolidada, eles são responsáveis por fazer título e subtítulo; editar o texto jornalístico e ortograficamente; editar a (s) foto (s) recebida (s) juntamente com o texto ou procurar foto correspondente no banco de imagens do jornal ou na internet, desde que permitido; fazer legenda para a foto; editar o vídeo recebido (se for o caso) ou procurar vídeos relacionados na internet, em sites de busca, com os devidos créditos.

Depois de reunir esses elementos, eles organizam toda a informação (em texto, foto e vídeo, se for o caso) no sistema de publicação utilizado pelo portal. Faz parte dessa etapa inserir outros elementos na matéria: as *tags* e os elementos que relacionam tal notícia a notícias já publicadas no portal, como “Saiba Mais” e “Leia Mais”. Por outro lado, se a matéria chega desmembrada, em forma de *flashes*, eles têm de organizar as informações e produzir o texto final, o que inclui montar todos os elementos citados anteriormente, etapa por etapa. Publicada a notícia, eles enviam o *link* da matéria para as editorias de *home* e de *mídias sociais* para que esta seja chamada urgentemente nesses espaços, com o intuito de aumentar a audiência da editoria e também do veículo.

Em seguida, produzem e publicam chamadas relacionadas a essas notícias nas redes sociais – *Facebook* e *Twitter* – da própria editoria e na *home* da editoria. Assim como em outras empresas de jornalismo, no *Veículo C*, embora haja uma editoria geral de mídias sociais, dentro das editorias o papel de editor (a) de mídias sociais é concentrado nas mãos dos jornalistas que trabalham no portal, sem que haja profissionais especializados para tal função, conforme aponta Bradshaw (2014) a respeito da descentralização de tal função.

A depender da urgência e da não disponibilidade de repórteres para cobrir um determinado acontecimento, o *Entrevistado 4* e a *Entrevistada 5* apuram e produzem toda a notícia. Por conta da falta de alguém que os substitua na função, eles fazem a apuração por telefone. Também existe a possibilidade deles mesmos se pautarem ou serem pautados pela chefia para produzir uma matéria com base em alguma notícia já dada pela concorrência ou que tenha chegado por alguma agência de notícias, mas que pode ser complementada. Nesse caso, após a apuração e escrita do texto, a matéria final também é publicada por eles no sistema do veículo com todos os elementos e etapas já descritos.

Ao redor do “miolo” dos jornalistas do portal estão os repórteres que normalmente vão para a rua apurar informações sobre um acontecimento e que, ao voltar para a redação, têm de escrever uma matéria que será editada e publicada no jornal impresso do dia seguinte. Mas esses profissionais da rua são orientados – desde que começou a integração entre o jornal impresso e o portal do veículo – a, antes disso, passar informações primeiramente para os repórteres do portal, a fim de que a notícia não espere para ser veiculada apenas no dia seguinte, mas o quanto antes, na web. Assim, indiretamente, eles também produzem para a web. Neste capítulo, eles são identificados como *Entrevistado 6* e *Entrevistado 7*. Mas eles não alimentam diretamente o portal; fazem uma espécie de desova dessas informações – elas podem ser apenas preliminares – que serão consolidadas, editadas e organizadas pelos repórteres do portal, no caso dessa editoria, o *Entrevistado 4* e a *Entrevistada 5*.

Na redação integrada do *Veículo C* existem, portanto, mais de um perfil de jornalista em termos de produção de notícia para a web: jornalistas que produzem notícias na rua e mandam informações ou matérias para a redação, e que também escrevem para o jornal impresso (*Entrevistado 6* e *Entrevistado 7*); e jornalistas que editam informações e matérias recebidas pelos repórteres que estão na rua, além de eventualmente apurar notícias e dar conta de todo o processo de produção (da pauta à publicação) na web, e alimentar as redes sociais da editoria com notícias (*Entrevistado 4* e *Entrevistada 5*).

A primeira afirmação feita pelo *Entrevistado 8* (editor de internet do *Veículo C*), em entrevista, foi que não há mais distinção entre jornalista de impresso e jornalista de web na redação onde trabalha: “Todos fazem tudo”, diz. Mas o entrevistado admite que ainda há resistência de alguns repórteres genuinamente do impresso em produzir para a

web. Segundo o editor, quando há jornalistas que querem continuar escrevendo apenas para o impresso, ele diz a eles:

Se vocês saírem daqui, vocês têm dois caminhos: ou vão empreender ou vão trabalhar na web. Você não vai sair para trabalhar em impresso, isso não existe mais. Vi muito jornalista aqui que ignorava o digital, nem passava perto. Foi demitido, duas semanas depois estava fazendo ao vivo no *Facebook*. “Estamos construindo um negócio juntos aqui, está todo mundo junto. Então, vamos aprender aqui? Vamos aprender a fazer vídeo? Vamos aprender a fazer rede social. Acabou, aprende. Porque o seu próximo emprego vai ser na web, não tem jeito. Porque qualquer lugar em que você for trabalhar, vai ter que fazer web, é inevitável”. Não vai encontrar um jornal que tenha impresso e que não tenha web (*Entrevistado 8*, 25/10/2016).

O *Entrevistado 8*, editor, também explica que, na posição que ocupa, tem como um dos principais desafios “converter as pessoas” de que o jornalismo na web deve ser valorizado: “A redação é super enxuta porque o modelo de negócios ainda não está claro para ninguém. Cada vez mais há menos gente trabalhando e mais obrigações”.

O *Entrevistado 4*, repórter que produz especificamente para a web, diz que o enxugamento da equipe impactou o volume de produção de matérias que entram no portal: “Até dois anos atrás, a gente tinha uma equipe maior na editoria, repórteres que produziam mais”. Sobre a integração entre impresso e web, o *Entrevistado 4* acha que ela ainda é incompleta: “Faz três anos que estou aqui e já mudou muita coisa. Sou de um tempo em que repórter de impresso só podia produzir para o impresso, e repórter de web só para a web, mesmo se precisássemos de ajuda. Teve uma evolução, mas ainda acho devagar, viu?”. Ele conta que, há cerca de cinco anos, já havia integração física, mas, até então, não existia comunicação entre os profissionais de impresso e da web:

Eles sentavam juntos, mas não se conheciam. A diferença é que na web tinha uma equipe de repórteres, então havia liberdade de mandar um repórter da web para a rua para fazer coisas para a web. Eu ia para a rua, produzia para a internet e, eventualmente, isso era reaproveitado no jornal. Agora eles meio que acabaram com isso e disseram: “Ah, não vai ter mais ninguém só do portal e você, do jornal impresso, vai produzir para a internet”. Os repórteres mais jovens, que entraram depois, já entraram sabendo que a regra é essa. Os antigos, não (*Entrevistado 4*, 25/10/2016).

Segundo ele, para haver uma convergência concreta na redação onde trabalha, é preciso priorizar a internet, pois o veículo ainda prioriza o jornal impresso: “Se o repórter tem uma matéria para produzir para o jornal, ele é orientado assim: ‘Olha, hoje

você não vai produzir nada para a internet’. Até porque, coitado, se ele fizer isso, ele vai ter chegado às 7h para ir embora às 23h”. A convergência, para ele, seria positiva porque proporcionaria mais informação de qualidade para o público, além dos jornalistas passarem a dominar outras ferramentas tecnológicas. Por outro lado, ele comenta que a convergência encaminha os jornalistas para rotinas produtivas mais pesadas e com mais atribuições: “Por causa da crise dos veículos, você tem que fazer mais coisas com o mesmo salário. Tem que ser um repórter que vai para a rua, escreve o texto, tira a foto, faz tudo... Isso é ruim. Teria que ter um reforço das equipes ou uma melhor distribuição das funções”.

A *Entrevistada 5* concorda que falta pessoal para a produção do portal na editoria onde trabalha, que conta com apenas três profissionais, dois além dela: “O portal, pelo que eu sei, tinha uma equipe maior. Aconteceram vários cortes na redação, o portal ficou quase à míngua e eles tentaram reestruturar, só que não conseguiram chegar ao patamar anterior, que era de uma equipe de portal”. Segundo ela, a ideia de convergência entre impresso e web tensiona todos os jornalistas da redação:

Me tensiona, lógico, porque estou na ponta, mas os próprios repórteres (que vão para a rua) estão com a cabeça dividida entre dois ambientes. Acho que cada vez mais eles estão conscientes de que não dá para eles irem para a rua e não mandar nada para mim, que estou no portal. Se eles viram uma notícia em outro portal, isso precisa estar no nosso portal também. Já estão cada vez mais, uns mais, outros menos conscientes. Acho que tem muito a ver com a idade e tempo de jornalismo, de jornal impresso. Acho que tensiona a vida de todo mundo. Mas o que eu acho que tensiona principalmente é que falta equipe. Há uma visão de que é mais fácil apurar e fazer para o portal, de que as coisas se resolvem mais facilmente (*Entrevistada 5*, 26/10/2016).

A repórter exemplifica com o caso de um dia em que chegou para trabalhar e foi pautada pelas editorias de mídias sociais e de *home* – já que ambas monitoram constantemente outros portais jornalísticos – para fazer uma matéria sobre uma bebê que havia ficado presa em uma panela, no estado do Acre:

Essa história estava sensacional, tinha a foto da menininha, que foi socorrida e sobreviveu. Me pediram para fazer, mas não posso pegar a foto do concorrente e escrever como se eu soubesse, então dependia da polícia me atender. O trabalho do portal e do impresso é muito parecido. Precisa apurar. Senão, você vai começar a reproduzir coisas e depois descobrir que não tem menina nenhuma, que é uma boneca, ou então vai começar a “chupar” notícia de todos os portais, até porque acham que portal é a “casa da mãe Joana”. Entendo que no portal você não precisa fazer um longo texto, dá para soltar dois parágrafos da menina presa na panela de pressão. Mas só dá depois que você entrevistar alguém, depois que você apurar. E essa paciência, esse tempo para conseguir essa informação não acontece, e a gente corre o risco de ficar dando coisas interessantes sem o mínimo de checagem (*Entrevistada 5*, 26/10/2016).

A ideia de que os repórteres do portal atuam em meio ao “tempo real”, permeado pela velocidade, gera uma identificação dos outros sobre esses jornalistas de que eles são mais rápidos ao desempenhar funções, e de que o trabalho que fazem não é tão complicado, já que está vinculado a ferramentas tecnológicas. A *Entrevistada 5* conta que, no final das contas, conseguiu fazer a matéria, mas a publicação atrasou porque ela estava sozinha na equipe. Além disso, ela problematiza a questão da convergência com relação às diferentes linguagens na web e no impresso, já que a matéria citada, apesar de render para o portal, não seria publicada no jornal:

Ainda não chegamos num produto comum. E não tem duas equipes. Porque se tivesse, diriam: “Ah, então deixa que a equipe de portal faz”. Não tenho preconceito com isso, inclusive, gosto de histórias curiosas, mas tenho que reconhecer que uma menina na panela de pressão é menos importante do que administração municipal, de saúde... Você não vai abrir o caderno com isso. Existe ainda o impresso, que tem um critério, com notícias bem apuradas, sérias. E, no portal, realmente a menina na panela de pressão é o que dá mais audiência. Mas não tem duas equipes. Então a equipe fica se dividindo loucamente entre fazer para o impresso e para o portal. Não sei o que seria a convergência de um impresso tão tradicional quanto o nosso, e com pautas tão conservadoras, para um portal. Eu vejo a necessidade de duas equipes. Talvez eu esteja na contramão do que todos pensam. Vejo a necessidade de ter gente com olhar para isso. Podem ser equipes que conversam, mas acho que precisaríamos ter mais braços, tanto pra um lado quanto para o outro (*Entrevistada 5*, 26/10/2016).

A *Entrevistada 5* considera, ainda, que há um certo “descrédito” com relação à equipe de portal: “Ser do portal ainda é menos por não ter o nome publicado no impresso, embora as pessoas atualmente leiam mais o portal. Mas ainda existe o valor em publicar no impresso, tanto que eu busco fazer para o impresso, me dedico fora do

meu horário”. Como já estive em função similar, o *Entrevistado 6* concorda que os repórteres de portal tendem a ser vistos de uma forma “menor”: “Às vezes você se sente olhado diferente, como se o seu trabalho fosse menor do que o do cara que tem duas páginas no jornal. Mas esse cara (o primeiro) é fundamental para o jornalismo de hoje”.

A mesma jornalista também acha que se todos os repórteres – não apenas os que estão no portal – soubessem e tivessem o hábito de publicar as matérias que produzem no sistema de publicação do portal “desafogaria” o trabalho deles. Mas ela considera que o melhor caminho seria ter uma equipe maior: “Acho que precisa ter uma pessoa para subir matéria de qualquer forma porque existe o caso do repórter que está na rua. Mas, digamos que os que estão na redação publiquem eles mesmos. Me ajudaria, mas acho que sobrecarregaria eles também”.

Para o *Entrevistado 4*, os colegas que não alimentam diretamente o portal têm mais dificuldade em trabalhar com o sistema de publicação de notícias: “Demoram mais. Na editoria onde trabalho, a média de idade é bem mais baixa, não tem muitos problemas. Mas em outras editorias isso fica muito claro. Eles vêm de outra geração. Entrei na faculdade já com a internet, é diferente”. O *Entrevistado 7* explica que não faz uso do sistema de publicação do portal: “Em 99% dos casos eu estou sempre na rua. Então, mando o vídeo por *WhatsApp* para quem está no portal, o texto por e-mail, e outra pessoa faz a parte operacional, mesmo”. Nesse caso, o jornalista se refere ao *Entrevistado 4* e à *Entrevistada 5*, que trabalham também na parte operacional do portal, e que recebem tais conteúdos.

A *Entrevistada 5* considera que ainda não existe uma convergência concreta no veículo onde trabalha: “Acho que no conceito da palavra, ainda não. Existe uma tentativa de convergência. Dar acesso a todos para mexerem é uma coisa, mas não acho que isso seja convergência, em si. Todos saberem publicar não significa que todo mundo produz para um e para outro”. A repórter do *Veículo C* também afirma que “convergência é uma palavra bonita para equipe reduzida”. Ainda na opinião da entrevistada, a convergência na redação em que atua implicou enxugamento no quadro de profissionais, além de ter aumentado as atribuições e responsabilidades dos jornalistas:

Essa coisa de convergência, de todo mundo saber de tudo, aí começa a fazer vídeo também, a falar na rádio, daqui a pouco a gente está fazendo comida aqui no restaurante. É um movimento de todo mundo faz tudo, mas ninguém faz bem nada. E aí você desprestigia aquilo com que você tem menos afinidade. E acho que nessa discussão não tem como não falar de horário. Não tem tempo. Se as pessoas forem fazer tudo o que está no planejamento de portal e de impresso elas moram aqui (*Entrevistada 5*, 26/10/2016).

O *Entrevistado 6* acredita que os repórteres estão sendo cobrados a ser cada vez mais maleáveis e preparados para o que acontecer: “Se a situação for a reportagem de domingo, ele esquece que existe internet. Se não for isso, ele precisa lembrar que existe internet”. Por outro lado, critica o fato dos jornalistas serem cobrados a trabalhar com várias ferramentas, pois isso tende a piorar a qualidade do trabalho que desempenham: “Quanto mais coisas você faz, pior você faz. O ideal era que todo mundo fosse super-homem, ótimo cinegrafista, o Gay Talese, mas isso é fantasioso. A gente precisa pensar mais no perfil do jornalista. Uns têm mais facilidade com vídeo, outros não”. Além disso, ele concorda com os outros jornalistas de que faltam pessoas na redação: “Toda vez que há demissões a qualidade do trabalho piora. Isso é visível”. A convergência, portanto, está associada ao enxugamento no quadro de profissionais nas redações, aliado ao acúmulo de trabalho para os que nelas continuam.

A *Entrevistada 5* explica que todos os jornalistas da redação sabem da necessidade de enviar informações e/ou matérias da rua para que sejam publicadas preliminarmente no portal, mas alguns ainda têm dificuldade ou preferem, enquanto estão em coberturas na rua, fazer “um meio de campo com as fontes” do que enviar informações e notícias para o jornalistas que estão no portal publicarem com urgência. Ela também acha que eles não são “tão conectados quanto ela”. Além disso, ela afirma que é frequente ter que ensinar os repórteres genuinamente do impresso a trabalharem com ferramentas mais familiares para a equipe de portal: “Todos participaram de treinamentos, porém, quem não põe a mão na massa no dia a dia perde a destreza, sem dúvida”. Da mesma forma como os jornalistas do portal acham e sentem que os jornalistas originários do impresso os veem como preguiçosos na produção da notícia e com um trabalho mais fácil de ser executado, eles enxergam os outros jornalistas do veículo como não tão alinhados com a tecnologia, conectados, e que ainda estão imersos no mundo do impresso.

O *Entrevistado 6* também não acha que exista uma convergência total no *Veículo C*. Ele considera a convergência necessária e que “precisa acontecer”:

A gente vive uma crise pelo novo, que é gerada pelo novo e a gente não aprendeu a lidar com esse novo da forma mais orgânica possível. Ou o jornalismo aprende a lidar com ele ou o jornalismo vai fazer outra coisa. Não tem retorno. Quanto vai durar esse processo eu não tenho ideia. É claro que hoje a gente tem uma oportunidade de ofertar informação para as pessoas que não tinha antes. Também há a possibilidade das pessoas ofertarem informações sem precisarem do jornalão. Então, acho que a gente caminha para uma cobertura mais de nicho, localizada, menos generalista. Acho que as grandes coberturas generalistas dos grandes jornais do final do século XIX, início do século XX, não fazem mais tanto sentido (*Entrevistado 6*, 26/10/2016).

O *Entrevistado 6* diz que vê os colegas de portal (*Entrevistado 4* e *Entrevistada 5*) como “fundamentais”, pois ficam em uma função de “contenção” de notícias, um “trabalho de base”: “Nós, os repórteres, estamos mais no *front*. No *front* não existe essa cisão de fulano é do impresso e ciclano é do portal: A ideia é que a informação seja publicada no portal e isso seja trabalhado para também ser publicado no impresso”. Ele cita uma exceção, nos casos de o repórter ter um material exclusivo e que renderá uma reportagem especial. Nesse caso, segundo o jornalista, será priorizada a divulgação da matéria no jornal impresso.

Ao analisar a produção de notícias por parte dos jornalistas que produzem mais para o impresso, e que, eventualmente, produzem para o portal, o *Entrevistado 6* explica que nem todos estão no mesmo patamar pois, segundo ele, na editoria, poucos produzem com frequência no portal: “Hoje todo mundo publica para o portal. A diferença é o volume de produção. Enquanto uma pessoa publica seis matérias, faz aquela notinha de dois parágrafos, às vezes faz ‘matéria caça-clique’... tem o cara que publica uma vez por semana no portal”. Ele explica que “matérias caça-clique” “são matérias como ‘o maior galo do mundo’; Madonna aparece de calcinha e sutiã na sacada do hotel. É aquela coisa de curiosidade”.

Os repórteres entrevistados não lidam apenas com *hard news*, mas, quando se trata da publicação da notícia no portal, elas ganham prioridade por conta da urgência que a internet imprime. O *Entrevistado 4* conta que são prioridade notícias relacionadas a acidentes muito grandes, como a queda de um avião, quando morre alguém, e no caso de investigações de grande repercussão. Para o *Entrevistado 6*, matérias policiais têm

mais relevância na web do que no impresso: “Caso policial é uma coisa que bomba na internet. Se envolver homofobia e estupro, por exemplo, bomba três vezes mais do que um ‘homicídio simples’”. Segundo ele, a grande notícia do impresso nem sempre repercute na internet: “Acho que o impresso permite uma leitura mais profunda e aborda temas mais áridos. No portal, a informação precisa ser mais deglutida. Acho que o tempo de leitura, de absorção da informação, é diferente”. Para ele, o fato das matérias na internet não demandarem tanta “aridez”, acaba impulsionando as chamadas “matérias caça-clique”.

O nível de urgência da notícia também define, segundo ele, de que forma uma matéria será publicada, se somente com título e texto e, posteriormente, os outros elementos são inseridos, por exemplo: “Isso é o tempo todo negociado. Uma coisa é ‘mataram o governador na agenda pública’, outra coisa é ‘encontraram o gatinho que estava desaparecido’. Depende da urgência da notícia”. A atualização contínua (PALACIOS, 2004; BRADHSAW, 2014) no webjornalismo é o que permite a construção da notícia com o tempo, tendo em vista a necessidade de divulgar as informações preliminares com urgência para vencer a concorrência ao colocar a notícia no ar.

O *Entrevistado 6* acrescenta que, embora muitas pessoas achem que produzir notícias para o portal seja uma atividade fácil de ser realizada, segundo ele é um trabalho que demanda tempo e esforço: “A galeria (de fotos) te custa duas horas de trabalho, uma nota com base em uma ligação vai te custar meia hora. Subir, pegar foto, escrever, apurar direito, ter certeza de que a informação é verídica, tudo isso leva tempo e as pessoas acham que a internet é em um minuto”.

Ele também acredita que a internet, no âmbito do jornalismo, ainda não foi compreendida como deveria: “A internet criou um conflito muito grande para o jornalismo, em especial para o modelo de mercado e absolutamente ninguém no mundo chegou a uma conclusão sobre o que vai dar certo a partir de agora”. Para ele, desde a imersão da internet no jornalismo, vários modelos foram implantados sem sucesso: “A hierarquização da internet como uma coisa menor não faz sentido. A internet não tem que ser o espaço da notícia de dois parágrafos, de qualquer jeito. A notícia precisa ser tratada com a mesma seriedade. A gente precisa produzir conteúdo melhor pra internet”.

O *Entrevistado 7* também não acha que a redação já esteja totalmente integrada; acredita que haja uma “tendência de todo mundo pensar junto”:

O que acontece aqui é a gente dar uma matéria no portal e guardar algum detalhe exclusivo para o impresso, a fim de ter um diferencial. A tendência é você se concentrar mais na web do que no impresso. Essa é uma tendência do mercado. E o repórter de impresso pode fazer essa transição para a web desde que tenha contatos, fontes etc. (*Entrevistado 7*, 26/10/2016).

Ele explica já ter se adaptado a enviar material para a equipe de portal publicar na web e que passou a ser “automático”: “Eu ligo e digo ‘está acontecendo isso e isso, estou te mandando foto que já me mandaram, ou texto, e mete bala’”. Para ele, que já trabalhou em televisão e ainda trabalha em jornal impresso concomitantemente com a web, tal “transição” lhe proporcionou mais conhecimento técnico: “A qualidade da notícia não muda. Se for uma matéria exclusiva, ela vai ter o mesmo peso no impresso, na TV, na rádio. E isso vai acabar repercutindo com o mesmo peso. Então, no caso da web, é mais um instrumento para você divulgar suas matérias”. O *Entrevistado 7* considera que, em uma redação convergente, saber fazer de tudo ao mexer com vários tipos de mídia é positivo. Ele conta que a experiência dele no jornalismo lhe permitiu trabalhar em vários meios (TV, revista, jornal impresso) separadamente, o que lhe possibilita, hoje, produzir uma matéria sobre o mesmo assunto, mas para meios diferentes: “Hoje em dia os jovens jornalistas não têm esse tempo para aprender, tipo ‘vou ficar seis meses fazendo só TV, depois só rádio, depois só portal’. Por causa da urgência e da tendência do mercado, você tem que fazer tudo”. Na visão desse jornalista, a convergência é vista como sendo algo que faz com que os profissionais da área acumulem saberes e fiquem preparados para atuar em qualquer mídia, de qualquer veículo.

5.1.2.1 O tempo na redação do *Veículo C*

No primeiro dia da pesquisa no *Veículo C*, às 11 horas da manhã, a redação ainda estava silenciosa e, em frente ao computador, havia poucos jornalistas. Os que sentados estavam, raras vezes se levantavam do lugar. Era possível ouvir alguns ruídos vindos do *mouse* e dos teclados das máquinas, e nem todos os pequenos televisores instalados nas estações de trabalho estavam ligados. Além dos mesões centrais descritos na seção anterior, também há grandes aquários, onde estão estações de rádio e de televisão vinculadas ao veículo.

Na observação daquele dia, conforme o tempo passava, outros jornalistas chegavam à redação e ocupavam as baias onde trabalham. Enquanto o computador liga, um sai para tomar um café no espaço de convivência, outro chama o colega de editoria para comentar a respeito de uma notícia em repercussão. Um jornalista vira para o lado e pergunta se alguém quer um pedaço de barra de chocolate, e depois vai até um colega de editoria para dar uma felicitação de aniversário, respondida com um convite para um bar depois do expediente.

Levantam-se para aumentar o volume da televisão ligada em um canal de notícias. Nas mesas deles, porta-retratos com fotos de pessoas queridas, recordações pessoais e profissionais, anotações, livros, revistas, jornais dobrados, outros papéis e objetos que parecem ter sido deixados por jornalistas que já não estão naquela redação. Em cada mesa há uma pequena placa com nome e sobrenome de cada jornalista. Mas, mesmo que a mesa também mostre, de certa forma, a identidade de cada um daqueles profissionais que passam mais tempo na redação do que em qualquer outro lugar – na semana, nos plantões de sábado e domingo e nas escalas de feriados –, não existe apego a ponto de, eventualmente, um não poder se sentar na cadeira do outro quando necessário.

Parece existir uma cultura de confiança entre os jornalistas do veículo, talvez também porque passam muito tempo não apenas no trabalho, mas trabalhando com outros jornalistas. E esse tempo atravessa o dia e vara a noite, se necessário. Traspassa momentos em que se poderia estar com familiares e amigos esperando a troca de presentes antes da ceia de Natal ou à espera do brinde de feliz ano que virá. A amizade e a confiança entre os jornalistas – obviamente sem unanimidade – se estende a colegas de outros veículos.

Um dos repórteres menciona, durante a entrevista, a amizade com um colega do principal jornal concorrente ao veículo em que trabalha, e observa como a relação entre eles é cultivada em coberturas de acontecimentos e coletivas de imprensa, em que estão lado a lado batalhando por um furo jornalístico. Outro repórter também comenta que jornalistas de diversos veículos concorrentes trocam informações em grupos de *WhatsApp*, reunidos por uma contraditória solidariedade em tempos de busca por ser o mais rápido possível.

No *Veículo C*, os profissionais não registram horários de entrada e de saída. Têm uma hora de almoço ou janta, a depender da função que ocupem e da carga horária de

trabalho. Entretanto, não há um horário pré-definido para as refeições. A decisão nesse contexto normalmente é a respeito de ir comer sozinho ou em grupo. Mas o tempo na redação nem sempre termina a tempo. Mesmo que haja certa rotina, em caso de acontecimentos inesperados, pode não haver hora para ir embora, ou pelo menos hora certa para isso. Nesses casos, quando saem da redação ou no caso de ir para casa direto de uma cobertura que durou longas horas, podem acabar escrevendo ou terminando de escrever uma matéria de casa. Travancas (1993, p. 28) explicita a questão ao dizer que “há uma cobrança implícita, se não explícita, de que ser jornalista significa ser jornalista 24 horas por dia e não só quando se está no jornal ou fazendo matéria de rua”. Também se soma a isso o fato de que os jornalistas, mesmo fora do expediente, continuam a ser bombardeados com notícias que chegam, seja por redes sociais ou *WhatsApp*, seja por celulares ou *tablets*.

A redação do *Veículo C* não funciona 24 horas por dia, o que significa que o portal fica sem atualização interna de notícias entre 23h e 7h. A alimentação da *home page* do veículo e das redes sociais começa no início da manhã – com matérias do jornal impresso programadas – em um esquema de interpolação de jornalistas em ambos os processos ao longo do dia. Nos dias da pesquisa, até o fim da manhã, pairava o silêncio no veículo. O período do almoço também foi de calma. Ouvia-se mais ruído no meio da tarde, entre as 15h e as 18h30, e na hora do primeiro fechamento do jornal impresso, entre as 20h30 e 21h30. Após o fechamento, ficavam poucos jornalistas que escrevem para o impresso na redação, mas ainda estavam lá os profissionais que alimentam o portal, e os que alimentam a *home page* e as redes sociais.

Nas mesas dos jornalistas do *Veículo C*, além de computador e telefone do jornal, está momentaneamente repousado o aparelho celular de cada um deles – geralmente um *smartphone* –, por onde chegam mensagens instantâneas de familiares e amigos, checadas e respondidas em horários livres ao longo do dia, e no qual são conferidas fotografias de conhecidos ou anônimos de qualquer parte do mundo presentes nas redes sociais. Nem sempre há tempo para intervalos para a vida pessoal.

Os *smartphones* disputam a atenção do jornalista com outras ferramentas: o *feed* de notícias nas redes sociais, que não traz necessariamente notícias jornalísticas, como o nome sugere (a não ser os perfis de jornais), e também novidades postadas em perfis de amigos e de páginas de qualquer natureza; sites de serviços de busca com variadas

possibilidades de pesquisa; e portais de notícias do mundo inteiro com atualizações sobre diversos tipos de assuntos.

Todas essas ferramentas passaram a fazer parte da produção da notícia pelos jornalistas. Os profissionais não saem para uma pauta ou cobertura sem o celular, com o qual fazem registros em foto ou vídeo de informações enviadas posteriormente pelo próprio aparelho, por meio de serviços de mensagens instantâneas. Os sites de buscas são visitados constantemente para pesquisas de contatos de fontes e informações sobre vários assuntos complementares às pautas, além de notícias relacionadas a um determinado tema que já foram publicadas pelo próprio veículo ou por concorrentes. Neles também são pesquisadas imagens que, desde que permitidas, são utilizadas em matérias. E as redes sociais, por sua vez, funcionam também como ferramentas que agilizam o trabalho jornalístico por serem um espaço espontâneo de sugestões de pautas e pontos de apoio para a apuração de informações junto a fontes e personagens.

No *Veículo C* há, portanto, jornalistas que se levantam do computador, uns mais, outros menos. Há os que se comunicam com colegas de jornalismo mais em pautas na rua, e existem os que se comunicam utilizando aparatos tecnológicos. Alguns costumam sair para almoçar em grupo, após consenso entre os colegas, outros se ausentam rapidamente da redação para almoçar ou jantar – se for o caso –, porque precisam voltar e haverá pouca gente ou quase ninguém para substituir trabalho nesse intervalo. De um lado, os que terminam de escrever alguma matéria de casa porque não deu tempo na rua ou na redação; de outro, os que escrevem de casa porque na redação sua função não lhes dá tempo ou permite escrever. Ambos têm páginas pessoais nas redes sociais, mas se relacionam com elas de modos diferentes, no âmbito jornalístico. No *Veículo C*, definitivamente, há mais de um perfil de webjornalista – ou de jornalistas que produzem para a web.

5.2 Tarefas, tempo, concorrência e identidade nos três veículos

De agora em diante, serão analisadas as entrevistas dos jornalistas acerca das tarefas que desempenham no trabalho deles, da pressão do tempo sobre a produção da notícia, da relação com o fator concorrência e da identidade profissional. Dentro desse contexto, apresenta-se a observação sistemática com jornalistas no *Veículo A* e no *Veículo C*. As próximas seções trazem também os resultados da entrevista com a

Entrevistada 3, do *Veículo B*, ausente nos tópicos anteriores porque não se adentrou a redação em que a jornalista trabalha.

5.2.1 Multitarefa: os tentáculos do “jornalista sentado”

A produção de notícias para a web implica algumas especificidades. Como já descrito, os jornalistas que produzem para os portais de notícias pesquisados devem – além de produzir a pauta, apurar as informações e redigir a matéria, considerando-se as particularidades de cada redação – produzir e alimentar continuamente o portal com notícias; fazer matérias que reúnam, além de texto, fotos e vídeos; e “desenhar” a matéria no sistema de publicação para que ela vá ao ar, inserindo elementos como as *tags*, *links*, notícias relacionadas etc. O dia a dia da equipe do portal no *Veículo A* – que integra impresso e web – segundo a *Entrevistada 1*, é marcado por uma pressão que “ajuda e atrapalha”. Ela diz que chega a editar¹⁴ 50 matérias por dia e consegue escrever cinco matérias em dias mais tumultuados:

É um turbilhão de coisas acontecendo. Tem dias que tem muita coisa e você fica muito cheio. Mas aquele caos já passou a fazer parte da rotina. Sei lidar e acho que é isso que o mercado hoje espera que a gente seja: cada vez mais rápido, capaz de apurar mais fontes no menor tempo possível, ter um conteúdo bom e que repercuta. É um desafio (*Entrevistada 1*, 7/10/2015).

A *Entrevistada 1*, repórter, também destaca o fato de que, na web, pode trabalhar com todas as mídias ao mesmo tempo: “Posso ter um vídeo, uma foto, um áudio. No jornal de papel, você não tem áudio. Não é o jornal de *Hogwarts*, do *Harry Potter*¹⁵ (risos). E a gente tem isso a nosso favor. Tudo o que eles (do impresso) trabalham separado, a gente trabalha junto”. Na web existe a possibilidade de que vários meios sejam integrados no mesmo conteúdo, o que Salaverría (2014) chama de convergência/multimedialidade, embora o fenômeno não tenha surgido com a internet, segundo o autor. A *Entrevistada 1* também considera que, por ser webjornalista, é uma profissional mais multitarefas do que profissionais de outras mídias:

¹⁴ A edição inclui as matérias retiradas de agências de notícias, mas que precisam passar por um tratamento de edição.

¹⁵ Escrita pela britânica J.K.Rowling, a série de livros de ficção traz as aventuras do bruxo Harry Potter.

Nós temos que colocar o texto, os atrativos do texto (*links, tags*), ou seja, tudo o que você vai fazer para que a sua matéria dê mais audiência. Por exemplo: o pessoal do impresso não precisa colocar *tags* nos textos deles. A gente tem que colocar vídeo, uma foto bacana. No impresso, são muitas pessoas envolvidas em um processo. Para a gente, do on-line, são muitas coisas para uma pessoa só fazer” (*Entrevistada 1, 7/10/2015*).

A *Entrevistada 2*, repórter no *Veículo A*, também se considera uma profissional com mais tarefas com relação a profissionais de outras mídias: “Faço mais coisas ao mesmo tempo. Tenho mais funções e tenho de executá-las de forma mais rápida”. Para ela, o trabalho do webjornalista se diferencia do trabalho de jornalistas de outras mídias no que diz respeito à produção. Segundo a *Entrevistada 2*, ela produz, em média, 15 notas por dia:

Na TV, o trabalho do produtor adianta a vida do repórter. A tarefa de fazer título e legenda passa por outras mãos. Na web é diferente no sentido da mão de obra, mesmo. Às vezes, a questão do tempo atrapalha porque o volume de matérias faz com que você apure menos do que apuraria se estivesse no jornal impresso, onde você só está com um tema (*Entrevistada 2, 8/10/2015*).

A *Entrevistada 2* explica que, durante o processo de produção da notícia na web, a necessidade de editar fotos e compor a notícia com elementos como *tags* – as quais ela denomina de “coisas de trabalho braçal” – fazem com que ela perca tempo na apuração e redação de matérias. Tanto a *Entrevistada 1* quanto a *Entrevistada 2*, do *Veículo A*, consideram pequena a equipe na qual trabalham, o que dificultaria o trabalho dos webjornalistas. A *Entrevistada 2* adianta a relação entre as tarefas que desempenha no trabalho e a pressão que sente pela necessidade de dar notícias em primeira mão, tendo em vista a consciência acerca da concorrência:

Você sempre quer furar os outros, dar a notícia primeiro. E sinto que às vezes não tenho muita coordenação nesse trabalho braçal da internet e isso me atrapalha muito. Atrapalha o meu *timing*. Às vezes, acho que essa parte poderia ser terceirizada. Não estou querendo me dar o luxo, mas, por causa dessa questão de ter que dar a notícia primeiro, dificulta ter que fazer essas outras coisas. O tempo também é um problema. O subeditor sempre me diz “você é uma só”, mas a gente quer dar o furo. Nessa de querer dar o furo, a gente pode acabar escrevendo besteira, trocando uma letra por outra. Às vezes eu deixo passar muita coisa porque acabo não revisando com muito critério porque sempre quero dar a notícia primeiro (*Entrevistada 2, 8/10/2015*).

Com relação às atribuições dos webjornalistas do *Veículo B* – com portal e TV –, a *Entrevistada 3* – que é subeditora mas também atua como repórter – compara o trabalho o trabalho que executa na web com o da televisão: “No nosso caso, quem está com a pauta, seja repórter ou estagiário, é dono de todo o processo”. Ela diz que, na parte da manhã, a equipe do portal produz, em média, 25 textos, sendo 15 apenas dela: “O restante é editado por mim”:

(Na web), se você pega uma matéria, tem que fazer tudo. A pessoa não vai pegar um pedacinho e a outra completar. Isso não existe. Na TV, o produtor realiza a apuração. O repórter complementa, e às vezes nem isso. O editor ainda ajusta o texto. Então, me parece que na TV, onde eu tenho uma noção melhor sobre o trabalho, é muito segmentado. No nosso caso, você tem domínio sobre o processo do início ao fim. Pode até ser que algum colega te ajude porque é um assunto que exige divisão, mas, em geral, o processo todo é da pessoa responsável por aquela notícia (*Entrevistada 3*, 16/10/2015).

A *Entrevistada 3* também considera que realiza mais tarefas do que profissionais de outras mídias: “A gente faz tudo. Faz foto e vídeo da própria matéria. Vai atrás de todo mundo, vai pensar num gráfico. Acho que isso acaba tornando a gente um profissional mais múltiplo”. Para ela, na web faz-se necessário que o profissional seja multitarefas, o que acaba por potencializar a pressão do tempo no processo de produção da notícia: “Você tem que fazer tudo corrido. Mas isso já é tão parte do nosso trabalho, que a gente acha estranho os outros, das outras mídias, não serem assim”.

Sobre a necessidade de ficarem na redação além do horário por conta das rotinas produtivas, as profissionais divergem. Segundo a *Entrevistada 1*, do *Veículo A*, dificilmente ela faz hora extra: “Só se for uma cobertura especial, que te impede de abandonar o trabalho”. A *Entrevistada 2*, por outro lado, diz que quando começou a ter mais atribuições, passou a ser mais frequente fazer hora extra: “Antes, no impresso, eu conseguia cumprir meu horário até porque eu sempre fui muito rápida”. A *Entrevistada 3*, do *Veículo B*, conta que trabalha, em média, 11 horas por dia na redação, e ainda continua trabalhando quando chega em casa:

Faço muita hora extra, mas acho que é muito pelo meu perfil. Como, em geral, de 6h às 14h, eu fico muito envolvida com o que está rolando de factual, fica muito difícil fazer qualquer matéria especial naquele momento, mesmo que você entreviste a pessoa por telefone. O negócio não para. Então, depois das 14h, é um horário em que eu consigo fazer outras coisas do trabalho (*Entrevistada 3*, 16/10/2015).

No *Veículo C*, que integra impresso e web, o *Entrevistado 4*, que atua diretamente no portal, considera que tem de executar múltiplas tarefas no trabalho: “Tenho que basicamente ser o editor e produzir, ao mesmo tempo”. Outra atividade que faz parte do trabalho, segundo ele, é produzir galerias de fotos para matérias. Assim, quando é publicada uma notícia que possui várias opções de imagens – seja produzida por um repórter, seja porque há muitas opções no banco de imagens do veículo – o jornal considera importante inserir galerias de fotos nas matérias publicadas: “A gente produz muita galeria porque elas dão um golpe de acessos e isso dá muito retorno de audiência. É importante fazer galerias e a gente faz muito, é tipo uma por dia. Na galeria você tem que colocar legenda, é bem trabalhoso”.

A respeito das galerias de fotos, a *Entrevistada 5*, do *Veículo C*, conta que já existiram metas de produção sobre a equipe do portal de uma galeria por dia: “Essa história da galeria pegou. Outro dia, a gente fez um balanço de quantas galerias fizemos em agosto e foram mais de 30, ou seja, mais de uma por dia. E demora. A gente incorporou essa meta de produtividade, de que tem que ter galeria”. Com relação ao número de matérias, ela diz que varia de acordo com o dia, mas que em dias cheios chega a publicar 25 textos. O *Entrevistado 4*, do *Veículo C*, diz que as metas de produtividade são as próprias metas de audiência, que são enviadas para eles diariamente.

Assim como o *Entrevistado 4*, a *Entrevistada 5* também se considera multitarefas: “A obrigação do portal fica com a gente. Também as redes sociais (a rede social é um mundo à parte, poderia ter outra pessoa para isso), as *homes* internas. Se considerarmos cada uma dessas coisas uma tarefa... E a gente ainda produz galerias, edita fotos...”. Além disso, ela também leva em consideração as etapas da constituição da notícia (fazer título, sutiã, inserir *tags* etc.) no sistema de publicação, a que ela se refere como “vários momentos”. Entretanto, ela também considera que os repórteres genuinamente do impresso também têm de realizar várias tarefas: “O pessoal do impresso faz o texto, mas eles também têm que passar dados para fazer infografia, eles também são multitarefas, se você pensar que cada coisa dessas é uma tarefa. Convergem várias atividades numa pessoa só”. Segundo a entrevistada, o ideal seria que houvesse outro profissional com ela, no mesmo horário de trabalho, para auxiliar nessa atividade mais operacional: “Já trabalhei com uma pessoa do meu lado, daí eu colocava ela para

editar as *homes* internas e as redes sociais, aí fluía muito mais rápido, pois eu dividia essa tarefa com ela”.

A *Entrevistada 5* também conta que, por conta do horário de trabalho (que inclui parte da tarde e noite, e que a faz passar a maior parte do tempo sozinha no portal) não produz muitas matérias próprias: “Não sobra tempo para fazer alguma nota, entrevista e escrever um texto autoral. Porque os textos vêm dos próprios colegas que estão na redação, mas que produzem e desovam os textos para eu publicar no portal para eles poderem se dedicar a outras coisas”. “Outras coisas”, segundo a entrevistada, pode ser escrever uma matéria para o jornal impresso de fim de semana, mas também poder apurar com mais profundidade uma matéria que sairá preliminarmente na web, e que será melhor apurada para a edição impressa do dia seguinte: “Para não perderem tempo publicando, eles me mandam para eu resolver aquela urgência da web e eles continuarem fazendo outras coisas”. Ao comparar o trabalho que desempenha com o dos repórteres que vão para a rua, a *Entrevistada 5* diz que os outros têm menos rotina porque cada dia estão em um lugar, enquanto considera seu próprio trabalho “pouco criativo”. Por outro lado, ela acha que existe uma falta de rotina dentro dessa rotina: “Estou sempre aqui. Se você considerar isso, meu trabalho é sempre ali, sentadinha, mas no meio da minha cadeira tem uma loucura”.

O *Entrevistado 6* – que produz para o impresso e para a web no *Veículo C* – conta que, quando chegou à editoria em que está atualmente, entrava na redação às 7h e tinha de cobrir estritamente *hard news*. Atualmente, ele entra mais tarde, e explica que, também pelo horário, não cobre apenas *hard news*, o que, segundo o jornalista, têm grande volume, mas não impacto para virar abertura de página do jornal impresso do dia seguinte: “Quando eu chegava às 7h, fazia oito ou nove notas por dia (nem sempre, o comum são quatro ou cinco). Mas não é a matéria que vai te render prêmio, são matérias que não vão te dar absolutamente nada, mas aquilo precisa ser noticiado”. As *hard news* produzidas para a web são, portanto, vistas como matérias que devem ir ao ar, mas que, no sentido de retorno aos jornalistas que as escrevem, elas concedem prestígio zero. Isso se associa à fala da *Entrevistada 5* quando ela designa seu trabalho como sendo “pouco criativo”.

O trabalho do *Entrevistado 7* – que também escreve para o impresso e para a web no *Veículo C* – é mais voltado para reportagens especiais, de cunho investigativo e que demandam mais tempo de apuração. Em uma matéria específica, ele conta que,

além de ter feito uma reportagem escrita, se utilizou de outras mídias para produzir o conteúdo final: “Preparei um vídeo para a TV do veículo, uma reportagem de TV com *off*, passagem etc., entrevistas com os principais personagens e autoridades. E, na parte do portal, a gente colocou algum material inédito, fotos inéditas, cópias de documentos”. Além desse tipo de notícia, o repórter também acompanha operações específicas, que têm início às 6h da manhã, escreve o texto já de casa e manda para os repórteres do portal, que são o *Entrevistado 4* e a *Entrevistada 5*):

Às 6h10 eu já estou escrevendo o texto para ser divulgado no portal. Geralmente, esse tipo de informação fica mais ou menos combinada com as fontes. Então, a gente acaba soltando e, no meio da tarde, os concorrentes vão saber, porque haverá coletiva, mas a ideia é soltar o quanto antes para sair na frente, mesmo (*Entrevistado 7*, 26/10/2016).

As falas dos entrevistados dialogam com a multimídia como polivalência associada à multimídia, ligada à polivalência dos jornalistas, descrita por Salaverría (2014). No caso da *Entrevistada 1* e da *Entrevistada 2* (*Veículo A*); da *Entrevistada 3* (*Veículo B*); e do *Entrevistado 4* e da *Entrevistada 5* (*Veículo C*), os jornalistas consideram realizar multitarefas (polivalência funcional). A *Entrevistada 2* (*Veículo A*), mesmo que mais esporadicamente; o *Entrevistado 6* e o *Entrevistado 7* (*Veículo C*) produzem para meios distintos, o impresso e o digital (polivalência midiática); e a *Entrevistada 1* também está vinculada à polivalência temática, já que produz matérias sobre temas variados para o mesmo portal.

5.2.1.1 Observação de tarefas

A fim de se analisar as tarefas realizadas pelos jornalistas entrevistados, nessa seção serão apresentadas dados da observação sistemática do trabalho realizado pela *Entrevistada 2*, do *Veículo A*, e do *Entrevistado 4*, do *Veículo C*. Ambos têm características parecidas quanto ao trabalho, pois não cobrem acontecimentos na rua, atuam diretamente no portal e dão conta de todo o processo de produção da notícia, da pauta à publicação. O intuito é analisar a relação entre as tarefas desempenhadas pelos profissionais e a pressão do tempo.

5.2.2.2 Práticas no Veículo A

A *Entrevistada 2*, do *Veículo A*, ex-repórter do impresso e agora repórter do portal, aprende a se adequar às rotinas da web. Uma das principais mudanças relatadas por ela é o fato de ter de realizar várias atividades simultaneamente, ou seja, de desempenhar múltiplas tarefas em outro tempo de produção e relacionamento com a notícia. Durante uma hora e meia de contato direto com a *Entrevistada 2* em meio à produção da notícia, a profissional comentou aspectos relacionados a ter saído do impresso para ir para a web: “Você tem que resolver um monte de coisas ao mesmo tempo. A rotina de hoje é muito pior. Por um lado foi bom, pois eu tinha problemas com tomada de decisão, era muito insegura”. Além disso, ela comenta a dificuldade em compor todos os elementos da notícia, tal como se faz na web, diferentemente do impresso: “Repórter do impresso não escreve título nem subtítulo nem legenda. A gente não sabe fazer isso. Não sabe, mesmo. Aqui (no portal), tive que aprender”, assume.

Conforme descrito no Capítulo 4, a tentativa de aplicar cronômetros em cada etapa da produção da notícia executada pelos webjornalistas do *Veículo A* (fase da pesquisa realizada em 2015) foi frustrada durante o processo. A tentativa, de todo modo, levou à percepção de que a profissional (*Entrevistada 2*), de fato, executa várias atividades concomitantemente. Ciente da desistência da aplicação do cronômetro durante o processo, a webjornalista comentou: “É que não é um processo cronológico. Estou trabalhando com várias coisas ao mesmo tempo. Tenho que parar, interromper, começar, voltar. Enfim, não é só a produção da matéria cronologicamente”. Os próximos tópicos trazem a observação das tarefas, que ela realiza em 1h30.

Tarefas na Pauta 1

No dia anterior à pesquisa, houve chuva de granizo em alguns pontos do Distrito Federal, onde se localiza o *Veículo A*. Às 7h30, a repórter do portal começa a produzir a matéria e passa a desempenhar algumas tarefas dentro dessa produção, conforme o Quadro 5, a seguir:

Quadro 5 – Tarefas na produção da notícia

Avaliação das pautas	Editar fotos e vídeos recebidos por leitor	Apurar e checar informações com as fontes	Escrever a matéria sobre os danos do temporal	Compor a notícia com elementos (título, <i>sutiã</i> , <i>tags</i> etc.)	Editar a matéria no sistema de publicação e publicar a notícia
----------------------	--	---	---	--	--

Fonte: Autoria própria

Observa-se que a repórter é responsável por todas as fases de produção e pelos elementos da composição da notícia, da pauta à publicação. Além disso, a multiplicidade do conteúdo – com texto, foto, vídeo e outros elementos – dialoga com o que explica Alves (2006, p. 202) a respeito da capacidade da internet de abarcar outros meios e de poder ser “tudo ao mesmo tempo”. No meio deste processo, a repórter deu início a outras tarefas que surgiam a partir de outras demandas. Para apurar informações iniciais sobre a chuva de granizo, ela levou oito minutos. Ao ver a necessidade de cobrir os desdobramentos do temporal *in loco*, mas diante da impossibilidade de sair da redação para isso dada a sua função, a webjornalista pautou o repórter do impresso, responsável pela ronda da editoria de notícias locais, pedindo que ele fosse, com motorista e fotógrafo, apurar mais detalhes sobre o temporal, enquanto ela cuidava de outras atividades.

Tarefa 2: Atualizar a *home* interna da editoria no portal

O critério novidade na web é explicado por Palacios (2004) e Canavilhas (2014), que colocam a instantaneidade como uma das características do webjornalismo. Por isso, segundo a lógica do “tempo real”, não adianta que um portal esteja repleto de notícias novas, mas que não tenham sido chamadas nas *home pages*, uma espécie de vitrine para as notícias. Se, por fora (na *home*), não há nada novo, provavelmente, os leitores não terão interesse em acessar o conteúdo do portal.

No portal do *Veículo A*, as matérias da editoria de notícias locais têm prioridade para ocupar o lugar da manchete porque trazem notícias da região e porque a produção é própria e exclusiva do veículo. Além da manchete, a *home page* do portal também conta com chamadas de notícias. Mas a editoria de notícias locais no portal, assim como todas

as outras, também tem sua própria capa interna ou *home* interna, com chamadas de notícias. Tanto a manchete quanto as chamadas na *home* principal ou nas *homes* internas são reposicionadas ou atualizadas pelos próprios jornalistas. Essa atualização pode ser simplesmente para renovar as chamadas, mesmo que não sejam *hard news*, mas mais recentes.

Uma das principais preocupações ao se iniciar um turno no portal é atualizar as *home pages*, tanto as principais quanto as internas. Em meio às tarefas de apurar informações sobre a chuva de granizo, falar com assessores de imprensa e pautar colegas de reportagem, a *Entrevistada 2* se lembra de que precisa atualizar a capa da editoria de notícias locais com as matérias do dia. Para ela, essa é uma das partes mais difíceis no novo trabalho dela: “Acho a capa muito trabalhosa”, diz. A repórter leva cerca de 20 minutos para atualizar três chamadas da capa, o que ela considera muito tempo dentro das atividades que um webjornalista desempenha, quando se compara com colegas.

5.2.2.2.1 Tempo e atualização contínua

Nas primeiras horas daquela manhã, trabalhavam na bancada do portal uma repórter, um dos subeditores e um estagiário. Notou-se, nos diálogos e atividades deles, uma preocupação constante em se manter uma manchete nova e “quente” – o que nem sempre é possível – ou seja, é relevante para eles manter a ideia de instantaneidade da notícia. A atualização contínua – ao lado da instantaneidade, descrita por Bradshaw (2014) como uma das características do webjornalismo – é possibilitada pela tecnologia. Matérias que já foram inseridas no portal também podem ser atualizadas para correções de erros, inserção de elementos que estavam ausentes – como *tags* e créditos de fotos – ou acréscimo de novas informações acerca do assunto.

A primeira manchete do portal no dia da pesquisa foi de uma matéria do jornal impresso. O conteúdo foi agendado no dia anterior para ser publicado no portal às 6h. Os sistemas de publicação de portais jornalísticos permitem que os webjornalistas programem as primeiras matérias da manhã, que entram automaticamente no tempo determinado pelo profissional. A ferramenta possibilita aos webjornalistas antecipar o futuro e controlar o tempo, minimizando as tarefas no dia seguinte. A matéria em questão foi atualizada às 8h02.

A segunda manchete daquela manhã, que substituiu a matéria do jornal impresso, foi produzida em parceria entre a repórter do portal (*Entrevistada 2*) e o repórter do impresso da mesma editoria, que apurou novas informações *in loco*. A matéria foi chamada em manchete às 8h54, e o conteúdo, atualizado com novas informações às 10h59.

A terceira manchete daquela manhã foi uma suíte de matéria do jornal impresso, com novas informações. Ela foi publicada e chamada na manchete do portal às 10h12, tendo sido atualizada às 12h30. A quarta manchete da manhã foi publicada às 11h49. Durante seis horas daquela manhã, entre 6h e 12h, quatro matérias da editoria de notícias locais ocuparam o lugar da manchete. O intervalo entre as publicações foi de 2h54 entre a primeira e a segunda, 1h16 entre a segunda e a terceira e 1h37 entre a terceira e a quarta. O Quadro 6 mostra o contexto sistematizado:

Quadro 6 – Atualização de manchetes

Notícia	Publicação	Atualização	Intervalo
Manchete 1	6h00	8h02	2h54
Manchete 2	8h54	10h59	1h16
Manchete 3	10h12	12h30	1h37

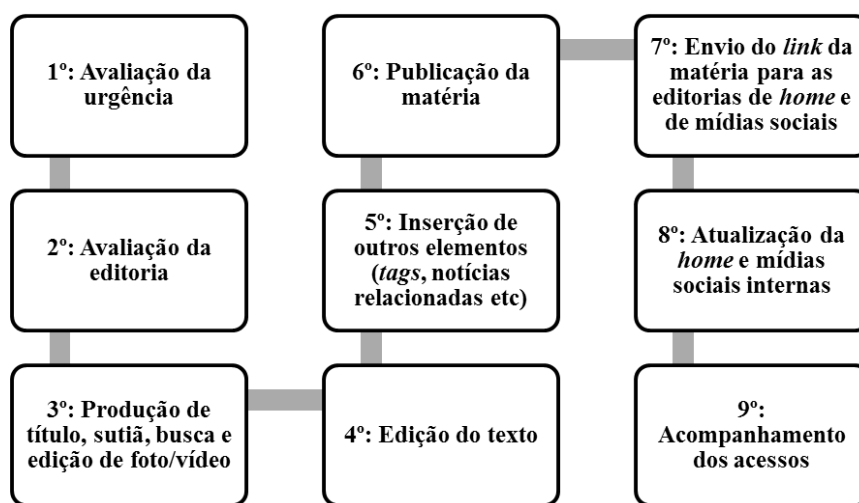
Fonte: Autoria própria

No caso de outras editorias, o portal também é constantemente alimentado com notícias de agências nacionais e internacionais com as quais o veículo tem parceria. Entre 7h53 e 10h18, foram inseridas por um dos estagiários do portal cinco matérias de uma mesma agência internacional de notícias na editoria correspondente no portal.

5.2.2.3 Práticas no Veículo C

Acompanhou-se a produção do *Entrevistado 4* entre 12h55 e 14h30. No intervalo de tempo da observação, ele trabalhou cinco matérias. Cada matéria envolveu as seguintes etapas, realizadas não necessariamente de forma isolada e cronológica, totalizando 1h35 de produção, conforme a Figura 1:

Figura 1 – Etapas da produção da notícia



Fonte: Autoria própria

A observação mostra que o repórter desempenha várias atividades e que, dentro de uma mesma atividade ou tarefa, há diversas etapas a serem cumpridas até que a notícia seja publicada. O repórter checa, uma a uma, as matérias que chegam ao e-mail geral do *Veículo C*, enviadas por repórteres que estão cobrindo acontecimentos na rua, e que trabalham em sucursais. Ele prioriza a edição e produção das matérias de acordo com a urgência. Desse modo, as *hard news* sempre têm preferência. Ele alimenta as mídias sociais da editoria com matérias em intervalos de tempo definidos: o perfil do *Facebook* a cada 30 minutos, e o *Twitter* a cada 10 ou 15 minutos. As matérias chegam sem padrão e sem edição: a maioria delas vem sem título, sutiã e nome da editoria na qual devem ser inseridas. Esse último aspecto costuma gerar impasses, pois algum repórter de portal de outra editoria pode achar que uma determinada matéria cabe melhor na editoria em que trabalha, já que, segundo o *Entrevistado 1*, “quem pegar primeiro, pegou”. Segundo ele, essa questão está relacionada com o fato de a chefia estimular a concorrência também entre as editorias no portal. A dúvida entre editorias pode gerar duplicação de conteúdo no portal do veículo ou fazer os repórteres que alimentam o portal perderem tempo ao descobrir que tal matéria deveria ter sido publicada em outra editoria, depois de todas as etapas de edição e publicação terem sido cumpridas. Para evitar problemas, quando há dúvidas sobre se uma determinada matéria pertence a qual editoria, telefona-se para a chefia ou para a editoria em questão para confirmar.

Ele explica que, quando os repórteres mandam também o nome da editoria onde a matéria deve entrar, além de título, isso facilita o trabalho que ele desenvolve. O repórter de portal edita as matérias que chegam e inicia o processo de alimentação da editoria do portal. Enquanto trabalha, o *Entrevistado 4* explica espontaneamente que a edição dos textos que chegam deve ser cuidadosa porque as matérias podem vir com erros. Com relação ao texto, reclama de matérias que são enviadas de forma truncada, por exemplo, com muitos termos jurídicos, o que dificulta o trabalho, que deve ser realizado o mais rápido possível. Ao inserir e, assim, vincular foto (s) à matéria em edição, ele afirma que, se a foto não pertencer ao banco de imagens do veículo, ele analisa se a foto é “de divulgação” ou “gov.br” por questões éticas e de direitos autorais.

Na hora de inserir uma matéria no sistema de publicação, para relacionar o conteúdo a matérias antigas, ele recorre ao *Google* filtrando a busca com o nome do veículo, ou pesquisa dentro do sistema de publicação. Ele também relaciona notícias, selecionando e grifando uma frase do texto e fazendo um *hiperlink* dessa informação com a matéria que trata somente disso e que já foi publicada, desde que faça sentido. A busca de matérias antigas está vinculada ao aspecto “memória”, do webjornalismo, explicada por Palacios (2014), a qual se relaciona também com o hipertexto, desenvolvido por Canavilhas (2014), aspecto que liga conteúdos diversos.

Em meio ao trabalho do *Entrevistado 4*, repórter do *Veículo C*, ouvem-se vários cliques vindos das atividades no sistema de publicação de notícias, *home page*, e-mail, editor de fotos, *homes* internas, banco de imagens. Todo o processo é executado com bastante agilidade, no qual dedos e cérebro do jornalista parecem estar em perfeita harmonia. Ele afirma que existe uma cobrança contínua de produção/alimentação sobre já ter produzido algo que foi noticiado na TV ou de “subir” uma matéria (que significa publicar alguma matéria que chegou por e-mail). A cobrança, segundo o entrevistado, vem da própria chefia e das editorias de *home* e de mídias sociais. Perguntam frequentemente a ele: “Onde está a matéria ‘x’?”. Durante a produção, ele repete que “precisa ser rápido” e que o trabalho “é corrido”.

Sobre o sistema de publicação de notícias, ele explica que a ferramenta teve uma melhoria recentemente e ficou mais rápida, o que agiliza o trabalho dele. Ou seja, o perfeito funcionamento das ferramentas é essencial para o desempenho das atividades dele, as quais são permeadas pela necessidade de velocidade. Mas, eventualmente, quando o sistema trava na hora de publicar uma notícia, ele começa a fazer outras

atividades, como editar uma foto pendente, “para agilizar”. Também menciona que se uma foto não carrega a tempo de ser publicada juntamente com um texto, ele o publica mesmo assim e depois inclui a foto. O entrevistado acha a capa do portal “um pouco engessada” e sem “muita mobilidade”, o que lhe toma tempo. Em um momento da observação, a internet sai do ar e ele demonstra aflição; começa então a adiantar outras atividades, como já ir montando outro texto no sistema de publicação. O trabalho do profissional envolve não perder tempo.

À medida que publica matérias no portal, ele as envia (ou “vende”, como menciona) para a editoria de *home page* e de mídias sociais. Em seguida, ele alimenta as *homes* internas, segundo uma determinada hierarquia. Ele também produz chamadas referentes a essas matérias e as publica nas mídias sociais da editoria. O *Entrevistado 4* menciona que, tanto a etapa anterior – de publicar matérias – quanto esta etapa de alimentar as mídias sociais e as *homes* internas são uma “parte muito braçal” do serviço; ele associa a atividade a uma necessidade constante de “hierarquizar” e “organizar”, trabalho que, no impresso, é realizado pelo (s) editor (es) da capa do jornal.

Durante a observação, percebe-se que os textos vão chegando por e-mail. Se vem uma matéria mais quente e urgente, ele a prioriza e interrompe a leitura e edição de matérias que haviam chegado. Isso mostra que, na web, quando se trata de *hard news*, elas ganham prioridade. Se o *Entrevistado 4* for incumbido de apurar algo por telefone porque tal acontecimento tem mais urgência, interrompe as atividades para dar atenção a essa nova demanda. O *Entrevistado 4* mostra através de uma ferramenta que apresenta a audiência em “tempo real” que as matérias que dão mais audiência são de violência e tragédia e que, por isso, elas tendem a ganhar prioridade para a publicação. Além disso, segundo ele, matérias de temática “grotesca” também dão bastante audiência. Ele tem total autonomia para decidir o que deve ser noticiado com prioridade, mas uma autonomia vinculada ao acompanhamento do sistema de monitoramento de audiência e das metas em “tempo real” (o que os jornalistas do impresso não têm). A ferramenta de monitoramento de acessos serve de termômetro para que os profissionais vejam os tipos de matérias que impulsionam mais acessos. Também existe uma ferramenta que é constantemente acompanhada por ele, que mostra uma espécie de meta e cumprimento de acessos dentro da editoria.

5.2.2 Pressão do tempo: origens e consequências

A pressão do tempo permeia o trabalho de qualquer jornalista. A seguir, entretanto, pretende-se destacar alguns dos fatores que contribuem para a pressão do tempo e a possível potencialização desta sobre os jornalistas que produzem notícias para a web. Além disso, visa-se mostrar como eles comparam a pressão do tempo que sofrem em comparação com jornalistas que trabalham em outras mídias, a partir de impressões e experiências anteriores. No âmbito da produção da notícia, eles também apontam em qual etapa do processo a pressão do tempo tensiona o trabalho do profissional (se na pauta, na apuração, na redação ou na publicação), além das consequências da pressão do tempo na produção da notícia e nos jornalistas.

Entrevistadas ainda em 2015, a *Entrevistada 1* e a *Entrevistada 2 (Veículo A)*, e a *Entrevistada 3 (Veículo B)* consideram a pressão do tempo no trabalho dos webjornalistas maior do que para profissionais de outras mídias. Pelo fato das redações de impresso e web não estarem tão integradas jornalisticamente no veículo onde trabalha, embora fisicamente estejam, a *Entrevistada 1* ressalta que o fato de o portal abarcar conteúdos de várias editorias gera mais trabalho e menos tempo de produção: “No impresso, por exemplo, se um repórter está atribulado com três pautas, são só três pautas. E eles têm foco em uma editoria. A gente tem foco em todas”.

A *Entrevistada 2* também compara a pressão do tempo em seu trabalho com a de profissionais do impresso: “Tudo bem que o impresso tem hora de fechar, mas você faz o seu trabalho ao longo do dia. É um trabalho de um dia. No on-line, não é assim”. A *Entrevistada 3*, do *Veículo B*, destaca a pressão do tempo no trabalho do webjornalista diante da espera de um retorno da apuração, por exemplo: “Eu acho que nas outras mídias a angústia é só assim: ‘Deu meu prazo e eu não tenho resposta. E agora, o que eu faço?’. No nosso caso é: ‘Eu preciso de uma resposta agora porque está acontecendo agora. Não tem outra hora’”. A profissional também diz que as assessorias de imprensa não entendem o trabalho dos webjornalistas: “Na internet você não tem *deadline*. Cai um avião e a assessoria te pergunta: ‘Qual é o seu *deadline*?’. Mas não existe um prazo. Eu não posso esperar para fechar a matéria. A gente tem que dar a matéria agora”.

Com relação à etapa do processo de produção da notícia em que elas consideram a pressão do tempo mais marcante, as webjornalistas têm percepções variadas:

É na hora de decidir qual é a manchete. Na hora em que estou colocando a matéria no sistema de publicação, eu tenho um texto que traz três assuntos fortes na mesma matéria e eu tenho que saber o que é mais forte para colocar no título. O título vai ser a chamada do portal. Ou seja, a pressão do tempo é maior na hora de fazer o texto, na redação. Até porque eu acho que os valores-notícia na internet são diferentes. A gente tem sempre que trabalhar focando na audiência, no que vai dar audiência (*Entrevistada 1, 7/10/2015*).

Acho que é na hora em que a gente tem que editar e inserir a matéria. Por exemplo: Você escreveu a matéria. Daí você joga no sistema de publicação e dá uma relida. Na hora em que você está dando essa relida e tem que publicar, você vê vários errinhos, e você tem que inserir foto ainda, por exemplo. Essa hora, para mim, é a pior. E a hora de definir o título. É a hora em que você mais tem que dar aquele gás e correr para publicar aquela matéria antes. Mas isso também depende porque, se outro veículo já tiver colocado aquela matéria, o mais tenso é na hora da apuração. Depende da concorrência. Porque, às vezes, você liga e só você tem a história, e fica muito mais tranquilo na hora da apuração (*Entrevistada 2, 8/10/2015*).

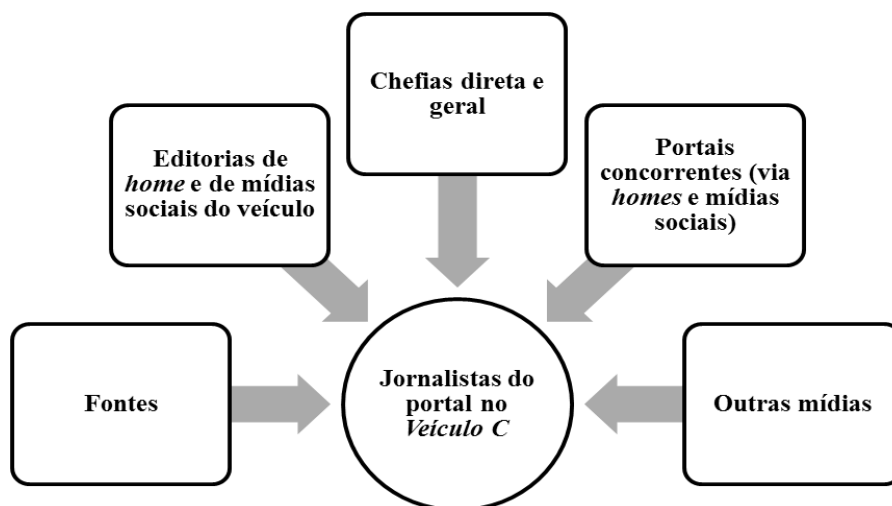
É sempre na apuração. Porque depois que você sabe do que você está falando, o restante flui. Você tem que pensar: “O que é a notícia?”. Se você sabe qual é a notícia, você já sabe qual será o seu título. E você já sabe também qual é o caminho do lide. Então, eu acho que o processo de apuração, de ver que aquilo é aquilo, mesmo, é o processo mais angustiante. Até porque, na apuração, as coisas não dependem só de você. E, na etapa de publicar a notícia, a gente tem a facilidade de depois poder ir lá e atualizar (*Entrevistada 3, 16/10/2015*).

Enquanto as duas primeiras entrevistadas consideram a pressão do tempo mais marcante na hora de redigir uma matéria e decidir o título que originará a manchete, a terceira entrevistada julga como sendo a apuração a fase mais tensa do processo.

Ao comparar a pressão do tempo no jornalismo, com relação ao jornal impresso, o *Entrevistado 8* – editor do portal do *Veículo C* – a define como sendo “inacreditável”: “Se demorar 10 minutos para publicar depois dos concorrentes, sua leitura vai ser menor porque você perdeu aquela audiência. E, mesmo que você só leia esse jornal, o seu amigo vai compartilhar e você vai receber de alguma maneira”. Por isso, ele considera o furo importante: “A pressão do tempo ganhou outro nível, porque antes era assim: Você tinha uma informação e tinha que tentar guardá-la até o dia seguinte para que só você publicasse no jornal. Daí, você nadava de braçada. Agora, é questão de minutos, de segundos”. A fala se relaciona com o que explica Signates (2012) sobre como as redes sociais tensionam o furo, pois as próprias fontes podem se pronunciar pelas redes.

A Figura 2 esquematiza como se dá a pressão do tempo sobre o *Entrevistado 4* e a *Entrevistada 5*, repórteres do *Veículo C*, vinda de das chefias direta e geral, de outras mídias, das editorias de *home* e de mídias sociais do veículo e de portais concorrentes:

Figura 2 – Pontos de pressão sobre os jornalistas do portal no *Veículo C*



Fonte: Autoria própria

O *Entrevistado 4*, repórter no *Veículo C*, afirma que, para ele, a pressão do tempo é um aspecto “intrínseco ao trabalho”: “Se a gente não se preocupasse com o tempo, não faria sentido. O trabalho é uma corrida contra o tempo. O trabalho nunca para, sempre vai chegar alguma coisa. Então, a gente tem que ser ágil justamente para não acumular”. O jornalista afirma que sente uma pressão grande desde a hora em que chega à redação, já que as notícias não param de chegar ou sempre há algo à espera para ser produzido: “Entro às 7h, almoço ao meio-dia e às 13h estou de volta. Tem dia que eu vou almoçar quase às 14h. Almoçando nesse horário, já volto meio que na hora de ir embora, então tenho que correr e aí não dá tempo”.

A *Entrevistada 5*, repórter no *Veículo C*, explica que já se acostumou com a pressão do tempo e que, se o dia estiver fraco de matérias, ela estranha e começa a “caçar notícias” para alimentar e atualizar o site. A jornalista também explica que, da mesma forma que não sente tanta necessidade de se levantar da cadeira de trabalho para colocar intervalos na rotina dela, ela se sente mal porque acha que está acumulando trabalho:

Diferente de alguns colegas meus, sou bem focada. Sento e fico ali, não tenho problema de ter que sair para tomar um ar. Não fumo. Não fico agoniada, consigo sentar e ficar. Isso me cansa, mas vejo que tem pessoas que produzem muito também, mas que precisam tomar uma água, precisam sair. Eu não posso. Já tentei ficar mais tranquila e sair para tomar um café, mas fico ansiosa porque sei que depois, como depende de mim, se eu não fizer vai atrasar. Não que me cobrem tanto, é uma auto-cobrança, eu me sinto mal. Penso assim: tenho que fazer o meu horário de jantar, é meu direito. Só que vou agoniada. Nunca faço uma hora, sempre menos. Se é um dia corrido, bem menos. Vou correndo porque sinto que está dependendo de mim e que o pessoal está: “Ah, meu Deus, precisa subir isso e aquilo” (*Entrevistada 5*, 26/10/2016).

O *Entrevistado 4*, repórter no *Veículo C*, também afirma que, ao longo desse processo, sofre constante pressão da chefia, o que pode acarretar erros: “Às vezes você até se atrapalha, vai publicar e erra, publica na editoria errada”. Segundo o jornalista, os repórteres do portal possuem menos pontos de apoio caso aconteça algum problema: “Não tem escudo”, diz. Assim, mesmo que o *Entrevistado 4* seja repórter, ele é submetido a uma responsabilidade significativa não apenas de editar os conteúdos, mas também de publicá-los.

Uma das dificuldades que o *Entrevistado 7*, repórter no *Veículo C*, relata ter sentido quando começou a produzir matérias para a web foi a questão do imediatismo. De acordo com o jornalista, a necessidade permanente de urgência aliada à produção impacta a qualidade do texto:

É tudo para ontem. Então, principalmente nas reportagens factuais, você percebe um texto ruim. Não ruim, mas não tão caprichado quanto de impresso, por exemplo, por causa dessa urgência de se publicar primeiro. Você não vê um texto tão trabalhado. Vejo nos outros sites, na concorrência, textos com erros de português, erros de concordância, e isso eu não acredito que seja porque o jornalista não saiba escrever, mas é por causa da pressa, mesmo (*Entrevistado 7*, 26/10/2016).

Ao enviar matérias para quem está no portal, o *Entrevistado 7* diz que lida com tempo e qualidade, e afirma ter cuidado para escrever direito. Sobre a relação entre tempo e qualidade, o *Entrevistado 4* explica que, na web, é difícil checar a veracidade das informações. Ele conta que já aconteceu da equipe em que trabalhar embarcar em uma matéria publicada pelo portal de um veículo internacional tradicional e de credibilidade, sem checar a veracidade daquela informação. No dia seguinte, eles descobriram que a notícia era falsa: “A gente teve que dar uma errata. E nós não

erramos, mas embarcamos em algo que estava errado”. Quando se embarca em publicações de outros veículos, a ideia é não ficar atrás da concorrência: “E, mesmo que outros veículos do Brasil já tenham dado, vale a pena darmos também, pois vai dar audiência”. Segundo o jornalista, o portal não erra com tanta frequência, mas existe a vantagem de a web possibilitar edição na hora: “O grande medo é do *print screen*, e aquilo começa a circular em páginas de humor e em redes sociais. Mas, em geral, a gente consegue perceber rápido. Às vezes, outras pessoas dão um toque na gente”.

O *Entrevistado 4* acrescenta, ainda, ser difícil checar informações na internet e saber se são verdadeiras. Uma das causas disso é a velocidade do tempo, que impede que tal etapa seja priorizada como deveria: “Muitas vezes, o que a gente faz para não ter muito problema é atribuir a alguém, por exemplo, agências internacionais. Mas elas também acabam errando muito”.

O *Entrevistado 6* considera que, no *Veículo C*, há uma preocupação maior do que em outros locais com a qualidade da informação, e ele diz que isso fica visível com o fato de o portal errar pouco: “Aqui se sabe que qualidade da informação demanda tempo. Quando se erra, é o nome do fulano que era ‘Souza’ e deram ‘Silva’, na pressa, ou um texto que um repórter escreveu no celular e o corretor mudou a palavra. Mas informação a gente erra muito pouco”. Ele lembra que já aconteceram casos em que outros portais veicularam notícias falsas e que tiveram grande repercussão nas redes sociais, e o veículo não embarcou porque não havia confirmação da informação: “Eu acho que isso se constrói com o tempo”.

Esse cuidado, segundo o entrevistado, parte da chefia e do repórter: “Já aconteceu de eu chegar para o meu chefe e dizer ‘tem essa história, vamos dar, e o meu chefe pisar no freio’. E já aconteceu de o chefe dizer ‘estão dando essa história, vamos fazer’, e eu dizer ‘não’”. O *Entrevistado 8*, editor de portal no *Veículo C*, reitera a importância da qualidade: “Mesmo que você tenha essa pressão do tempo, você tem que voltar às suas origens: ouvir os dois lados, fazer matéria bem apurada, bem escrita. Porque é isso que vai diferenciar o jornalismo de qualidade do simples produtor de conteúdo”. Ele também acha que a pressão do tempo deixou os jornalistas, em geral, mais acelerados: “O cara hoje fica muito mais ligado, até porque as maneiras de difusão deste conteúdo hoje são muito mais rápidas, você recebe de mil maneiras”.

A *Entrevistada 1* e a *Entrevistada 2* (*Veículo A*), e a *Entrevistada 3* (*Veículo C*) afirmam que, diante da pressão do tempo na web, é comum cometerem erros de

apuração e/ou de ortografia. Além disso, todas já se depararam com erros de colegas: “Na apuração, a facilidade com que as informações chegam (via *WhatsApp* e redes sociais) pode induzir ao erro, já que a gente tem de noticiar logo. Além disso, não temos tempo para revisar”, diz a *Entrevistada 1*. Diante da recorrência de erros nas notícias publicadas, a *Entrevistada 1* e a *Entrevistada 2* acham que as equipes de web deveriam ter um revisor de texto próprio, tal como no impresso. A *Entrevistada 3*, por sua vez, acha que não é necessário, pois acredita que, após o repórter escrever a matéria, fica subentendido que alguém irá editá-la.

A *Entrevistada 1* relata os sentimentos diante de erros cometidos em publicações na web:

Dependendo do erro, vem o desespero. Ainda mais com a possibilidade dos *prints*. No impresso, você tem mais oportunidades de acertar. No on-line, você tem mais oportunidades de corrigir. Enquanto o jornalista do impresso tem que ter muita cautela antes de entregar a versão final, a gente já entrega uma versão final e depois vai corrigindo (*Entrevistada 1*, 7/10/2016).

Além da *Entrevistada 1*, a *Entrevistada 2*, também repórter no *Veículo A*, se queixa do fato dos próprios colegas de profissão disseminarem erros cometidos por webjornalistas em suas publicações em portais de notícias:

É muito triste essa questão da pressão do tempo e os erros dos jornalistas porque a gente sabe que ultimamente tem vários grupos de *WhatsApp* de coleguinhas difamando os outros. Pegando os erros, estampando e rindo da cara da pessoa. Eu acho que as pessoas que não trabalham com internet não se colocam na nossa posição. Quando eu erro, primeiramente eu me sinto burra, mas só eu sei de todo o contexto. Eu não me atentei e, geralmente, a correria atrapalha a gente (*Entrevistada 2*, 8/10/2016).

A *Entrevistada 3*, subeditora e repórter no *Veículo B*, também descreve o sentimento diante de erros cometidos em publicações. Ela diz que se sente mal, pois se considera perfeccionista: “Não só fico mal, como fico muitos dias me sentindo muito mal por isso”.

A pressão do tempo também está associada à redução no número de profissionais na equipe. Assim, quanto menos gente trabalhando, mais se acumula trabalho e maior é a pressão do tempo sobre este. O *Entrevistado 4* diz que, desde que entrou no veículo, sentiu que a pressão do tempo aumentou sobre o trabalho por conta do corte de pessoal: “A pressão aumentou porque diminuí o número de pessoas. Então,

agora você tem que ter a mesma agilidade, só que com mais coisas. É questão mesmo de não conseguir dividir as atividades”.

Perguntado sobre a etapa da produção da notícia em que sente a pressão do tempo de modo mais impactante, no caso de ele construir a notícia autoral, o *Entrevistado 4* afirma que é no começo da apuração:

Penso assim: “Preciso de qualquer coisa, só para publicar”. O que acontece na web é muito isso, mesmo. Você não tem informação nenhuma, tem o *link* e isso já sossega todo mundo. Às vezes, a gente publica dois parágrafos e dá uma audiência absurda. As pessoas só querem saber o que aconteceu. Depois apura e vê o que aconteceu direito, conta a história. A pressão do tempo é grande para apurar no início. Você liga nos Bombeiros e não respondem, liga para a Polícia e não sabem de nada. A pressão maior é essa (*Entrevistado 4, 25/10/2016*).

No caso da alimentação do portal com as matérias que chegam dos repórteres que estão na rua, segundo o *Entrevistado 4*, a pressão do tempo é maior na etapa do sistema de publicação. Ao colocar a matéria no ar, já é possível enviar para as editorias de *home page* e de mídias sociais. O *Entrevistado 4* considera que a ideia de “tempo real” é mais forte na web e, ao comparar a pressão do tempo em seu trabalho com a pressão do tempo sobre os jornalistas de outras mídias, como a impressa, ele diz que há algumas diferenças:

No impresso, se faltam dois minutos para as 16h e às 16h15 tem que fechar o jornal, são 17 minutos em que eles vão ficar alucinados. Mas, quando fechar o jornal, tudo bem. Acho que a pressão é maior na web. Mas TV e rádio dizem que é uma pressão muito grande de colocar no ar, principalmente em televisão, que tem um alcance maior (*Entrevistado 4, 25/10/2016*).

Segundo o jornalista, durante o processo de produção da notícia, ter que dar conta de todos os elementos (título, *links*, *tags*, fotos, “Saiba Mais” etc.) na construção da matéria, por exemplo, potencializa a pressão do tempo. Além disso, o entrevistado considera que a pressão do tempo também existe quando o dia está fraco de notícias factuais, ou seja, pouco movimentado: “Quando não acontece nada, a audiência vai caindo e os números mostram isso para nós”. Ou seja, uma pressão do tempo por não haver nada novo na editoria no portal.

Para a *Entrevistada 5*, a pressão é grande quando os textos enviados para ela chegam com problemas de estrutura: “Me deixa muito nervosa quando, da rua, me

mandam textos que eu não sei se o lide é aquele mesmo, e as pessoas não conseguem resolver e eu não tenho tempo. Ou quando são fatos muito urgentes e dependo do repórter me ligar e contar o que houve”. Ela também ressalta que, em coberturas de protestos, por exemplo, nas quais ela precisa atualizar as informações continuamente, a pressão do tempo se intensifica: “Isso é estressante, põe essa pressão do tempo de ser o mais rápido possível”.

Sobre esse tipo de cobertura, ela destaca que recebe *flashes* por *WhatsApp* e vai publicando e atualizando as informações aos poucos: “Também tem a pressão de quando não manda. Você precisa da informação, o repórter não manda e ficam te cobrando de dentro da redação”. Segundo a jornalista, a pressão é maior nessas coberturas que precisam de atualização contínua: “É muito processual. Tenho que ficar ali por conta, não dá para jantar, nem pegar água”. Além disso, a *Entrevistada 5* considera que os televisores espalhados na redação exercem pressão sobre o trabalho dela, já que o aparelho fica ligado o dia inteiro transmitindo notícias e pautando a chefia do jornal: “Começam a ver o que passa na TV e as pessoas do mesão querem aquela informação também”.

A *Entrevistada 5* diz não conhecer muito bem o tempo de outras mídias, embora considere a do rádio – onde já atuou como estagiária – pior. Para ela, a diferença de pressão de tempo na web com relação ao impresso é grande, pois nesse existe um pico de pressão no momento do fechamento:

Considero que o estresse deles é maior que o meu em qualquer momento do dia. Tem uma coisa de tamanho de texto e de ter que ter material, eu acho desesperador. E tem também uma questão de correção, de ter que estar tudo certo, porque vai sair no impresso e não tem como você passar a borracha. Mas, durante a tarde, os repórteres do impresso conseguem fazer uma brincadeira ali, ir lá em baixo fumar, ir ao café. Eles têm esse tempo. Eu não tenho (*Entrevistada 5*, 26/10/2016).

Ela descreve a pressão que sofre em seu trabalho no portal como sendo “contínua” e “sem um pico, como nos outros”: “Não acalma nunca. Enquanto estou aqui, estou de olho. Teve uma festa junina aqui (na redação) e eu pensei: ‘Ah, hoje vou comer uma coisinha da festa’. Entrei na fila para pegar um docinho, mas aí aconteceu uma coisa e minha chefe gritou ‘volta, volta’”.

A pressão do tempo, segundo a jornalista, atrapalha no desenvolvimento de um trabalho “mais inteligente”, para fazer bons títulos, boas edições de textos, pesquisar

boas fotos e ler as matérias que chegam e as que ela mesma produz, com calma: “Na verdade, o trabalho seria ideal se a gente conseguisse transformar a matéria numa coisa mais interessante”. Mesmo que trabalhe com *hard news* o tempo inteiro, a *Entrevistada 5* confessa que não gosta da urgência. Para ela, os repórteres que estão na rua cobrindo acontecimentos como protestos, por exemplo, enfrentam um grau de pressão maior. “Estar no jornal é complicado também, você liga para um, liga para outro, atualiza. No entanto, você não tem o peso de ter que enfrentar várias situações, se expor. Não gosto dessa urgência”.

O *Entrevistado 6*, do *Veículo C*, que faz coberturas na rua, explica que há diferença na pressão de tempo quando está fora ou dentro da redação. Segundo ele, o fato de estar na redação proporciona mais agilidade: “É mais fácil apurar e escrever da redação do que da rua. A rua demanda tempo de deslocamento. Mas a rua te dá mais qualidade, sempre. Te dá mais riqueza. Na redação, publico a matéria muito mais rápido”. Por outro lado, ele considera que, estando na redação, as notícias precisam ser publicadas mais rapidamente, ao passo que o repórter que está na rua não sofre tanta cobrança, pois, se ainda não conseguiu apurar alguma informação ou entrevistar alguém, é compreensível. A concorrência aumenta a pressão do tempo durante a cobertura: “Ligam e dizem ‘tá todo mundo dando e a gente não está dando nada’”. A decisão de ir para a rua fazer matérias ou ficar na redação, segundo o repórter, depende da quantidade de matérias que ele precisa fazer no dia. Assim, quanto mais matérias a serem produzidas, menor a possibilidade de ir para a rua.

A pressão do tempo, segundo o *Entrevistado 6*, se intensifica quando o *deadline* para a edição do jornal impresso se aproxima e ele ainda não conseguiu nenhuma informação. A consciência de ter um prazo para produzir e fechar uma matéria lhe proporciona mais angústia do que a necessidade de ser rápido: “Se for uma matéria que eu tenho que fechar daqui a 15 minutos, essa bomba-relógio me angustia mais. A necessidade de ter a informação agora não me angustia tanto, a questão do ‘precisamos ter até essa hora’ me angustia mais”. A etapa da produção da notícia que ele considera mais tensa é a hora de escrever a matéria: “Sou lento. Quanto mais tempo eu tiver para escrever, mais vou demorar. Escrevo mais lento do que qualquer outra coisa que eu faça na vida. Então, talvez eu apure mais rápido do que escrevo. Dói muito escrever”.

O *Entrevistado 7*, do *Veículo C*, diz ter assimilado a urgência da web – uma “urgência contínua” – com a rotina, pois, no dia a dia, segundo ele, fica claro que as

notícias têm de ser publicadas o mais rápido possível no portal para que o veículo não seja “furado” pela concorrência: “No impresso a gente tem horário de fechamento, e no portal você não tem. O horário de fechamento do portal é toda hora”. Com relação a outras mídias, como TV e rádio, ele acha que cada uma tem sua “peculiaridade” e que depende do dia: “Na TV, às vezes te dão quatro dias para fazer uma matéria, nos três primeiros você não consegue apurar nada, o entrevistado desmarca com você etc. No último dia dá certo. Na TV, já trabalhei 15 horas direto, depende da pauta”. Quando participa de coletivas de imprensa e precisa produzir uma matéria quente que será publicada no portal, ele diz que o clima é de correria entre os repórteres para enviar os textos deles para serem publicados na web: “A pressão do tempo é danada, você tem que escrever bem rápido. Vi o caso de um colega concorrente que tira a foto do *press-release* com o celular e manda para o redator do veículo já ir preparando o texto”. Aliado a isso, o jornalista considera que se sente pressionado por saber que há um repórter no portal, na redação, esperando tal informação que ele precisa enviar.

Um evento ocorrido com a *Entrevistada 5* ilustra a relação entre os repórteres que estão na redação e os que estão em coberturas na rua, no contexto do *Veículo C*, tendo como panorama a pressão do tempo na produção. No final da tarde do primeiro dia da pesquisa, um repórter que escreve para o impresso e para a web estava em uma coletiva de imprensa cobrindo a divulgação de dados de criminalidade. A repórter observada (*Entrevistada 5*) está alimentando o portal com notícias factuais, quando é chamada pela chefia, que lhe informa que o principal veículo concorrente ao que ela trabalha já publicou em seu portal uma matéria relacionada ao assunto. Diante da pressão sofrida por ela, a repórter tenta entrar em contato com o repórter que está na rua para saber se ele pode enviar informações preliminares. Ela não consegue falar com ele e continua sofrendo pressão da chefia sobre o fato de aquela matéria ainda não estar no portal. A repórter começa a manifestar ansiedade porque, além de seguir com as atividades de produção e edição que já estava executando, passa a sofrer pressão porque o concorrente já divulgou a matéria, que é factual. Após 15 minutos, o repórter que estava na rua chega à redação, mas não passa informações nem a matéria consolidada para a repórter do portal. Em vez disso, ele começa a escrever a matéria que sairá no impresso, com mais profundidade, mesmo já tendo sido cobrado da repórter do portal. Vale considerar que o horário do fechamento do jornal impresso se aproxima. Meia hora depois, o repórter ainda não enviou a matéria para o portal, e é cobrado novamente. Ele

diz que se esqueceu de enviar, pede desculpas e envia o material para ser publicado no portal.

Diante do acontecido e dentro desse contexto, a *Entrevistada 5* relata que a ideia de uma redação convergente ainda é “complicada”. Ela conta, por exemplo, que os repórteres que também produzem para o impresso são incentivados e orientados a produzir mais para a web, no sentido de pensar e fazer matérias mais voltadas para o portal, de fato: “Mas, geralmente, não dá”, ela diz.

5.2.3 Concorrência em “tempo real”: a corrida por acessos

No webjornalismo, a preocupação com a concorrência, que pode ser monitorada em “tempo real” com apenas alguns cliques, é outro aspecto que permeia a pressão do tempo nas rotinas produtivas e no processo de produção da notícia. Essa característica aparecerá em diversas falas dos entrevistados. Existe a ideia de que publicar uma notícia antes da concorrência significa ser mais fiel à lógica do “tempo real”, conforme explica Moretzsohn (2002). Pensa-se também que, a partir do furo jornalístico com relação a algum conteúdo, mais leitores serão atraídos e, conseqüentemente, o site receberá mais acessos, ou seja, faz parte de uma visão mercadológica. A visão acerca da importância de dar a notícia antes do concorrente é marcante entre os entrevistados. Atrelada a isso, está a valorização das redes sociais como canal com o público e avaliação da audiência.

A *Entrevistada 3*, do *Veículo B*, relata que, quando o veículo onde trabalha é “furado” por um portal concorrente, ela sente “vontade de chorar”, e diz que a situação é “horrível e deprimente”:

A gente tem que dar a matéria logo, logo, logo. Existe o medo de ser furado, né? E é assim: o portal que deu primeiro pode nem ter dado a matéria com a melhor ‘pegada’, mas ele dita como os outros (os concorrentes) vão fazer. Porque você pensava em abrir uma matéria de um jeito, daí o colega de outro veículo foi um minuto antes de você. Seu texto já estava pronto e ele publicou com uma outra pegada e, provavelmente, seu editor vai querer aquela pegada também. Então, eu acho que a nossa maior dificuldade é que a gente não quer ser furado e a gente é quem quer ditar como os outros vão fazer. É uma angústia (*Entrevistada 3*, 16/10/2015).

Enquanto a *Entrevistada 3* sente angústia diante do receio dos concorrentes publicarem uma matéria factual, a *Entrevistada 2*, do *Veículo A*, afirma que, quando é furada por um concorrente, sente “culpa” e frustração”:

Às vezes, ligo para o meu marido e digo: “Poxa, eu tinha a matéria e não deu tempo de publicar”. Fico muito triste. Penso que poderia ter sido mais rápida e que não dei primeiro. É totalmente diferente do impresso. Aquele conforto do qual eu te falei: você é pautado, tem uma pauta definida para fazer, e às vezes fala: “Ah, o meu coordenador é que não me orientou direito”. No on-line, como as coisas são mais factuais, o negócio é colocar mais rápido. Então, às vezes eu me culpo pelo fato de o outro site ter dado primeiro e eu já tinha a matéria (*Entrevistada 2*, 8/10/2015).

Por outro lado, a *Entrevistada 1*, do *Veículo A*, explica que, no passado, a ideia de ser “furada” por outros sites era um “constrangimento” para ela, mas sua visão mudou, hoje em dia: “Me sentia como se tivesse sido muito ‘lerda’. Mas, hoje, geralmente nem olho os outros sites antes de publicar o conteúdo que produzi. Prefiro trabalhar bem a matéria e publicar algo com qualidade. Se o concorrente deu antes, paciência”.

O *Entrevistado 8*, editor de internet do *Veículo C*, destaca que, ao passo que a concorrência no impresso é delimitada, no digital, “o concorrente é todo mundo”: “É o blogueiro que posta recebendo dinheiro de alguma empresa, é o site de fundo de quintal, o *Google*, o *Twitter*, todo mundo. E não só de informação, também na hora de captar recursos, publicidade, esse é o principal”. Além disso, ele revela preocupação com o modo de captar a audiência, e considera que os leitores não vão mais até os veículos, mas esses têm que ir atrás dos consumidores da notícia: “Você precisa chegar nele via *WhatsApp*, no *Facebook*, *Snapchat*, onde ele estiver. O que se disputa hoje da pessoa é a atenção dela. Esse é o grande mercado, o mercado da atenção. Aí você tem que ser hábil para chegar”.

A preocupação da equipe de portal do *Veículo C* com a concorrência não é voltada apenas para outros portais. Segundo o *Entrevistado 4*, repórter, embora seja mais difícil passar na frente de veículos de televisão com grande estrutura, isso já aconteceu: “Se a gente consegue isso, nossa repercussão é maior ainda. Não é nosso objetivo mas, quando a gente consegue, é melhor ainda porque é um nicho que não é nosso e a gente invade. Então, a gente vai além”.

Por considerar que o trabalho dele é permeado pela concorrência e pela audiência, quando um portal concorrente publica uma notícia que ele já estava apurando ou escrevendo, o *Entrevistado 4* revela que fica “frustrado” e que sente a pressão do tempo fortemente em situações como esta: “Fico pensando no que deu errado, se foi o repórter que demorou para mandar ou se fui eu que demorei muito no sistema de publicação”. Para ele, na web a concorrência tem um peso maior do que em outros meios por uma questão de marcação de tempo: “Na internet, fica registrado quando você publicou, a hora. Na TV é um pouco assim se o telejornal está passando naquele momento, entrou no ar e publicou. No rádio é muito disperso. E no jornal vale o dia em que foi publicado”. Por outro lado, o *Entrevistado 7*, do *Veículo C*, acha que a preocupação com o furo na web é semelhante aos outros meios nos quais já trabalhou.

O *Entrevistado 4* também considera que as redes sociais “impulsionam a concorrência”. Quando ele se depara com chamadas de “urgente” em redes sociais de veículos concorrentes, ele conta que sente uma “punhalada”: “A gente tem que parar e ver o que é”. Ele critica o fato dos veículos de jornalismo publicarem chamadas de “urgente” nas redes sociais deliberadamente: “Não gosto disso. Acho até que banaliza, de certa forma. Tudo virou urgente. Entendo por que é feito desse jeito. Quando veem ‘urgente’, as pessoas clicam mais, as pessoas gostam disso”.

A *Entrevistada 5*, repórter no *Veículo C*, explica que os portais concorrentes são monitorados o tempo inteiro: “A gente fica com o índice de últimas notícias dos concorrentes aberto. Se eu vi que soltaram algo bem chocante eu falo com minha chefe e ela vai mobilizar alguém ou pedir para eu fazer. Ou então eu mesma vou analisando o fluxo”.

O trabalho, tanto da *Entrevistada 5*, quanto do *Entrevistado 4*, ambos do *Veículo C* e que estão à frente do portal, está bastante atrelado às editorias de mídias sociais e de *home*, as quais monitoram os concorrentes o tempo inteiro. Na hora de avaliar se uma notícia dada pelo concorrente também deve ganhar importância no portal do *veículo*, essa questão também é avaliada por essas editorias. Quando isso acontece, eles já acionam profissionais da redação, no caso, o *Entrevistado 4* e a *Entrevistada 5*, e não os repórteres que estão em coberturas na rua: “Eles me perguntam se aquilo já está sendo feito, se tem como já subir aquela matéria, se tem como fazer rapidinho algo e depois a gente completa. Às vezes eles até mandam o *link* do concorrente e vão indicando a urgência que eles veem na nota”, diz a *Entrevistada 5*. Essa questão também é

negociada com a chefia, que avalia se a repórter tem que priorizar a produção da notícia sugerida pelas editorias de *home* e de mídias sociais, ou não.

Para monitorar a concorrência, a *Entrevistada 5* acompanha o *Twitter* continuamente para ver o que os outros portais de notícias estão dando: “No *Twitter* costuma-se postar eventos urgentes que estão acontecendo”. Quando um portal concorrente passa na frente, a *Entrevistada 5* diz que se sente “incomodada” pois dali a poucos minutos ela será cobrada sobre o porquê de tal matéria ainda não estar no portal: “Me sinto pior quando temos repórteres para isso, mas está demorando e outros veículos já deram. Sinto que tem a ver comigo também. Posso ligar, posso cobrar e não fiz. Não fiz porque estou fazendo outras coisas, mas não fiz, e pode recair sobre mim”. Ela acha que na web a concorrência “põe mais urgência”, além de tal concorrência não ter, segundo a jornalista, tanto critério quanto no impresso, por exemplo.

A concorrência também é absorvida pelos repórteres que vão para a rua acompanhar coberturas. O *Entrevistado 6* conta que, certa vez, estava em uma coletiva de imprensa ao lado de um repórter do principal veículo concorrente do *Veículo C*, e que é amigo dele. Durante a coletiva, a fonte cometeu uma gafe e, naquele momento, ambos se olharam e, naquele instante, os dois sabiam como iam dar aquela notícia e que ela deveria ser publicada o mais rápido possível na internet: “A concorrência regula o nosso tempo, porque a gente vai fazendo as coisas com calma na medida do possível, mas, se fulano já publicou, aquilo acelera o seu tempo. Você não vai querer dar uma matéria cinco horas depois da concorrência. É um termômetro”. Por outro lado, ele explica que prefere ser ultrapassado pela concorrência em vez de divulgar uma informação errada, demonstrando preocupação com a ética em seu trabalho: “Nunca tive que publicar errata. Se eu não tiver 100% de certeza da informação, não vou publicar. Por mais que me pressionem, não publico; é claro que tento o tempo todo publicar o mais rápido possível, mas nem sempre dá”.

5.2.3.1 Monitorando a concorrência

Os jornalistas que alimentam a editoria de *home page* se revezam para manter a página principal do portal do *Veículo C* o mais atualizada possível, já que a atualidade é um valor relevante para o trabalho deles. Por mais que a *home* concentre várias editorias, existe uma hierarquização de notícias que segue, além de valores-notícia, o

critério do novo, mas também o termômetro da audiência. Os editores da *home* trabalham com um sistema que mostra os acessos de cada matéria, segundo a segundo. Assim, os jornalistas conseguem saber o que está dando audiência, ou nem tanto. Um dos desafios que eles enfrentam é obedecer ao padrão com relação ao número de caracteres em manchetes e chamadas, em meio à pressão do tempo. Quando há palavras muito grandes em uma chamada, por exemplo, o (a) jornalista tem de usar a criatividade e a agilidade para encontrar termos substitutos, reescrever e editar a chamada até caber. Eles trabalham com duas máquinas simultaneamente: enquanto recebem *links* no e-mail para serem chamados na *home* e fazerem a edição, a outra serve de “espelho”. São vários cliques por minuto, que oscilam entre abas de portais concorrentes, redes sociais e as próprias páginas do *Veículo C*.

Ocupando o mesmo mesão, os jornalistas que alimentam a *home page* se comunicam constantemente com os jornalistas que alimentam as mídias sociais do *Veículo C*. O clima oscila entre concentração e descontração: concentração ao analisar a concorrência, os e-mails que chegam com novas notícias e as inúmeras abas; descontração ao comentar o assunto de alguma notícia curiosa ou para falar de alguma coisa da vida pessoal. Os editores de mídias sociais ficam com várias abas abertas em sistemas de publicação nas redes sociais, bem como nos portais concorrentes.

Eles analisam a audiência através de um sistema. Interagem pouco com o público, mas costumam responder com agradecimentos quando são avisados sobre erros em postagens nas redes sociais, por exemplo. Pelo fato de o jornal ser mais tradicional, eles também seguem uma linha mais séria, e raramente fazem postagens mais descontraídas, como acontece em redes sociais de alguns concorrentes. Tanto a editoria de *home page* quanto a editoria de mídias sociais se relacionam e dialogam mais com as equipes de portal de cada editoria, embora todos os jornalistas da redação tenham passe livre para se comunicar com eles, trocar informações e sugerir chamadas nestes espaços. Quando veem que um portal concorrente publicou uma determinada notícia, eles procuram primeiramente os repórteres de portal e os cobram a respeito disso.

5.2.3.2 Redes sociais: fontes e a batalha das *curtidas*

Mesmo que alguns veículos façam uso de *posts* patrocinados para impulsionar notícias publicadas nas redes sociais, o *Entrevistado 8*, editor de internet do *Veículo C*,

diz que não adota tal prática para promover conteúdos. As redes sociais também servem para pautar os repórteres, além de serem mais uma fonte de informação. O *Entrevistado 4*, repórter do *Veículo C*, diz que tem liberdade para, ao ver algo interessante no *Twitter*, por exemplo, sugerir uma pauta para a editora do portal, sobretudo nos casos em que alguma pessoa conhecida deu uma declaração impactante que rende matéria. Ele também consegue personagens para matérias por meio das redes sociais. A *Entrevistada 5* acha que as redes sociais pautam o jornalismo on-line: “O que está nas redes não precisa ser uma notícia, em si, mas vira notícia porque teve repercussão”.

Na rotina do *Entrevistado 4*, por mais que alimentar as redes sociais da editoria seja mais uma atividade, o repórter não acha que isso tensione o trabalho dele: “É um algo a mais, uma finalização”. As redes sociais no âmbito do webjornalismo possibilitam o aspecto interatividade, explorado por Rost (2014). Sobre os comentários deixados por leitores em notícias postadas nas redes sociais, o *Entrevistado 4* diz que não costuma interagir muito e responder porque os comentários não tendem a ser “construtivos”: “Às vezes, pedimos a participação deles, como fotos, por um motivo especial. A gente faz de tudo para interagir”. Na redação integrada entre impresso e web do *Veículo C*, a *Entrevistada 5* diz que percebe que nem todos os jornalistas, sobretudo os mais antigos, fazem uso das redes sociais, embora eles estejam “buscando e entendendo a importância”: “Nossa equipe passou por um processo de ‘jovialização’, porque os mais velhos foram demitidos no corte de gastos. A chefia acabou contratando pessoas mais novas, que recebem menos, e essas pessoas mais novas, obviamente, já são mais conectadas”.

Por conta das funções deles, os *Entrevistados 6 e 7* não alimentam as redes sociais, como fazem os *Entrevistados 4 e 5*. Mesmo assim, o *Entrevistado 6* comenta que faz uso das redes sociais, e não costuma interagir com leitores: “Uma vez um cara disse que queria que eu fosse baleado. Procuo ser educado, não respondo nem xingo. No geral, digo que só estou fazendo o meu trabalho”. Sobre se as redes sociais mudaram o trabalho dele, o jornalista comenta que elas se tornaram uma “porta de acesso, mas não mudaram em absolutamente nada a produção”. Ele também considera que as redes sociais geram muitas pautas de comportamento – ou seja, não necessariamente *hard news*, por meio de comentários: “O assunto que está pautando as redes sociais também é muito interessante para você pensar a pauta. É uma fonte de informação, não a única”.

O *Entrevistado 7*, por sua vez, vê as redes sociais como um termômetro para avaliar a audiência das matérias que publica no portal.

5.2.4 Identidade: jornalistas e webjornalistas

Ao refletirem sobre o trabalho que desempenham, os entrevistados também tecem relações sobre o modo como veem a si mesmos e de que forma enxergam os colegas de profissão e de redação, no caso dos veículos integrados. Com o tempo como aspecto central, além de suas especificidades impactadas por aspectos como a tecnologia, a demissão de jornalistas e outros fatores que a convergência imprimiu, os jornalistas discorrem sobre como ficaram acelerados diante da urgência da web, suas reações e emoções em meio à pressão do tempo, além do relacionamento com a notícia e com o próprio papel que possuem.

Do *Veículo C*, o *Entrevistado 4*, repórter, acredita que a pressão do tempo na web interfere na identidade profissional dele, e que o trabalho na web o deixou mais acelerado: “Acho que depende do perfil. Sou uma pessoa acelerada e gosto dessa adrenalina. Tem pessoas que não se encaixam nessa função porque é outro ritmo. Não é que a pessoa é melhor ou pior, mas o perfil dela é diferente”. Ele também se acha um jornalista mais rápido: “Fui treinado e sempre tive essa preocupação com o tempo”.

Questionadas sobre como se sentem quando ficam sabendo que um grande acontecimento urgente irrompeu antes mesmo de chegarem à redação em que trabalham, a *Entrevistada 1*, a *Entrevistada 2 (Veículo A)* e a *Entrevistada 3 (Veículo B)* – que foram entrevistadas ainda em 2015 – relatam que se sentem ansiosas: “Já fico ansiosa pelas suítes que terei de fazer. Mesmo que eu não esteja lá e que eu saiba que o factual já foi noticiado, eu penso nas suítes do dia seguinte”, diz a *Entrevistada 1*. A fim de adiantar matérias de casa, a *Entrevistada 2* conta já ter ido pessoalmente a um órgão público justiça no período da noite para ver as decisões publicadas e preparar uma nota para o dia seguinte: “Aí eu escrevo, mando pro meu e-mail e coloco já de manhãzinha no portal para noticiar primeiro”, detalha. A *Entrevistada 3* conta o que faz se fica sabendo de um grande acontecimento e ainda não está na redação: “Pego o carro e vou antes. Também tenho acesso de casa. Então, se for algo que dê para apurar, faço de casa”, revela.

Além disso, as entrevistadas dizem que consideram que o ritmo de trabalho que têm na web as deixa mais aceleradas. Para a *Entrevistada 1*, do *Veículo A*, a especificidade do trabalho interfere na tomada de decisões diante das notícias e no relacionamento com estas; para a *Entrevistada 2*, do *Veículo A*, a paciência diminuiu no processo de espera por informações transmitidas por repórteres que estão em coberturas na rua; já para a *Entrevistada 3*, do *Veículo B*, o ritmo acelerado impacta nas refeições da jornalista:

Para mim, influenciou totalmente e até ajuda um pouco mais quando eu tenho que tomar uma decisão rápida. Também fiquei menos paciente e o meu lado humano não aflora tanto. Às vezes, acontecem as coisas e a gente não tem toda aquela emoção, não se comove mais tanto com as coisas, principalmente com notícias de morte. Às vezes, você deixa de se comover com essas coisas (*Entrevistada 1*, 7/10/2015).

Eu era muito lerda. Quando fui para a internet, pensei: “Não posso mais ser essa pessoa”. Com o ritmo que o subeditor do portal passou a me cobrar, vi a responsabilidade que uma pessoa que trabalha no portal tem. E me acelerou, obviamente. Tanto é que hoje, quando um repórter que está na rua fica mais de cinco minutos comigo no telefone eu já fico impaciente. Penso: “Me dá só o essencial, pelo amor de Deus”. E o repórter do impresso não entende isso. Eu te digo isso por ter sido do impresso. Quem é do impresso não sabe o que é essencial para o portal. Tem umas pessoas, por exemplo, que estão acostumadas a escrever textos mais longos e que mandam um calhamaço para o portal. E, então, você tem que sair cortando várias coisas que não são importantes para que a matéria saia rápido. Na vida pessoal, talvez também tenha impactado. Por exemplo, na hora de almoçar. Eu almocei rápido hoje, por exemplo, porque sabia que estavam acontecendo algumas coisas que eu tinha que publicar no portal (*Entrevistada 2*, 8/10/2015).

Eu como muito rapidamente. Até porque, como eu não tenho horário de almoço, toda vez que eu vou comer, eu como com pressa. Ou eu não tenho refeição. É normal eu só lancher ou beliscar alguma coisa rapidinho. Também acho que o cansaço e o estresse você acaba levando para outras situações da vida. Não que você vá tratar as pessoas mal, mas você tem menos paciência para aturar as coisas. Para aturar uma fila, por exemplo (*Entrevistada 3*, 16/10/2015).

Diante da urgência em noticiar um fato o mais rápido possível, as três entrevistadas também relatam emoções sentidas na produção da notícia. A *Entrevistada 1*, do *Veículo B*, diz que :

A primeira coisa que a gente sente é pânico. Por exemplo: alguém falou que o Eduardo Campos¹⁶ estava no avião. Mesmo que não esteja confirmado, eu já começo a trabalhar aquilo como se fosse a realidade. Então, já escrevo o texto, deixo ele pronto e, assim que tenho a confirmação, já estou com a metade do processo terminado. Depois do pânico, vem a frieza. Aí você volta a ser jornalista. Nas etapas seguintes, consigo lidar melhor com aquele estresse inicial (*Entrevistada 1*, 7/10/2015).

A *Entrevistada 2* diz sentir “uma pressão muito grande” e uma sensação de que “tudo está em suas mãos”, de que é a responsável por aquela notícia. Ela conta que, quando trabalhava no impresso, sentia a pressão de escrever “a versão mais correta dos fatos”: “Não que no portal você não tenha que acertar e fazer uma boa apuração, mas a prioridade é diferente. A prioridade é dar a notícia primeiro. Não é apurar o mais profundo possível. Isso você vai fazendo ao longo do dia”.

A *Entrevistada 3*, do *Veículo C*, afirma que, em seu trabalho na web, diante das *hard news*, fica ansiosa para terminar uma determinada pauta: “Não é uma ansiedade de medo, é uma ansiedade de querer que aquilo acabe logo. Depois que você coloca no ar, parece que a sensação é de alívio, principalmente. Eu penso: ‘Cumprir o que eu precisava cumprir’”. A *Entrevistada 1*, a *Entrevistada 2*, a *Entrevistada 3* e o *Entrevistado 4*, que lidam diretamente com o portal e com a produção de *hard news*, parecem ser afetados mais fortemente pela pressão do tempo, sobretudo porque, como mencionado em algumas entrevistas, eles estão também na ponta do processo de produção da notícia, ou seja, a publicação da matéria, que renderá acessos e vencer a concorrência depende deles.

A *Entrevistada 5* pensa que acabou sendo moldada por conta da pressão do tempo na rotina dela, embora ela ache que seja uma questão do jornalismo como um todo, sempre vinculado ao tempo e à urgência da notícia:

Pessoalmente, sinto cada vez mais os impactos dessa aceleração. Minha vida pessoal, mesmo. Vou jantar no intervalo, acontece algo e, se eu não consigo voltar a tempo, já é um caos. Isso tem um impacto na minha rotina. Ah, a urgência de não poder levantar da cadeira, ando sempre correndo pelos corredores. Isso constrói a identidade de uma pessoa talvez sempre conectada. Mas eu acho que isso é do jornalismo de um modo geral, talvez não seja só da minha função, as pessoas sempre conectadas, sempre urgentes (*Entrevistada 5*, 26/10/2016).

¹⁶ A entrevistada participou da cobertura sobre a morte do candidato às eleições para Presidente da República, Eduardo Campos. O político morreu no dia 13 de agosto de 2014 em uma tragédia aérea.

Além disso, a *Entrevistada 5* relata os sentimentos diante da urgência no cotidiano do trabalho dela:

Eu me sinto sempre vulnerável a uma urgência que possa acontecer. Fico morrendo de inveja dos jornalistas que trabalham em suplementos. Pode cair o mundo lá fora que essa urgência não os afeta. Eles estão lá fazendo matéria de restaurante. Sinto inveja, sinto uma aflição de ser impactada pela urgência das coisas (*Entrevistada 5*, 26/10/2016).

O modo como se identificam e identificam os outros também é pertinente entre os repórteres do *Veículo C*. O *Entrevistado 4* acredita que, na redação em que trabalha, nem todos os jornalistas podem ser chamados de webjornalistas; aqueles que produzem para a web apenas de vez em quando seriam webjornalistas circunstanciais, os quais atuariam mais em coberturas de urgência: “Cada vez mais a chefia cobra que todos sejam mais produtivos nesse sentido de urgência, mas alguns ainda não conseguem ser”. Ou seja, quando um jornalista acostumado ao impresso tem que produzir para a web por uma situação de urgência ele não consegue. Por isso, o *Entrevistado 4* considera ser mais fácil um repórter de web atuar circunstancialmente no impresso do que o contrário. Para ser webjornalista, ele considera que o profissional deve ser uma pessoa “ligada”, e deve “pensar na internet como uma prioridade” e “não tratá-la como algo menor”. Ele acha que um dia todos serão webjornalistas, embora isso vá demorar um pouco: “As grandes empresas de comunicação nasceram antes da internet e elas ainda não entenderam a internet. Ou elas entendem ou elas acabam, de certa forma”.

O *Entrevistado 4* considera que se diferencia de um jornalista de impresso também pela “habilidade com o tempo”. No final das contas, ele se define como um “jornalista”: “Para mim, esse negócio de ser webjornalista é algo natural. Não vou estudar jornalismo para trabalhar na internet. Não, a internet existe e eu trabalho nela. Então, sou jornalista antes de ser webjornalista”. Para ele, a função dá uma liberdade muito grande, mas com forte responsabilidade: “No jornal impresso tem supervisão, muita gente vê o título que um repórter fez. Na web, não. Nós publicamos, daí às vezes dá problema e a responsabilidade é nossa”. Segundo o jornalista, por conta da função, os papéis profissionais se confundem, já que, pela natureza do trabalho, ele se considera, na prática, também um editor. Assim como explica Kunczik (2002), é comum que os indivíduos se autoanalise quando fazem comparações com o modo como a própria imagem se projeta no trabalho.

A *Entrevistada 5* mostra um conflito na forma como se identifica em sua função. Embora seja cadastrada como repórter (assim como todos os outros entrevistados), ela não sabe exatamente como se vê: “Quando telefono para fontes, me identifico como repórter, até porque se eu me identificar como redatora, editora, vai soar estranho. Eu me considero redatora, editora, revisora de textos. Sou repórter quando faço matérias por fora”. Como ela não costuma ir para a rua apurar e fazer reportagens, ela se sente menos repórter do que os jornalistas que fazem isso. Por outro lado, quando ela tem de fazer apurações por telefone, mesmo que de dentro da redação ou quando faz reportagens frias fora do horário de trabalho, ela se sente como “repórter”. Ou seja, a *Entrevistada 5* associa “ser repórter” a, de fato, apurar e reportar, de modo que o trabalho de alimentação do portal que ela executa todos os dias não a deixa se sentir de tal forma: “Acho que tendem a não passar uma apuração para mim, mesmo que eu estivesse livre, porque minha função não é essa”.

Por outro lado, pelo fato da *Entrevistada 1* e a *Entrevistada 2 (Veículo A)* trabalharem em um veículo em que não há fusão da produção entre os chamados jornalistas do impresso e os jornalistas do portal, elas se sentem repórteres, já que a produção no portal em que atuam é independente da do impresso. Da mesma forma se sente a *Entrevistada 3 (Veículo B)*, por atuar em um portal de notícias vinculado a um veículo de televisão, mas cuja produção também é autônoma.

Como visto, a *Entrevistada 5*, do *Veículo C*, não se identifica como repórter por não fazer pautas na rua, mas, a respeito disso, ela tece vantagens e desvantagens. Por um lado, ela considera o trabalho que faz “maçante” por não sair da cadeira; por outro lado, “é um trabalho que tem um começo e um fim”, considera. Ao comparar-se com os repórteres que vão para coberturas na rua, ela diz que acha que eles não têm tanta rotina e ficam “muito reféns da história que estão cobrindo”. Admite que sente falta de escrever mais textos autorais: “Quis cursar jornalismo para isso, gosto de fazer entrevistas etc. Por incrível que pareça, mesmo por trabalhar em portal, não gosto da notícia. Então, teria dificuldade como repórter, de me ver refém de qualquer acontecimento, sair correndo e ir para a rua”. Para ela, o trabalho ideal dividiria seu expediente em duas partes: metade do tempo dedicado ao portal, com o trabalho que ela já faz, e a outra metade para apurar uma pauta fria para a semana ou o fim de semana. O portal não vive apenas de *hard news*, mas a velocidade que permeia a função da *Entrevistada 5* não lhe dá tempo para preparar matérias frias e especiais para a web.

Antes de qualquer coisa, ela diz se identificar como uma jornalista. Além disso, ela vê o trabalho que desempenha como sendo “essencial”, mas um pouco “frustrante”:

Precisamos publicar no portal, não tem escapatória, não se publica automaticamente. Mas considero que uma pessoa a desempenhar essa função durante o tempo inteiro do expediente eu acho que é um pouco frustrante com relação ao que eu pensei para mim em termos de carreira, de jornalista. Porque, no fundo, a gente estuda para apurar, para fazer texto e eu adoro texto. E não ter essa criatividade frustra um pouco (*Entrevistada 5, 26/10/2016*).

Ademais, a *Entrevistada 5* diz que sente que os outros na redação a veem como uma pessoa “ágil e que dá conta de resolver todas aquelas atividades, uma pessoa organizada e focada”. Segundo ela, é um perfil que eles esperam dela. Para a entrevistada, os jornalistas e a chefia que ainda são mais voltados para o impresso não têm cuidado e atenção com a web porque enxergam o portal e quem nele trabalha como indivíduos autossuficientes:

Desconhecem ou não conseguem se abrir para ver que existe ali algo (o portal) a ser olhado. Vez por outra tem uma chamada de atenção do editor sobre uma matéria que foi subida, algo no lide, mas é muito raro. Fica muito na nossa mão. Não sei se é porque confiam muito. Desconfio que não, porque somos muito novos. E eu sou super inexperiente. Na verdade, acho que eles não têm tempo de desconfiar demais. Tem que entregar para Deus. E, como não dá muito problema e a gente trabalha direitinho... Porque tem muita chance de dar problema. Então, a gente está atento, eles confiam, e eu acho que eles não refletem sobre a importância jornalística da nossa função (*Entrevistada 5, 26/10/2016*).

Ou seja, mesmo sendo jovem na idade e na experiência dentro do jornalismo, já lhe é atribuída a função de editar matérias de repórteres com décadas de trajetória à frente dela, e esse trabalho nem sempre é acompanhado. Ela também vê a figura do webjornalista como muito atrelada a dominar ferramentas e a ser “conectado”. Para ela, o webjornalista seria um jornalista “mais conectado com o suporte da internet”, e que teria características como “agilidade, conexão, senso de urgência, conectado com outras fontes de informação, como as redes sociais”. Entretanto, assim como qualquer outro jornalista, para ela, o webjornalista precisa apurar as informações e checá-las: “Na verdade, nunca pensei nesse termo ‘webjornalista’. A internet está mudando tudo, a redação inteira, e meio que todo mundo tem que ser webjornalista, conectado com a web de qualquer jeito”. Ela também considera que a maior parte dos jornalistas é assim:

“Já pensam em fazer vídeo e foto da rua. Talvez não dominem a ferramenta, mas isso é menos importante do que a linguagem. A maioria já entende o que é notícia para o site. Um ou outro tem cabeça de impresso, não faz vídeo nem tem redes sociais”.

Além disso, por mais que se considere mais rápida com as ferramentas e o sistema, a *Entrevistada 5*, repórter no *Veículo C*, acredita não ser tão rápida para apurar uma notícia quanto os repórteres que estão acostumados com isso: “Nesse ponto sou menos ágil, com certeza”. Ela também define a função dela como sendo uma atividade em meio a “pressa, correria, estresse e gritaria”, um ambiente de que ela não gosta: “Talvez eu não goste de toda a minha função porque ela é bem isso. Tem gente que gosta dessa adrenalina, não consigo entender”.

O *Entrevistado 6*, também do *Veículo C*, se vê como jornalista, antes de tudo, e que, às vezes, é um webjornalista: “Acho que sou um repórter, ponto. Se minha matéria vai para o portal ou para o impresso, particularmente, tanto faz”. Mas ele também considera que, diante da internet e da crise do jornalismo, um perfil ainda esteja em construção: “Embarcaram numas coisas e depois se viu que não é isso, de ‘ah, repórter tem que fazer tudo’. Só não consegue comer, esse repórter. Algumas coisas não são viáveis”.

Sobre o *Entrevistado 4* e a *Entrevistada 5*, do *Veículo C*, que atuam diretamente no portal, o *Entrevistado 6* acha que eles exercem mais a função de webjornalista “porque têm um perfil mais voltado para o portal”: “Já a gente que produz para o impresso e para o portal é muito anfíbio. Uma hora a gente está na água, outra hora está na área. Talvez eles sejam menos. Talvez eles sejam webjornalistas”. Ele quer dizer que os *Entrevistados 4* e *5*, que alimentam o portal, trabalham mais sentados, não vão para a rua, têm uma rotina mais definida, embora sejam muito tensionados pelo tempo:

Eles estão numa etapa muito ruim da produção jornalística em que o conteúdo está pronto. Não depende que eles apurem, mas que editem e publiquem. Então vão perguntar a eles: “Por que não está no portal”. É uma tensão diferente da minha. A minha é: “Cadê o texto?”. E eu posso dizer: “Ainda não conseguir falar com ninguém, fazer o quê?”. Mas eles são cobrados por todo mundo. E perguntam a eles: “Cadê a foto, por que essa matéria subiu sem foto?”. Como se isso fosse super rápido, sendo que dá muito trabalho. Eles são a engrenagem que fazem o motorzinho funcionar. A gente (os repórteres) é só a gasolina (*Entrevistado 6*, 26/10/2016).

Já a pressão do tempo sobre seu trabalho, segundo o *Entrevistado 6*, não interfere na identidade dele como jornalista: “Se é muito urgente, sento e escrevo com o que tenho. Do ponto de vista ético e metodológico, (a pressão do tempo) não me faria apurar de outro jeito de nenhuma forma”.

Por outro lado, o jornalista acha que a pressão do tempo o deixa mais “angustiado”: “Vou sentar e escrever. Pode ser caindo chuva, segurando o guarda-chuva entre a bochecha e o ombro, como já fiz. Se vai ficar o melhor possível? Não. Depois, melhoro. Acho que faz parte da profissão e acho que isso tem feito cada vez mais parte da profissão”.

O *Entrevistado 7* encara a si mesmo, quando executa trabalhos para o portal, como um webjornalista circunstancial; no jornal impresso, ele se considera “um jornalista efetivo”. Vê os colegas que atuam diretamente no portal, os *Entrevistados 4 e 5*, como webjornalistas, mas também jornalistas de impresso, mesmo que no momento não escrevam para essa mídia: “Com a bagagem que eles adquirem no dia a dia, têm condições totais de fazerem um bom texto para o impresso porque o dia a dia deles os capacitou para isso”.

Para ele, a urgência do tempo na web não tende a moldar os profissionais: “Não é tanto pelo texto, mas pelo assunto, o seu perfil vai estar lá, seja no impresso, seja na web, seja na TV”. Na opinião dele, os jornalistas que ainda resistem em produzir para a web só saberão da importância do portal quando começarem a produzir para ele: “No caso de dar uma informação em primeira mão, quando você começa a vivenciar isso no seu dia a dia, você começa a mudar”. Segundo ele, tal urgência não o deixa acelerado, pois ele a encara como um fechamento normal: “São 20, 30 minutos de muita correria e depois acaba”.

O *Entrevistado 4* se queixa da falta de reconhecimento sobre os jornalistas do portal. Para ele, os jornalistas que ainda atuam mais no impresso veem os jornalistas da web como “copia e cola”, “algo menor”:

Aqui é um jornal tradicional, antigo. Então, estar na internet quer dizer que você não está no mesmo nível deles. Em nível de prestígio, mesmo. Antes existia até uma hierarquia: “Ah, é estagiário, então coloca na internet. Se tiver uma oportunidade melhor você vai para o impresso”. Não existe mais isso, mas o espírito é esse. Você está na internet, então você está deslocado ali. Aqui dentro, né, não sei se em outros lugares é diferente (*Entrevistado 4, 25/10/2016*).

A *Entrevistada 1*, do *Veículo A*, também diz que a maior dificuldade de ser webjornalista é a falta de reconhecimento frente a outras mídias: “Mesmo com a integração entre impresso e on-line, é como se os jornalistas de web não fossem tão importantes quanto os de jornal, TV e rádio”. Ainda segundo ela, o fato de o *Veículo A* estar integrando mais os repórteres do impresso e da web ajuda a valorizar os segundos:

O pessoal do impresso passou a ter uma visão um pouco diferente sobre a gente. Antes, eles achavam que o webjornalismo era só “copia e cola”. Mas, hoje, eles veem que o próprio conteúdo que eles produzem para o on-line é muito mais valorizado na internet. Isso pesa muito pelas redes sociais (*Entrevistada 1*, 7/10/2015).

Assim, a *Entrevistada 1* revela um dos dilemas de se trabalhar na web dentro de um veículo de jornalismo tradicionalmente de impresso, em que existem estranhamentos como o que ela citou, de ser vista como uma jornalista “copia e cola”. Segundo ela, na redação em que trabalha, porque alguns desses jornalistas tradicionais estão passando a produzir para a web, colocam-se no lugar dos jornalistas do portal, mudando a visão acerca do trabalho destes. A questão evidencia a fala de Dubar (2005) acerca da “identidade para si” e da “identidade para o outro”, ou seja, nunca se sabe se a identidade que uma pessoa tem para si mesma é igual ao modo como o outro a identifica. Além disso, como aponta Woodward (1996), para ter identidade, precisa-se do outro. No universo dos jornalistas, segundo Agnez (2014), a identidade profissional é fortemente marcada pela cultura de onde se trabalha.

Ao falar da falta de reconhecimento e prestígio, a *Entrevistada 5* menciona o fato de não assinar matérias, dada a sua função: “O assinar (matérias) mexe com o ego. E eu edito tudo, mas não assino nada. Assino os nomes dos outros, né? Acho que nem todo mundo está disposto a se sujeitar a isso e não produzir seus próprios materiais e editar os dos outros”. Além disso, ela considera que a veem como uma “operadora”, uma espécie de máquina de “publicar, publicar, publicar”: “Falam assim: ‘Sobe dois parágrafos, sobe qualquer coisa’. Como se fosse fácil. Sobe dois parágrafos de quê? Acho que veem o portal como uma possibilidade de ter coisas rapidamente, só que sem pensar que essas coisas têm uma origem igual a do impresso”.

Se, por um lado, a *Entrevistada 1* (*Veículo A*) lamenta a falta de reconhecimento por ser webjornalista, por outro, destaca que a vantagem do trabalho que desempenha é poder conhecer um pouco sobre tudo. Além disso, ela destaca o fato de ter aprendido mais sobre tecnologia a partir do trabalho como webjornalista: “Por enquanto, não tenho

nenhuma vontade de trocar de área. Nem aqui dentro para o impresso eu iria, porque o formato do on-line me satisfaz”.

Para a *Entrevistada 2 (Veículo A)*, que saiu recentemente do impresso e ainda se adapta à web, o principal desafio está em “ter de fazer várias coisas ao mesmo tempo”. Por outro lado, ela confessa que trabalhar na web lhe proporcionou mais segurança, tanto no trabalho, quanto na vida pessoal: “Agora, eu tenho mais poder de tomada de decisão. Antes, eu sempre tinha uma segunda pessoa que lia e editava o meu texto antes de ser publicado. Então, sabe quando você fica numa zona de conforto? Eu ficava nessa zona de conforto, e, agora, não”.

Já a *Entrevistada 3 (Veículo B)* considera que o ritmo de trabalho na internet é a maior dificuldade: “Acho que ninguém aguenta o ritmo da internet por muito tempo. Então eu penso que, se um dia tiver filhos, como sou muito perfeccionista, também vou querer ser uma boa mãe. E não sei se, a longo prazo, na web, o físico aguenta”. Entretanto, a jornalista diz não ter vontade de trocar de mídia, já que a internet lhe possibilita “fazer tudo”: “Me agrada o fato de a gente ter uma informação e poder dar, sem ter de esperar, pois a web permite isso. Não ter limitação de tamanho também. Você não precisa esticar ou cortar. É do jeito que precisa ser e isso passa a sensação de estar fazendo o certo”.

5.3 Considerações preliminares

Até se chegar ao estudo do tempo, foi necessário avaliar os perfis dos jornalistas que trabalham em meio ao webjornalismo, além de entender as especificidades dos veículos com redações integradas. Tanto o *Veículo A* quanto o *Veículo C* nasceram com o impresso e foram invadidos pela internet, tendo que estabelecer equipes de jornalistas para a produção na web. Como visto, no *Veículo A*, os jornalistas do impresso e da web ainda não estão integrados no que diz respeito à produção de notícias, que parece não ter sido sistematizada pelo veículo – o qual permanece com separação física dentro do mesmo espaço, tanto entre os repórteres das duas mídias quanto entre os editores e o resto da redação. A não integração reflete em conflitos de valorização dos dois lados, conforme mostram as entrevistas. No *Veículo A*, ao passo que os jornalistas do portal são vistos como meros “copia e cola”, eles acham que os jornalistas do impresso resistem à produção de notícias para a web, o que, se diferente fosse, facilitaria o

trabalho dos primeiros. Essa resistência é vista pelos entrevistados como fruto de aspectos variados: conflitos de gerações, dificuldades com novas ferramentas ou certo descaso. O fato é que se trata de uma resistência velada; nenhum deles levantará a mão e dirá que não quer produzir nem pensar na web. Além disso, as oscilações entre horários de pico de movimento e produção na redação sugerem que as equipes de impresso e de web estão em tempos diferentes, e com *deadlines* diferentes. Mas, no *Veículo A*, a não integração possibilita o reconhecimento de si mesmo sobre ser repórter e jornalista.

No *Veículo C*, mais integrado, a produção entre impresso e web é mais unida (embora ainda não atinja todos os profissionais da mesma forma), e os jornalistas do portal estão mesclados aos jornalistas tradicionais, até mesmo os editores, todos ocupando o mesmo espaço. A cercania física dos jornalistas parece ter contribuído com a ideia de todos terem de produzir para a web. Entretanto, essa integração posiciona os jornalistas do portal como “máquinas” e que raramente se levantam. Como disse a *Entrevistada 5*, “o que esperam de mim, em primeiro lugar, é publicar, subir a matéria rapidinho”. A integração também impede que os jornalistas do portal pesquisado se vejam como repórteres – embora no contrato de trabalho deles conste essa função – já que eles não costumam produzir matérias autorais, nem vão para a rua reportar acontecimentos, tal como pressupõe a figura do repórter, estabelecida nos Estados Unidos e na Inglaterra no século XIX (TRAQUINA, 2005a). Em vez disso, eles são os responsáveis por alimentar as “turbinas da informação” (ADGHIRNI, 2002a).

Ao mesmo tempo, no *Veículo C*, os repórteres propriamente ditos, que vão para a rua e enviam informações preliminares ou matérias para os jornalistas do portal consolidarem ou publicarem, respectivamente, se veem como webjornalistas circunstanciais. Isso porque eles encaram os jornalistas do portal como uma espécie de webjornalistas integrais, devido à proximidade desses com a tecnologia e à velocidade da produção. Essa visão está bem explicada nas entrevistas da pesquisa porque associam os jornalistas do portal a um tipo de jornalista em contato constante com a web. Ademais, tal percepção está atrelada à urgência a que estão submetidos os jornalistas do portal, posicionados em uma fase crucial da produção da notícia – a publicação –, em que cliques, “curtidas” e “compartilhamentos” são buscados a cada minuto.

O fato é que a aparente convergência inacabada nos dois veículos pesquisados faz emergir a figura do que seria o webjornalista, uma espécie de jornalista diferenciado

por estar mais atrelado à tecnologia e tensionado pelo tempo no momento da publicação. Entretanto, no final das contas, são todos jornalistas.

No *Veículo C*, também há conflitos relacionados ao tempo da produção. Os jornalistas do portal estão em meio à urgência. Do outro lado, os repórteres que vão para a rua e produzem indiretamente para a web, mesmo que a linguagem do conteúdo enviado nem sempre esteja adequada ao portal, mas, sim, ainda presa ao impresso. Na pesquisa, percebeu-se que a urgência que pede a web – e que se adaptaram a pedir os jornalistas que com ela trabalham diretamente – nem sempre é levada em conta (ou possibilitada) pelos repórteres que mandam notícias da rua. Mas, pelo menos, a integração parece favorecer o modo como um vê o outro, já que tenta-se experimentar ou aproximar-se das funções uns dos outros.

Nos veículos pesquisados, os jornalistas que trabalham diretamente na web ressaltam mais multiplicidade de tarefas que desempenham porque, mesmo que façam a pauta, a apuração e redijam o texto, eles ainda têm de dar conta de outras funções que envolvem a publicação de determinada notícia (fazer título, subtítulo, inserir *tags*, *links*, editar e colocar fotos e vídeos), atividades com as quais os repórteres do impresso ou os que produzem para a web da rua não precisam se preocupar. De fato, as observações sistemáticas no *Veículo A* e no *Veículo C* mostraram que os jornalistas de portal realizam várias tarefas ao mesmo tempo. Entretanto, na pesquisa realizada, percebeu-se que os repórteres originários do impresso também se ocupam de diversas tarefas enquanto estão no local do acontecimento: apuram, esperam, mandam informações para a redação, e ainda lidam com o imprevisível da tecnologia de quem não está na redação, e com as fontes com as quais têm de se relacionar. Assim, dificilmente seria viável delegar a esses profissionais que também publicassem suas próprias matérias nos sistemas vinculados à web.

O contexto de ambas as redações – e do jornalismo, como um todo – é de cortes e demissões, seja pela crise do modelo de negócios vigente, seja pelo cansaço e insatisfação dos profissionais. Os jornalistas que participaram da pesquisa falam frequentemente em como a falta de pessoal impacta a necessidade de se exercer mais funções e tarefas, e em como isso ocasiona na pressão do tempo sobre o trabalho. A lógica é: quanto mais atividades para se fazer, menos tempo disponível. Ademais, alguns dos entrevistados questionam se o ideal não seria separar novamente as redações de impresso e de web, pois acreditam que a convergência está atrelada ao corte de

peçoal e trouxe a ideia de que todo jornalista deve saber fazer de tudo, escrever sobre assuntos variados e trabalhar com múltiplas plataformas, o que um dos entrevistados cita como “desperdício de gênios”. Sob outra perspectiva, outros entrevistados acham a convergência positiva nesse sentido, pois os torna mais “completos”.

Os entrevistados enfatizam que, mesmo que a produção da notícia seja para a web e que esta permita a atualização contínua, o método jornalístico para se conseguir informações é o que sempre existiu, para que se prime pela qualidade da informação e pela ética. Um dos entrevistados diz que a “qualidade da informação demanda tempo”, o que nem sempre é compreendido pelos fatores que tensionam o tempo, tendo como base a concorrência (a chefia, as redes sociais, outros portais etc.). Outro diz que, na web, o fato de ser “tudo para ontem” culmina em textos ruins, principalmente nas reportagens factuais.

Também existe uma percepção por parte dos jornalistas de portal que participaram da pesquisa de que eles são vistos como “menores” diante dos demais, assim como são também enxergados como “rápidos demais” e executores de tarefas consideradas “fáceis de serem resolvidas”. Na pesquisa, são frequentes nos relatos considerações a respeito de que, nas redações integradas onde trabalham, o jornal impresso ainda é mais valorizado, bem como os jornalistas que para ele escrevem. Um dos repórteres que presta serviços tanto para o jornal impresso quanto para a web (*Entrevistado 6, do Veículo C*) faz uma comparação com a notícia nos dois tipos de mídia. Ele diz que as *hard news* do portal são tratadas como algo “menor”, uma “notícia sem contato que sensibiliza menos”, “uma história sem história”, “um rosto sem rosto”.

Por outro lado, as redações em convergência entre impresso e web trazem, além de conflitos de tempos e de identidade, um encontro de gerações no jornalismo. De um lado, profissionais mais jovens e ágeis com a tecnologia, de outro, jornalistas experientes com valiosas fontes e método de apuração, que culminam em boas reportagens. Pelos depoimentos, ainda não se sabe como unir a velocidade que a web exige com a qualidade da informação.

Um dos entrevistados menciona que, ao produzir para o portal, mesmo consciente da urgência do meio, da iminência da concorrência e da cobrança pela audiência, ele prefere ter calma e valorizar a apuração em busca do melhor resultado possível. Mas esse aspecto nem sempre é colocado como prioridade, o que pode acarretar em erros, como elucidaram os entrevistados. A concorrência é um fator

mencionado por todos os entrevistados no que diz respeito ao trabalho, um aspecto que tensiona o tempo de produção e que, na web, pode ser monitorada em “tempo real”.

Diante da pressão do tempo, no *Veículo C* os repórteres que alimentam diretamente o portal se sentem mais moldados por conta da própria função que ocupam. As webjornalistas dos *Veículos A e B* também se mostraram fortemente impactadas pela pressão do tempo e relataram consequências no ritmo de trabalho e na vida pessoal. De um modo geral, os entrevistados contam como se sentem tensionados com a urgência da notícia e a concorrência, relatando angústia, aceleração e ansiedade.

Por outro lado, o repórter do *Veículo C* que produz indiretamente para o portal, além de ter mais experiência no jornalismo e já ter trabalhado em várias mídias, diz não se sentir tão impactado pela pressão do tempo, talvez pelas particularidades de sua função, que não está atrelada à publicação direta no portal, ou ao fato de ele já ter sido impregnado pela pressão do tempo que pertence ao jornalismo, independentemente da mídia na qual se trabalhe. A pressão do tempo é sentida pelos entrevistados de forma variada no processo de produção da notícia, seja na apuração, seja na escrita ou na publicação.

A relação com o tempo e a urgência da notícia na web também parece ser uma questão de perfil. Ocupando a mesma função, enquanto um jornalista do portal do *Veículo C* afirma que gosta da “adrenalina” e do ritmo do seu trabalho, a outra jornalista em função similar diz não gostar das notícias quentes e se sente incomodada com tamanha urgência. Esse aspecto mostra que, em redações integradas, pode haver não somente diferentes formas de pressão do tempo (e diversas rotinas), mas diferentes maneiras de se relacionar com tal pressão.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Analisar a relação entre tempo, produção de notícias para a web e identidade profissional em um contexto de convergência dá ensejo a algumas considerações. Uma delas em torno dos diferentes tempos que parecem coexistir em redações originalmente de jornal impresso e que viram emergir um novo processo de produção da notícia para a web, reflexão que abrange os profissionais que dela se ocupam. Sim, são diferentes tempos porque – além de diferentes *deadlines* – eles têm como cenário uma crise mercadológica que se arrasta já há alguns anos e que implica o fechamento de edições no impresso. Em meio a tudo isso, tais redações têm de conciliar profissionais habituados a diferentes rotinas, práticas, linguagens e aceleração na produção da notícia.

Um dos aspectos mostrados a partir dos resultados da pesquisa foi que, no processo de produção da notícia em web redações integradas, a questão do tempo relacionado à notícia determina distintos perfis de jornalistas lidando com material a ser publicado no portal, e que logo será compartilhado nas redes sociais. O profissional responsável por colocar uma certa notícia no ar sofre uma pressão do tempo maximizada pela ação de dar vida àquela notícia dentro do espaço virtual, no qual muitos leitores passam boa parte do dia navegando em busca de entretenimento, informações científicas – e também notícias – obras realizadas pelos jornalistas enquanto estão imersos no grande relógio que marca o ciclo de produção das redações.

No chamado processo tradicional de produção, as rotinas produtivas da notícia no jornal impresso absorvem um tempo distinto da web. No primeiro caso temos as etapas de pauta, apuração e checagem das informações, redação do texto, edição e agregação de imagens e infográficos. O produto estampado nas revistas e jornais conta com uma valorização legitimada pelo jornalismo, pela sociedade e pelos próprios profissionais.

Já na web, leva-se mais em conta o caráter perecível da notícia e a possibilidade de esta ser alterada, atualizada ou até apagada. Tem-se como contexto a velocidade com que tal material é produzido, e a necessidade de se ultrapassar a concorrência, já que a marca do tempo na web é explícita e evidente. Esses aspectos podem suscitar uma ideia de que o profissional que para ela produz – sobretudo os que atuam diretamente na produção e publicação – seriam “não tão jornalistas”, mas meros alimentadores ou publicadores de conteúdo, profissionais ágeis e constantemente cobrados e, por conta de

tal agilidade ou pressão do tempo, não tão capazes de realizar obras jornalísticas, e sim pequenos trabalhos em “fluxo contínuo”, do qual trata Adghirni (2002a). Nas rotinas na web, muitas vezes não há tempo para checagem das informações e a edição torna-se uma corrida contra o tempo para ver quem publica primeiro.

Ainda que seja um esforço ou atividade crescente e que, em algum momento, aquilo se transforme em um material que será eternizado e incluído em uma grande “memória” (PALACIOS, 2014) coletiva universal, mesmo assim, todo trabalho na web pode acabar sendo pouco valorizado pelos próprios indivíduos que o praticam, como também seus pares.

É certo que o webjornalismo levou uma série de desafios para as redações que outrora se dedicavam estritamente à produção de notícias para o jornal impresso. Assim como os antigos profissionais tiveram e ainda têm de se adequar a um novo ritmo, tendo em vista as possibilidades da tecnologia, surgem novos profissionais mais adaptados ao novo cenário. Muitos deles vivenciam tais rotinas como primeira experiência dentro do jornalismo.

Em meio a esse contexto, fica a preocupação em se manter um jornalismo sério, de qualidade, com minimização de erros de apuração e de escrita, ético e verdadeiro. Ao integrar distintos perfis de jornalistas, as redações convergentes expõem conflitos de identidade, no que diz respeito às rotinas. Pontos de alta tensão em determinados momentos da produção da notícia, motivada pela rapidez, ainda não foram resolvidos. De um lado, exige-se mais agilidade para a produção e veiculação de uma notícia, mesmo que esta ainda esteja pobre de informação. De outro, pode existir uma visão vinda de dentro e de fora da redação de que a notícia, passível de atualização contínua, pode ser feita de qualquer jeito desde que com velocidade, como se o maior objetivo fosse atender a demanda das redes sociais, por exemplo, e a pressão implícita e explícita nas marcações temporais das matérias publicadas.

Um dos pontos que a pesquisa mostrou foi como o “jornalista sentado” que trabalha no portal de notícias em uma redação convergente e, no mesmo contexto, o jornalista em apuração na rua, o qual transmite informações e textos para quem está na web, se relacionam com o tempo. Ambos são submetidos à pressão do tempo inerente ao jornalismo, mas o primeiro se mostra fortemente vinculado à necessidade de celeridade e de alimentar a máquina com notícias, além de ter de lidar com a ubiquidade proporcionada pela tecnologia – problematizada por Pavlik (2014) –, ainda que mal se

levante da cadeira de trabalho. Por outro lado, o jornalista que está na rua, embora também esteja atribulado na apuração da notícia, não está na redação lidando diretamente com a pressão proveniente da chefia e dos responsáveis por atualizar as páginas das redes sociais e as *homes* de notícias, sem contar a pressão advinda das notícias publicadas pelos concorrentes em primeira mão. Algumas das consequências disso, como mostra a pesquisa, são profissionais acelerados e pressionados a serem rápidos, além das rotinas desgastantes e os conflitos de papéis nessas redações (a repórter que atua como editora, a subeditora que também é repórter).

A redação convergente é aquela em que convergem diferentes meios e, segundo Salaverría e Negredo (2008), organizada em torno do conteúdo e dos profissionais, não sendo atrelada, portanto, apenas à tecnologia. Talvez essa redação convergente ou em processo de convergência impulse pontos de conflitos de identidade profissional dos jornalistas sobre as rotinas porque o *modus faciendi* se encontra em modo experimental.

Com base na pesquisa, em redações convergentes, ficam evidentes diferentes perfis de jornalistas e, entre tais redações, diferentes instantes no processo de convergência. A pesquisa também proporciona questionamentos: se os veículos ainda não são totalmente integrados, um dia isso será possível diante de tantas especificidades? A redação integrada sufoca os jornalistas que nela trabalham, tendo em vista que eles têm de agregar funções e parecem viver tempos diferentes em suas rotinas (os que alimentam diretamente a web e os que produzem da rua) e na produção da notícia (cada qual tendo determinados momentos de maior tensão), além de enxergar a si próprios e aos demais de formas variadas (uns como mais criativos, outros como operadores de trabalho braçal dentro de um jornalismo no qual as notícias são produzidas e veiculadas quase instantaneamente para matar a fome dos leitores por qualquer informação sobre um acontecimento)?

Se nas redações integradas ainda existe uma queixa sobre priorização do jornal impresso sobre o portal de notícias – mesmo em meio a uma diminuição do número de leitores do papel, crescimento do acesso à internet e proliferação de portais de notícias – o cenário carece de equilíbrio, com a atribuição de pesos justos aos dois modos de produção – impresso e web. Diante da crise do modelo de negócios no jornalismo, da integração das redações e da potencialização da precarização de condições de trabalho, em rotinas que expandem o trabalho dos profissionais com acumulação de tarefas, é

necessário pensar em redações integradas que possam ser um modelo viável para o bem-estar dos jornalistas e a qualidade das notícias.

Toda essa reflexão leva a imaginar como serão os ambientes integrados em um futuro próximo, já que haverá a renovação e substituição natural de uma geração de profissionais. Nas redações pesquisadas, torna-se clara a integração vinculada à tecnologia e ao espaço físico, embora isso não signifique que esses espaços serão ocupados, de hoje em diante, unicamente por jornalistas, com vários outros profissionais, e distintas atribuições e tarefas. A mescla de funções e perfis – forçada pela tecnologia –, em lugar de ser um fator negativo, contribui para a visão pluralista e ampla da realidade que o jornalismo deseja continuar a oferecer ao público.

As empresas ainda parecem preocupadas em priorizar a concorrência, esta aparentemente potencializada pelas redes sociais e todas as possibilidades que estas concentram, além do lucro inerente a esse fator. Entretanto, não se pensa nos profissionais, estes trabalhando ao lado de uma bomba-relógio para que as notícias ganhem vida em tempo recorde. A concorrência, como visto na pesquisa, se estende até mesmo entre editorias e profissionais do mesmo veículo e, atrelada à busca pela audiência, está relacionada com as chamadas “matérias caça-clique” (mencionadas em uma das entrevistas), as quais chamam a atenção, por exemplo, por temáticas curiosas, e que são produzidas e publicadas com o intuito de atrair acessos.

Percebeu-se também, a partir da pesquisa realizada, que existe um conflito de identidade entre os jornalistas que produzem para a web, relacionado à forma como se veem e como veem os demais. De um lado, uns não se veem como repórteres porque não costumam ir para a rua, nem sempre produzem a notícia do início ao fim, embora fiquem na alimentação direta da web com matérias. De outro, há profissionais que se encaram como webjornalistas circunstanciais, pois não atuam na publicação de matérias no meio web, não manejam as ferramentas, nem lidam com especificidades dos sistemas, e não sofrem pressão do tempo maximizada na etapa da publicação.

Considerando que a figura do repórter foi um dos fatores que consolidaram a identidade do jornalista (TRAQUINA, 2005a), vale perguntar se só é jornalista aquele que faz reportagens ou, por outro lado, se webjornalista é apenas aquele que alimenta os sistemas de publicação com notícias e está frente a frente com a tecnologia. No final das contas, os jornalistas pesquisados tendem a se considerar e a se enxergar como jornalistas (e assim devem ser considerados), embora a web, aliada ao processo de

integração das redações e às particularidades que se impõem ao tempo de produção, levante novas questões. Se os jornalistas vêm enfrentando há tempos um processo de busca pela profissionalização e pela valorização perante a sociedade, além de outros dilemas recentes como a queda da obrigatoriedade do diploma para o exercício profissional – no caso do Brasil –, parece que ainda é tempo de se enfrentar desafios.

O fato é que não somente a pressão do tempo pode – de diferentes formas e níveis – influenciar a identidade profissional dos jornalistas que produzem para a web, como outras características das redações integradas também influem nessa equação, como a diferença entre os papéis dos jornalistas que nelas atuam. É certo que as fórmulas vigentes geram complicações: quanto mais trabalho sobre os ombros dos jornalistas – o que inclui mais tarefas, funções e manipulação de ferramentas tecnológicas – maior é a pressão do tempo para que deem conta de toda a produção. Quanto maior a preocupação com a concorrência, vinculada à ideia do “tempo real” (MORETZSOHN, 2002) e das demandas das redes sociais e suas “curtidas”, compartilhamentos, maior é a pressão do tempo para se produzir notícias de qualidade.

As consequências dessas questões podem estar ligadas a profissionais sobrecarregados, desmotivados e acelerados, além de notícias nem sempre de qualidade. Luz (2005, p. 98), ao falar do “tempo real” no webjornalismo, sugere ser preciso discutir a força da tecnologia e “a incorporação avassaladora da pressão exercida pelo jornalismo instantâneo, on-line”, chamando a atenção para as esparrelas que a ideia de rapidez, as métricas de audiência e quantidade de acessos podem gerar sobre a produção da notícia e sua disseminação.

A pressão sobre as rotinas do jornalista pode ser constatada nas falas dos entrevistados desta pesquisa, que recorrentemente usam termos associados ao tempo, como “rapidez”, “agilidade”, “velocidade”, “urgência”, “correria”, “agora” e ele próprio: o “tempo”. Na época da Revolução Industrial se disseminaram os relógios para sincronizar o trabalho e “regular os novos ritmos da vida industrial” (THOMPSON, 1998, p. 279). Depois, com maior conscientização, os trabalhadores passaram a protestar por serem escravos do relógio. Parece que os jornalistas atuais, também escravos do relógio, ainda não chegaram a um patamar de luta por melhores condições de trabalho, nem se conscientizaram de que é necessário criticar o sistema.

Assim como o ser humano desenvolveu formas de medir e registrar suas atividades ao longo da história, a pesquisa mostrou a marca do tempo nas rotinas produtivas de quem produz para a web, a saber:

- As redações estão munidas de instrumentos que controlam o tempo, por exemplo, a hora programada no sistema de publicação de notícias ao se agendar uma matéria;
- O horário de publicação da matéria que está no portal, ao lado da expressão “atualizada em”;
- A marcação temporal para se postar notícias nas redes sociais;
- O tempo vinculado à concorrência e ao dinheiro;
- A falta de tempo para as refeições;
- O tempo de leitura da web;
- O registro no relógio de ponto na entrada e na saída da redação;
- O não registro das horas de trabalho, redundando em horas extras raramente compensadas.

Mesmo com a primazia da rapidez vinculada ao webjornalismo, o jornalismo sempre estará associado ao tempo e, em uma sociedade capitalista, o tempo permanece atrelado ao dinheiro. Entretanto, independentemente da tecnologia que virá, acredita-se que o jornalismo sempre será feito por seres humanos, todos eles com amplas habilidades e limitações inerentes àquilo que os constitui como profissionais: a obrigação de servir à sociedade oferecendo a ela informações corretas, de fontes fidedignas, para que as pessoas possam ter liberdade de escolha e melhor qualidade de vida.

REFERÊNCIAS

- ADGHIRNI, Zélia Leal. Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos? **Revista Contracampo**, Rio de Janeiro, n. 6, p. 137-152, 2002.
- ADGHIRNI, Zélia Leal. Jornalismo online: em busca do tempo real. In: XXV Congresso Anual em Ciência da Comunicação. **Anais...** Salvador, 2002.
- ADGHIRNI, Zélia Leal; MORAES, Francilaine de. Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online. In: LAGO, Claudia; BENETTI, Marcia. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes Ltda., 2007. p. 237-250.
- ADGHIRNI, Zélia Leal. Mudanças estruturais no jornalismo: travessia de uma zona de turbulência. In: _____; PEREIRA, Fábio Henrique; MOURA, Dione Oliveira (Orgs.). **Jornalismo e sociedade: teorias e metodologias**. Florianópolis: Editora Insular, 2012. p. 61-79.
- AGNEZ, Luciane Fassarella. **Identidade profissional no jornalismo brasileiro: a carreira dos correspondentes internacionais**. 2014. 372 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2014.
- AGOSTINHO, Santo. **Confissões**. Trad. Maria Luiza Jardim Amarante. São Paulo: Paulus, 1984.
- AGUIAR, Leonel Azevedo de; BARSOTTI, Adriana. O jornalista como mobilizador da audiência na internet. In: ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA, Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique. **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Editora Insular, 2015. p. 77-95.
- ALSINA, Miquel. **A construção da notícia**. Trad. Jacob A. Pierce. Petrópolis: Vozes, 2009.
- ALVES, Rosental Calmon. Jornalismo digital: dez anos de web... e a revolução continua. **Revista Comunicação e Sociedade**, v. 9-10, p. 93-102, 2006.
- ANGELIN, Paulo Eduardo. Profissionalismo e profissão: teorias sociológicas e o processo de profissionalização no Brasil. **Revista Espaço de Diálogo e Desconexão**, Araraquara, v. 3, n. 1, p. 1-16, 2010.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida Líquida**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.
- BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar na pós-modernidade**. Trad. Mauro Gama, Cláudia Martinelli Gama. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1998.
- BARBOSA, Suzana. **Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração**. In: GJOL Grupo de Pesquisa em Jornalismo On-line. Faculdade de Comunicação da

Universidade Federal da Bahia, 2007. p. 1-18. Disponível em:
<http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2008_Barbosa_RedUCMx.pdf>. Acesso em: 16 jan. 2017.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo digital em ambientes dinâmicos: propriedades, rupturas e potencialidades do Modelo JDBD. In: V Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação. **Anais...** Braga-Portugal, 2008.

BARBOSA, Suzana. Jornalismo convergente e *continuum* multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: João Canavilhas (Org.). **Notícias e mobilidade: o jornalismo na era dos dispositivos móveis**. Covilhã: Livros LabCom, 2013. p. 33-54.

BOORSTIN, Daniel. **A imagem**. Trad. Gabriel Almeida Bursztyn e Luiz Cláudio Martino. Union Générale d'Éditions: Paris, 1971.

BORGES, Juliano. **Webjornalismo: política e jornalismo em tempo real**. Rio de Janeiro: Apicuri, 2009.

BRADSHAW, Paul. Instantaneidade: Efeito da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. In: CANAVILHAS, João Messias (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 111-136.

BRAUDEL, Fernand. **Civilização material, economia e capitalismo: séculos XV-XVIII**. Trad. Telma Costa. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. Trad. Maria Carmelita Pádua Dias. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BROUSTAU, Nadège; JEANNE-PERRIER, Valérie; LE CAM, Florence; PEREIRA, Fábio Henrique. A entrevista de pesquisa com jornalistas: introdução. **Sobre jornalismo**, v. 1, n. 1, p. 14-20, 2012.

CANAVILHAS, João Messias. Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web. In: I Congresso Ibérico de Comunicação. **Anais...** Málaga-Espanha, 2001.

CANAVILHAS, João. Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático. In: II Congresso Internacional Comunicação 3.0: Novos Meios, Nova Comunicação. **Anais...** Salamanca, 2010.

CANAVILHAS, João Messias. Hipertextualidade: Novas arquiteturas noticiosas. In: _____ (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 3-24.

CAPELATO, Maria Helena. **Imprensa e história do Brasil**. São Paulo: Contexto/EDUSP, 1988.

- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. Trad. Roneide Venâncio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.
- CORRÊA, Elizabeth Saad; MADUREIRA, Francisco. Jornalismo cidadão ou fonte de informação: estudo exploratório do papel do público no jornalismo participativo dos grandes portais brasileiros. **Revista Estudos em Comunicação**, São Paulo, n. 7, v. 1, p. 157-184, 2010.
- DASTUR, Françoise. **Heidegger e a questão do tempo**. Trad. João Paz. Instituto Piaget: Lisboa, 1990.
- DEGAND, Amandine; GREVISSE, Benoît. Fontes de informação on-line: a aposta na confiabilidade da informação. In: ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA; Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique. **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Editora Insular, 2015. p. 259-283.
- DEL BIANCO, Nelia. Radiojornalismo em mutação era digital. In: XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Porto Alegre-RS, 2004.
- DELGADO, Lucília. **História oral**: memória, tempo, identidades. São Paulo: Editora Autêntica, 2006.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: _____; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012. p. 62-83.
- DUBAR, Claude. **A socialização**: construção das identidades sociais e profissionais. Trad. Andréa Stahel M. da Silva. São Paulo: Martins Fontes, 2005.
- FERREIRA, Luciene Braz; TORRECILHA, Nara; MACHADO, Samara Haddad Simões. A técnica de observação em estudos de administração. In: XXXVI Encontro da ANPAD. **Anais...** Rio de Janeiro, 2002.
- FIDALGO, Joaquim. Jornalistas na busca inacabada de identidade. In: IV Congresso Nacional da Sopcom. **Anais...** Aveiro-Portugal, 2005.
- FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. O acontecimento como notícia: do conceito à prática profissional. In: _____; BENETTI, Marcia. **Jornalismo e Acontecimento**. Florianópolis: Editora Insular, 2010. p. 167-185.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A Fabricação do Presente**: como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. Aracaju: Editora UFS, Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.
- GASKELL, George. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, Martin W; _____. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. Trad. Pedrinho A. Guareschi. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 64-89.

- GENDROP, Paul. **A civilização maia**. Trad. Maria Júlia Goldwasser. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1998.
- GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2010.
- GIOVANNINI, Barbara. Assim o homem inventou a comunicação. In: GIOVANNINI, Giovanni (Coord.). **Evolução na comunicação: do sílex ao silício**. Trad. Wilma Freitas Ronald de Carvalho. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1987.
- GORDON, Rich. The Meanings and Implications of Convergence. In: KAWAMOTO, Kevin (Ed.). **Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism**. Lanham: The Rowman & Littlefield Publishing Group, 2003. p. 57-73.
- IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios**. Rio de Janeiro: IBGE, 2016. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv99054.pdf>>. Acesso em: 16 jan. 2017.
- HALL, Stuart. Quem precisa da identidade? In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009. p. 103-133.
- HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. Trad. Adail Ubirajara Sobral; Maria Stela Gonçalves. São Paulo: Loyola, 1996.
- HAWKING, Stephen. **Uma breve história do tempo**. Trad. Cássio de Arantes Leite. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2015.
- HEGEL, George Wilhelm Friedrich. **Enciclopédia das ciências filosóficas em compêndio: 1830**. Trad. José Machado. São Paulo: Loyola, 1997.
- HOBSBAWN, Eric. **A era do capital**. Trad. Luciano Costa Neto. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1977.
- HOHLFELDT, Antônio. Hipóteses contemporâneas de pesquisa em comunicação. In: _____; MARTINO, Luiz Cláudio; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2003. p. 187-240.
- JACCOUD, Mylène; MAYER, Robert. A observação direta e a pesquisa qualitativa. In: POUPART, Jean et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos**. Trad. Ana Cristina Nasser. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 254 a 294.
- JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Trad. Susana Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

JORGE, Thaís de Mendonça. **A notícia em mutação**: estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital. 2007. 397 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

JORGE, Thaís de Mendonça; PEREIRA, Fábio Henrique. Jornalismo on-line no Brasil: reflexões sobre perfil do profissional multimídia. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 40, p. 57-62, 2009.

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

JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do Foca**. São Paulo: Contexto, 2015.

KANT, Immanuel. **Crítica da Razão Pura**. Trad. Alex Marins. São Paulo: Martin Claret, 2001.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual**: ensaios sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Unesp, 2004.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo**: Norte e Sul: Manual de Comunicação. Trad. Rafael Varela Jr. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

LAGO, Cláudia. Antropologia e Jornalismo: uma questão de método. In: BENETTI, Marcia; _____. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes Ltda., 2007. p. 48-66.

LAPLANTINE, François. **Aprender antropologia**. Trad. Marie-Agnès Chauvel. São Paulo: Editora Brasiliense VEJA, 1987.

LEITE, Bertília; WINTER, Othon. **Fim do milênio**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

LÉVY, Pierre. O ciberespaço como um passo metaevolutivo. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 13, p. 59-67, 2000.

LORENZ, Mirko. Personalização: Análise aos 6 graus. In: CANAVILHAS, João Messias (Org.). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 137-158.

LUZ, Cristina Rego Monteiro da. Um olhar sobre a pauta: o fio de Ariadne. **Comum**, Rio de Janeiro, v. 11, n. 25, p. 92-133, 2005.

MACHADO, Elias Gonçalves. **La estructura de la noticia en las redes digitales**: un estudio de las consecuencias de las metamorfosis tecnológicas en el periodismo. 2000. 521 f. Tese (Doutorado) – Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación, Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona, 2000.

MAIA, Kênia; AGNEZ, Luciane Fassarella. A convergência na produção da notícia: dois modelos de integração entre meio impresso e digital. In: ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA; Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique. **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Editora Insular, 2015. p. 217-233.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do pacífico ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1976.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. São Paulo: Atlas, 2012.

MARTINO, Luiz Cláudio. A atualidade mediática: o conceito e suas dimensões. In: XVIII Encontro da Compós. **Anais...** Minas Gerais, 2009.

MICHAELIS DICIONÁRIO BRASILEIRO DA LÍNGUA PORTUGUESA. São Paulo: Editora Melhoramentos. Disponível em: <<http://www.michaelis.com.br>>. Acesso em: 16 jan. 2017.

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

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. 2003. 246 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura Contemporânea, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2003.

MOLOTCH, Harvey; LESTER Marilyn. As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico dos acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: Questões, teorias, estórias**. Lisboa (Portugal) Veja, 1993. p. 34-51.

MOREIRA, Herivelto; CALEFFE, Luiz Gonzaga. **Metodologia da pesquisa para o professor pesquisador**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2008.

MORETZSOHN, Sylvia. **Jornalismo em “tempo real”**: o fetiche da velocidade. Rio de Janeiro: Revan, 2002.

MUCCHIELLI, Alex. **L’identité**. Paris: Presses Universitaires de France, 2011.

MURAD, Angèle. Oportunidades e desafios para o jornalismo na Internet. **Revista Ciberlegenda**, Rio de Janeiro, n. 2, 1999.

MÜLLER, Carlos Alves. A crise estrutural dos jornais e o surgimento das mídias digitais: impactos sobre a produção jornalística. In: ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA, Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique (Orgs.). **Jornalismo e sociedade: teorias e metodologias**. Florianópolis: Editora Insular, 2012. p. 145-165.

- NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. Trad. Daniela Dariano. São Paulo: Loyola, 2006.
- PADILHA, Sônia. Os valores-notícia no webjornalismo. In: LONGHI, Raquel; D'ANDRÉA, Carlos (Orgs.) **Jornalismo convergente**: Reflexões, apropriações, experiências. Santa Catarina: Insular, 2012. p. 199-217.
- PÁDUA, Elisabete Matallo Marchesini de. **Metodologia da pesquisa**: Abordagem teórico-prática. Campinas, SP: Papyrus, 2000.
- PALACIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. **Revista PJ:BR Jornalismo Brasileiro**, São Paulo, n. 4, 2004.
- PALACIOS, Marcos. Memória: Jornalismo, memória e história na era digital. In: CANAVILHAS, João Messias (Org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 89-110.
- PAVLIK, John. **Journalism and new media**. Columbia University Press: New York, 2001.
- PAVLIK, John. Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In: CANAVILHAS, João Messias (Org). **Webjornalismo**: 7 características que marcam a diferença. Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 159-184.
- PEIRANO, Mariza. **A favor da etnografia**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 1995.
- PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2005.
- PEREIRA, Fábio Henrique. **O jornalista on-line**: um novo status profissional? Uma análise sobre a produção da notícia na internet a partir da aplicação do conceito de 'jornalista sentado'. 2003. 146 f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2003.
- PEREIRA, Fábio Henrique. Possibilidades de aplicação do conceito de carreiras profissionais nos estudos sobre jornalismo. In:_____. ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA, Dione Oliveira (Orgs.). **Jornalismo e sociedade**: teorias e metodologias. Florianópolis: Editora Insular, 2012. p. 81-98.
- PERNISA JÚNIOR, Carlos; ALVES, Wedencley. **Comunicação digital**: jornalismo, narrativas, estética. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.
- PINHO, José Benedito. **Jornalismo na internet**: planejamento e produção da informação on-line. São Paulo: Summus, 2003.
- PINTO, Geraldo Augusto. **A organização do trabalho no século 20**: taylorismo, fordismo e toyotismo. São Paulo: Editora Expressão Popular, 2007.

- POUPART, Jean. A entrevista do tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In: _____ et al. **A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos**. Trad. Ana Cristina Nasser. Petrópolis: Vozes, 2008. p. 15-253.
- PRADO, Magaly. **Webjornalismo**. Rio de Janeiro: LTC, 2011.
- QUADROS, Claudia. Jornalismo na internet: conveniência, informação e interação. In: XXIV Intercom. **Anais...** Campo Grande-MS, 2001.
- QUADROS, Claudia Irene de. Uma breve visão histórica do jornalismo online. In: XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. **Anais...** Salvador-BA, 2002.
- REICHMANN, Ernani. **O instante**. Curitiba: Editora da Universidade Federal do Paraná, 1981.
- RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio Dayrell (Orgs.). **O jornal: da forma ao sentido**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012. p. 227-242.
- RODRIGUES, Carla (Org.). Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In: _____. **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio: Editora Sulina, 2009. P. 13-33.
- ROST, Alejandro. Interatividade: definições, estudos e tendências. In: CANAVILHAS, João Messias (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 53-88.
- RUELLAN, Denis. Corte e costura do jornalismo. **Líbero**, São Paulo, n. 18, p. 31-40, 2006.
- SALAVERRÍA, Ramón. Convergencia de los médios. **Revista Latinoamericana de Comunicación CHASQUI**, Equador, n. 081, p. 32-39, 2003.
- SALAVERRÍA, Ramón; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado: Convergencia de médios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol 90, 2008.
- SALAVERRÍA, Ramón. Multimedialidade: Informar para cinco sentidos. In: CANAVILHAS, João Messias (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. p. 25-52.
- SALAVERRÍA, Ramón (Coord). **Ciberperiodismo en Iberoamérica**. Madrid: Fundación Telefónica, 2016.
- SÁ MARTINO, Luís. **Teoria da comunicação: ideias, conceitos e métodos**. Petrópolis: Vozes, 2014.

SÁ MARTINO, Luís. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis: Vozes, 2015.

SANTI, Vilso Junior Chierentin. O processo de apuração no webjornalismo de quarta geração. **Revista ECO-Pós**, v.12, n. 3, 2009, p. 181-194.

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo**: questões, teorias e estórias. Lisboa: Veja, 1993. p. 177-190.

SCHWINGEL, Carla. Jornalismo Digital de Quarta Geração: a emergência de sistemas automatizados para o processo de produção industrial no Jornalismo Digital. In: XIV Compós. **Anais...** Niterói-RJ, 2005.

SIGNATES, Jornalismo e internet: 10 sinais de uma mudança de lugar. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio Dayrell (Org.). **O jornal**: da forma ao sentido. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012. p. 429-449.

SILVEIRA, José Ricardo da; GÓIS, Veruska Sayonara de. Estatuto público do jornalista: reflexões a partir do código deontológico. In: ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA; Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique (Orgs.). **Mudanças e permanências do jornalismo**. Florianópolis: Editora Insular, 2015. p. 119-139.

SILVERMAN, David. **Interpretação de dados qualitativos**: Métodos para análise de entrevistas, textos e interações. Porto Alegre: Artmed, 2009.

SOLOSKI, John. O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo: questões, teorias e estórias**. Lisboa: Veja, 1999. p. 91-100.

SOUSA, Jorge Pedro. **Teorias da notícia e do jornalismo**. Florianópolis: Letras Contemporâneas e Argos, 2002.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media**. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2003.

TELLES, André. **A revolução das mídias sociais**: Cases, conceitos, dicas e ferramentas. São Paulo: M.Books do Brasil Editora Ltda, 2011.

TERROU, Fernand; ALBERT, Pierre. **História da imprensa**. Trad. Edison Darci Heldt. São Paulo: Martins Fontes, 1990.

THOMPSON, Edward Palmer. **Costumes em comum**: estudos sobre a cultura popular tradicional. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística**: uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**: por que as notícias são como são? Florianópolis: Insular, 2005.

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

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012. p. 98-109.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: a Study in the Construction of Reality**. New York: The Free Press, 1978.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Editora Atlas, 2006.

WHITROW, Gerald James. **O tempo na história: concepções de tempo da pré-história aos nossos dias**. Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1993.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

WOOD, Ellen Meiksins (Org.). **A origem do capitalismo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1999.

WOODWARD, Kathryn. Identidade e diferença: uma introdução teórica e conceitual. In: SILVA, Tomaz Tadeu da (Org.). **Identidade e diferença: a perspectiva dos Estudos Culturais**. Petrópolis: Editora Vozes, 2009. p. 7-72.

Entrevistas:

Entrevistada 1. Entrevista. Brasília, 7 out. 2015.

Entrevistada 2. Entrevista. Brasília, 8 out. 2015.

Entrevistada 3. Entrevista. Brasília, 16 out. 2015.

Entrevistado 4. Entrevista. São Paulo, 25 out. 2016.

Entrevistada 5. Entrevista. São Paulo, 26 out. 2016.

Entrevistado 6. Entrevista. São Paulo, 26 out. 2016.

Entrevistado 7. Entrevista. São Paulo, 26 out. 2016.

Entrevistado 8. Entrevista. São Paulo, 25 out. 2016.

GLOSSÁRIO

Aquário: espaço delimitado por vidro que pode abrigar sala de reuniões ou outros setores em uma redação jornalística.

All news: expressão associada a emissoras de rádio e de televisão que veiculam apenas notícias (em inglês, *all* significa “tudo”; *news*, “notícias”) em suas programações.

Deadline: prazo limite para a entrega de uma matéria jornalística.

Editar: dar o tratamento final a um produto jornalístico, seja este texto, foto ou vídeo, cortando partes que não se encaixam no material.

Facebook: rede social em que cada informação postada possibilita a interação com o usuário mediante ferramentas, como “curtir”, “comentar” e “compartilhar”. Quando se “curte” uma determinada postagem, expressa-se que o conteúdo foi aprovado pelo internauta. Por meio das “curtidas”, os usuários do *Facebook* medem o nível de aprovação daquilo que publicam na rede social. Por sua vez, os veículos de comunicação com perfil no *Facebook* podem também avaliar a recepção da postagem de uma matéria jornalística pelo número de “curtidas”.

Feed de notícias: lista de postagens dos usuários de redes sociais que vai sendo atualizada conforme o acesso à página.

Flashes: informações curtas transmitidas por jornalistas que apuram notícias na rua para os que estão na redação.

Furo jornalístico: informação exclusiva obtida por um veículo jornalístico.

Galeria de fotos: sequência de fotografias sobre um mesmo assunto, muito utilizada como elemento extra em matérias produzidas e veiculadas na web.

Google: site de busca de informações variadas.

Hard News: do inglês “notícias duras”, são notícias que devem ser produzidas e veiculadas em regime de urgência.

Hiperlink: ligação feita entre informações dentro do mesmo documento ou não, em uma estrutura de hipertexto.

Home page: página inicial de um site.

Instagram: consiste em uma ferramenta de compartilhamento de fotos e vídeos curtos. Os usuários, que têm uma quantidade de seguidores, também “curtem” postagens por meio de um botão em forma de coração. Atualmente, diversos veículos de comunicação do Brasil e do mundo publicam fotos e vídeos de acontecimentos pelo *Instagram*.

Lide: do inglês “lead”, primeiro parágrafo do texto de uma notícia, que traz as principais informações sobre um acontecimento.

Link: palavra inglesa que remete a “ligação”, e que, no âmbito da internet, representa o vínculo entre diversos tipos de conteúdo, que podem ser textos, fotos, vídeos, entre outros.

Matéria: nome dado para diversos tipos de produtos jornalísticos consolidados.

Off: no caso de matérias de TV, equivale à fala do repórter sem que este apareça para as câmeras.

Postar: publicar conteúdos na web, que podem ser matérias em portais de notícias ou chamadas de notícias nas redes sociais.

Posts patrocinados: postagens pagas de qualquer empresa que tenha perfil em rede social para que sejam impulsionadas e alcancem maior visibilidade.

Press-release: textos preparados por assessorias de comunicação com viés jornalístico que podem ser usados como pautas para reportagens.

Print screen: é uma tecla presente em computadores, que permite a captura em forma de imagem do que aparece na tela. Alguns tipos de *smartphones* possuem a mesma possibilidade, por meio de um mecanismo distinto. Tornou-se comum no Brasil, entre as pessoas, falar em “dar print” ou “tirar print” de conteúdos disponíveis em *smartphones*. As telas em que se dá o *print* viram imagens que podem ser armazenadas em computadores e *smartphones*. Os portais de notícias tornam-se vulneráveis com esta ferramenta, já que é possível dar *print* em telas que contenham erros diversos.

Ronda de notícias: busca por novos acontecimentos feita junto a fontes diversas.

Smartphone: do inglês, “telefone inteligente”, é um tipo de celular com funcionalidades mais avançadas do que os comuns.

Subir matéria: publicar matéria jornalística na web; colocá-la no ar.

Sublide: texto abaixo do lide jornalístico que traz informações secundárias sobre um acontecimento.

Suíte: matéria que equivale a um prolongamento de uma anterior, sobre o mesmo tema central, mas com informações novas.

Sutiã: também chamado de “linha fina”, equivale ao subtítulo de uma notícia.

Tablet: dispositivo eletrônico e móvel por meio do qual as pessoas podem acessar variados sites, inclusive de notícias.

Tag: do inglês, “etiqueta”, no contexto da internet são palavras marcadas que se relacionam com outras que recebem a mesma marcação, a fim de que se organize a informação.

Timeline: em inglês, significa “linha do tempo”. Nas mídias sociais, a *timeline* organiza de modo cronológico as postagens dos próprios usuários, bem como as de seus amigos e páginas que seguem/curtem.

Twitter: rede social na qual os posts ou “tweets” também oferecem ferramentas, como “responder”, “retweetar” e “marcar como favorito”. Quando se “retweeta” a postagem de outro usuário do *Twitter* com perfil aberto, todos os seguidores da pessoa que “retweetou” tal conteúdo terão acesso a ele.

WhatsApp: aplicativo de celulares que permite a troca de mensagens instantâneas que podem contar textos, áudios, fotos e vídeos.

YouTube: site de compartilhamento e visualização de vídeos.