

O jornalista atuante nas novas mídias móveis: o perfil do editor de conteúdo noticioso para plataformas tablets e smartphones

THE JOURNALIST ACTIVE IN NEW MOBILE MEDIAS: THE PROFILE OF PUBLISHER OF NEWS CONTENT TO PLATFORMS TABLETS AND SMARTPHONES

Vivian Rodrigues Oliveira

Doutoranda em Comunicação pela Universidade de Brasília (UnB). Mestra em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Especialista em Gestão da Comunicação Pública e Empresarial pela Universidade Tuiuti do Parana (UTP)/Iscom. Possui graduação em Comunicação Social (habilitação em Jornalismo) pela Universidade de Brasília (UnB). Participante do Grupo de Pesquisa Hiperídia e Linguagem (CNPq), da Rede de Pesquisa Aplicada Jornalismo e Tecnologias Digitais (Rede JorTec) e do Laboratório de Experimentação em Linguagens Digitais para Dispositivos Móveis e Desenvolvimento de Novos Produtos Jornalísticos para Tablets e Smartphones (Labdim).

E-mail: vivianunb@gmail.com

Thaís de Mendonça Jorge

Doutora em Comunicação Social (2007) e mestra em Ciência Política (1995) pela Universidade de Brasília (2007). Cumpriu, de 2009 a 2010, estância de Pós-Doutorado na Universidade de Navarra (Pamplona, Espanha), por meio de bolsa do convênio Capes-DGU. Graduada em Comunicação Social foi pela Universidade Federal de Minas Gerais (1972).

E-mail: thaisdemendonca@gmail.com

Recebido em 11 de dezembro de 2014. Aceito em 19 de maio de 2015.

Resumo

O artigo tem como base a reflexão acerca dos perfis e competências profissionais dos jornalistas que atuam na gestão da produção e distribuição de conteúdos noticiosos para plataformas móveis no Brasil. O objetivo amplo deste estudo é verificar o estatuto profissional desses jornalistas. A presente discussão teórica abrange os estudos de Pereira (2009,

2013); Deuze (2005); Barbosa et al (2013); Palácios (1999); e Salaverría (2012). A metodologia se valeu de pesquisa *survey*, por meio de questionário. Os resultados mostraram que as competências tradicionais e as recentes operam de modo colaborativo.

Palavras-chave: Jornalismo móvel. Perfis. Jornalistas.

Abstract

This article is based on the reflection on the profiles and professional skills of journalists working in production management and distribution of news content for mobile platforms in Brazil. The main objective of this study is to verify the professional status of these journalists. This theoretical discussion covers the studies: Pereira (2009, 2013);

Deuze (2005); Bastos (2012); Palacios (1999); and Salaverría (2012). The methodology drew upon survey research through questionnaire. The results showed that traditional skills and experience career operate collaboratively with the new skills.

Keywords: Mobile journalism. Profiles. Journalists.

Introdução

As plataformas móveis representam, ao mesmo tempo, um desafio e um nicho de mercado promissor para os jornais brasileiros a partir da segunda década do século XXI. Os principais jornais do país já mensuram o impacto desses dispositivos em sua audiência. No jornal *O Estado de S. Paulo*, por exemplo, 37% da audiência digital é proveniente dos dispositivos móveis. Já no carioca *O Globo*, atualmente, 25% da audiência das plataformas digitais vem de tablets e smartphones; sendo 18%, especificamente, proveniente desses celulares. A audiência de *O Globo* no celular aumentou em mais de 200% nos últimos doze meses. E, com a reformulação de sua redação, integrada às plataformas digitais desde março, o site para celular passou a ter um editor próprio.

Publicações jornalísticas brasileiras inseridas no amplo contexto da convergência midiática estão aderindo aos modelos estratégicos de distribuição multiplataforma, com ênfase no mercado editorial para dispositivos móveis. Esse movimento tem implicação direta nas rotinas produtivas e organizacionais das redações digitais, e também nos aspectos profissionais de seus jornalistas – cada vez mais incitados a dominar a produção, a edição e a distribuição desses conteúdos. Nesta abordagem contextual e interacionista, emerge a figura do coordenador de conteúdos jornalísticos para plataformas móveis, o qual centraliza a tomada de decisões a respeito das publicações para tablets e smartphones.

Este estudo está focado, portanto, no perfil e competência profissional dos jornalistas que atuam na gestão da produção e distribuição de conteúdos para plataformas móveis nos jornais e revistas de grande circulação no Brasil. O objetivo mais amplo da pesquisa é, por consequência, verificar o estatuto profissional desses jornalistas que desenvolvem uma função estratégica na redação por gerenciar conteúdos noticiosos para tablets e smartphones. Os objetivos específicos são mapear e selecionar um grupo de

jornalistas gestores de conteúdos móveis e, então, traçar suas principais habilidades e formação profissional.

A presente discussão teórica abrange os estudos de Pereira (2009, 2013), Deuze (2005), Bastos (2012) e Fonseca (2008) sobre o jornalista no ciberjornalismo; as pesquisas de Barbosa et al (2013) sobre a atuação jornalística em plataformas móveis e a mudança no estatuto do jornalista; e os estudos de Palácios (1999) e Salaverría (2012) acerca do jornalista “polivalente” e a convergência profissional.

Quanto ao percurso metodológico, a partir da identificação dos maiores jornais do Brasil em 2013 segundo a Associação Nacional de Jornais (ANJ); bem como das revistas brasileiras de maior circulação segundo o Instituto Verificador de Circulação (IVC), buscou-se examinar em quais de suas redações havia a presença de um profissional responsável pelo gerenciamento de conteúdos jornalísticos para tablets e smartphones. Este exame suscitou na descoberta de cargos específicos e recentes, tais como: editor mobile, editor de inovação digital, editor de convergência, editor de plataformas móveis, editor de novas mídias, editor de conteúdos digitais – além dos próprios editores gerais que acumulam diversas atribuições e lideranças.

À luz da perspectiva do interacionismo simbólico realizou-se pesquisa *survey* com questões abertas e fechadas (consolidadas em questionário eletrônico) para oito jornalistas cuja função na redação contempla a coordenação de conteúdos para suportes móveis: o editor de produtos digitais do *LANC!*, André Alt; a editora-executiva do *Jornal do Commercio* de Pernambuco, Maria Luiza Borges; o editor de plataformas móveis do *Diário do Nordeste*, Daniel Nobre; o editor-executivo da revista *IstoÉ Online*, Yan Boechat; o editor-executivo e colunista do jornal carioca *O Globo*, Pedro Dória; o secretário assistente de redação da área digital da *Folha de S. Paulo*, Roberto Dias; a chefe de redação da *Folha de Londrina*, Fernanda Mazzini; e o editor de conteúdo do *Portal NE10*, Gustavo Belarmino. À coleta de dados somou-se a interpretação referente aos discursos profissionais sobre atributos, qualificações e formações comuns aos jornalistas que exercem liderança no gerenciamento de conteúdos noticiosos para plataformas móveis.

O jornalista, a convergência e as multiplataformas

Os meios digitais e o espaço ocupado pelo jornalismo na internet colocam em discussão algumas das características tradicionais da prática e do produto jornalístico. “A introdução de novas tecnologias tem impactos não apenas sobre a produção, mas também sobre o produto, enquanto tal, e sua situação no mercado” (MEDITISCH, 2007, p. 122). Por outro lado, também é preciso sempre ponderar a respeito de como esse impacto

influencia o processo: “a mediação técnica e tecnológica condiciona a evolução do meio, mas não a determina” (MEDITISCH, 2007, p. 123).

De fato, o suporte digital reconfigurou o texto noticioso sedimentado antes da ascensão do jornalismo na internet. Atributos sempre reverenciados, como pirâmide invertida e lide, tornaram-se discutíveis por conta das novas tessituras narrativas oferecidas pela hipermídia e pelo hipertexto. A multimídia/convergência, a interatividade, a hipertextualidade, a personalização, a memória e a instantaneidade são características introduzidas pelo jornalismo online, de acordo com Palácios (1999, 2004).

O processo tradicional de construção da notícia, que designa o jornalista como o único responsável por apurar, selecionar os acontecimentos de interesse público e trata-los com aprofundamento, foi igualmente relativizado pelas possibilidades da interatividade e do jornalismo colaborativo. As habilidades do jornalista passaram a ser ressignificadas, como enfatiza Fonseca:

Nas novas empresas de comunicação que têm no jornalismo o seu negócio, aumenta a demanda por profissionais com novas habilidades e competências. Em razão da convergência tecnológica, que permite às empresas se constituírem como organizações multimídia, os jornalistas, regra geral, precisam ter habilidade técnica, isto é, apresentar domínio das novas tecnologias de comunicação e informação. [...] é preciso também que conheçam e sejam capazes de implementar métodos de gestão capazes de obter o máximo de produtividade de suas equipes pelo menor custo. (FONSECA, 2008, p. 135).

O desenvolvimento do jornalismo digital tem revelado que a evolução das tecnologias da comunicação e da informação (TICs) não representou meramente um deslocamento de suporte no processo de produção e difusão de notícias. Verificam-se também alterações nos fundamentos deste processo e no status da profissão de jornalista diante da força da materialidade da escrita e do meio, já celebrados por McLuhan (1967); assim como do sentido atribuído pela forma sobre o conteúdo, segundo Chartier (2002). Em linhas gerais, desde a apuração do fato noticiado à maneira como o leitor se relaciona com a notícia, novas práticas e conceitos são lançados.

Assim, a tese de que as capacidades tecnológicas sejam apenas instrumentais e auxiliares seria uma ideia controversa; mas ainda presente nas redações online, de acordo com Teixeira (2010). Em um novo cenário, porém, fala-se de um jornalista com um “perfil polivalente”, capaz de participar de várias etapas do processo produtivo com o auxílio das ferramentas tecnológicas. Esta perspectiva, por outro lado, também é alvo de críticas na medida em que aponta no perfil de “profissional multitarefas” um mero instrumento de todo processo, logo, incapaz de entender a lógica por trás da técnica. Pereira (2013), por

exemplo, vai resgatar o termo “jornalista sentado” em referência àquele que não produz textos próprios e não se relaciona com as fontes. Bastos (2012) corrobora:

Quando passa a trabalhar numa redação digital, o jornalista tende a ser enquadrado num conjunto de rotinas de produção, mais de caráter técnico do que propriamente jornalístico, que o afastam da possibilidade de recolher informação pelos seus próprios meios, de selecioná-la, de redigi-la, de colocá-la em contexto, de preparar os seus textos ou montar as suas peças. (BASTOS, 2012, p. 286).

Em perspectiva diferente, Salaverría (2012) destaca a ascensão dos dispositivos móveis para lembrar que eles implicaram em uma expectativa revigorada sobre os elementos que influenciarão daqui pra frente a profissão de jornalista:

Os dispositivos móveis estão emergindo como um elemento chave para o futuro do jornalismo. Eu não quero dizer apenas uma perspectiva econômica – isso também, mas acima de tudo, uma nova forma de compreender e de exercer a profissão de jornalismo. (SALAVERRÍA, 2012).

O jornalismo digital e, mais especificamente, as plataformas móveis inflamaram as discussões acerca das mudanças no estatuto do jornalista a partir do surgimento de demandas produtivas que exigem conhecimento e domínio de habilidades atípicas, atribuídas tradicionalmente a outros profissionais da comunicação. Mais do que isso, estas mesmas áreas profissionais se hibridizaram e migraram para as redações, onde interagem e concorrem entre si nos ambientes online integrados. Esta perspectiva conduz ao questionamento sobre quem seja esse jornalista com “perfil polivalente”. Seria um profissional cujo conhecimento transdisciplinar o legitimaria para atuar em um ambiente reconhecidamente multimidiático? Ou, ao contrário, fala-se de um profissional com um conhecimento profundo em práticas específicas às quais, antes, não estavam ao alcance do repórter habitual?

Deuze (2005) argumenta que o jornalista multimídia tem de tomar decisões sobre o tipo de plataformas que vai utilizar quando pratica seu ofício e, no caso de produções multimídia complexas, tem que ser capaz de supervisionar ‘pacotes’ de histórias ao invés de lançar mão do reaproveitamento de histórias individuais em vários formatos. O autor também destaca o impacto da convergência e da multimídia na educação e nos estudos sobre o jornalismo e o papel do jornalista:

The combination of mastering newsgathering and storytelling techniques in all media formats (so-called ‘multi-skilling’), as well as the integration of digital network technologies coupled

with a rethinking of the news producer consumer relationship tends to be seen as one of the biggest challenges facing journalism studies and education in the 21st century. (DEUZE, 2005, p. 451).

A “convergência” salientada por Jenkins (2009) – um termo polissêmico, complexo e instável, segundo Salaverría (2010) – é um dos processos mais intimamente ligados ao imaginário construído sobre o perfil do jornalista do século XXI.

La mayoría de quienes emplean el término “convergencia” en el mundo periodístico lo hacen para referirse a los procesos de concentración de redacciones, una de las soluciones logísticas más en boga entre las empresas informativas para adaptarse a los desafíos del entorno digital y, por qué no decirlo, aumentar de paso la productividad de sus equipos humanos y materiales. (SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010, p. 41).

Salaverría (2010) propõe a convergência compreendida como produto, sistema e processo. Desta perspectiva mais ampla decorrem outras segmentações: a convergência tecnológica, a convergência empresarial e a convergência profissional. Sobre a última, o autor direciona sua abordagem para a ideia de profissionais trabalhando em conjunto a fim de produzir diversos conteúdos a serem distribuídos para múltiplos meios. A convergência supõe a integração de redações de meios distintos. Esta integração, contudo, tem gerado ruídos, tais como a incompatibilidade de culturas e fluxos de trabalho entre jornalistas de diferentes meios. Deuze (2005) já apontou para uma relutância geral dos jornalistas em inovar, compartilhar conhecimentos e abraçar novas tecnologias. A ausência de formação e qualificação específica, a insuficiência de recursos para implementar mudanças, a excessiva carga de trabalho para os profissionais e a fragilidade de infraestrutura tecnológica prejudicam o desenvolvimento da convergência profissional plena.

“La implantación de la convergencia provoca una serie de cambios en las prácticas periodísticas y, em certo modo, incide em la cultura profesional” (DEUZE, 2008 apud SALAVERRÍA, 2010). A convergência também desperta a percepção do jornalista digital como um profissional polivalente, versátil e multitarefas.

Quizás el más importante sea la polivalencia, entendida como el desempeño por parte de un mismo periodista de las destrezas necesarias para elaborar noticias en varios soportes. En las redacciones actuales ya no basta con que el redactor sepa escribir. Además, se le exigen conocimientos de edición de vídeo, maquetación, publicación en la web, fotografía o locución, por citar sólo algunas destrezas propias del periodista polivalente. Em la redacción integrada, al redactor

se ele exige que sea capaz de producir una información para el diário en papel, em internet y, en determinados casos, también para um informativo de radio e televisión. (SALAVERRÍA; AVILÉS; MASIP, 2010, p. 55).

A convergência também desperta a percepção do jornalista digital como um profissional polivalente, versátil e multitarefas. Como dito até aqui, é notório que a convergência jornalística e o jornalismo em dispositivos móveis representam mudanças na dinâmica dos processos de produção, cultura e status profissional. Os recentes dispositivos móveis estimularam pesquisadores a teorizar acerca de uma quinta geração do jornalismo digital, a qual leva em consideração a convergência dos meios, a integração de processos e a integração de produtos na circulação de informações.

O jornalista na era dos dispositivos móveis

Utilizando como balizador o *Paradigma do Jornalismo em Base de Dados*, Barbosa (2013) infere a existência de uma quinta geração de desenvolvimento do jornalismo nas redes digitais. Essa geração é marcada pelos dispositivos móveis, pela medialidade, pela horizontalidade dos fluxos de informações e dos usos das plataformas, com integração de processos e produtos no *continuum multimídia* dinâmico:

Em consonância com essa perspectiva, identifica-se uma quinta geração de desenvolvimento para o jornalismo nas redes digitais. Seus aspectos delineadores serão traçados, em paralelo à discussão sobre a convergência jornalística, situando as mídias móveis como agentes propulsores de um novo ciclo de inovação, no qual a emergência dos chamados aplicativos jornalísticos autóctones para tablets são produtos paradigmáticos. (BARBOSA, 2013, p. 34).

Com a popularização dos dispositivos móveis a produção de jornais digitais em forma de aplicativos também se popularizou, despertando novos desafios para a linguagem jornalística. Novos conhecimentos envolvendo o conteúdo em si, a diagramação, a interação, a linguagem gestual, as interfaces, as tipografias, padrões de *zoom* e disposições da navegação foram importantes para a valorização do formato nativo e sua adequação nesses aparelhos.

[...] as mídias móveis, especialmente smartphones e tablets, são os novos agentes que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. As mídias móveis são também propulsoras de um

novo ciclo de inovação, no qual surgem os produtos aplicativos (apps) jornalísticos para tablets e smartphones. Dentre eles, destacam-se como potencialmente mais inovadores aqueles que denominamos autóctones, ou seja, aplicações criadas de forma nativa com material exclusivo e tratamento diferenciado. (BARBOSA; FIRMINO; NOGUEIRA, 2012 apud BARBOSA, 2013, p. 43).

Os dispositivos móveis estimulam um novo ciclo de inovação na medida em que reconfiguram a produção, a publicação, a distribuição, a circulação, a recirculação, o consumo e a recepção de conteúdos jornalísticos em multiplataformas. Eles também desencadearam mudanças nas rotinas das redações ao propor novas habilidades para o profissional em um ecossistema em que emergem os aplicativos (apps) jornalísticos, desenvolvidos de forma adaptada com material exclusivo e tratamento diferenciado, como explica Barbosa (2013).

Essa concepção de que os produtos para tablets e smartphones merecem um tratamento diferenciado por conta das peculiaridades do meio suscita questionamentos acerca do exercício da profissão jornalística em si. Incertezas relacionadas ao perfil e às competências profissionais derivam das reconfigurações sobre a relação do jornalista com o processo, o produto e a audiência:

O desenvolvimento de produtos para os dispositivos móveis sinaliza dois desafios principais para os jornalistas: 1- Como elaborar matérias com qualidade, de forma célere, considerando as *affordances* específicas para tratamento do conteúdo, sem perder o rigor na apuração e preservar os princípios éticos da profissão; 2- Como apresentar o conteúdo, no que diz respeito ao design, e por meio dele potencializar a interação com o leitor. (BARBOSA et al., 2013, p. 20).

Nos dispositivos móveis os jornalistas lidam com as características e a linguagem mais específicas do meio: mobilidade, tela touchscreen (tactilidade), personalização, multimídia, ubiquidade, navegação multidirecional e hipertexto (OLIVEIRA, 2013, p. 45). A multimídia e a interatividade são elementos fundamentais para a elaboração de conteúdo para os dispositivos móveis.

As atuais rotinas de produção pressupõem o emprego de softwares, de bases de dados, algoritmos, linguagens de programação e de publicação, sistemas de gerenciamento de informações, técnicas de visualização, metadados semânticos, entre outros. (BARBOSA et al., 2013, p. 11-12).

No Brasil, os produtos jornalísticos concebidos para tablets e smartphones são desenvolvidos em redações que adotam diversos modelos de organização. O carioca *O Globo* possui um produto exclusivo para tablets e smartphones chamado *O Globo A Mais*,

cujos profissionais fazem parte de uma redação igualmente exclusiva. Já *O Estado de S. Paulo* produz o *Estadão Noite*, com uma redação integrada ao impresso e ao online. Na *Folha de S. Paulo* não há produção de reportagens exclusivas para tablets ou celulares, mas o aplicativo do jornal é cuidado por um pequeno grupo de jornalistas.

Os tablets e os celulares, sejam como suportes ou meios que alteram as dinâmicas do processo, trazem um elenco de possibilidades quanto ao papel do jornalista. O profissional, agora, passa a ter preocupações conectadas à apresentação (formato) da notícia e sua usabilidade na interface. O dispositivo móvel inserido nas rotinas produtivas do jornalista também provoca uma substancial modificação da relação do profissional com os fatores “tempo x espaço” em seu exercício de investigação, seleção, apuração e produção do conteúdo.

Outra aproximação teórica coloca em destaque as diversas gerações de jornalistas diante das novas tecnologias. Nesse sentido, entra em debate a relação: tradição versus inovação. Enquanto alguns jornalistas são mais resistentes às mudanças impostas pelas novidades tecnológicas, outros assimilam essas novidades e passam a aplicá-las no dia a dia profissional. Alguns especialistas vão interpretar que os jornalistas mais tradicionais são conservadores e não familiarizados com a lógica contemporânea; ao passo que outra parte entende que esses jornalistas estão concentrados no que há de essencial no jornalismo – e, portanto, as tecnologias seriam elementos secundários e acessórios.

Travancas (1993) mencionou as tensões e conflitos de geração nas redações desde as primeiras mudanças tecnológicas na década de 1990. Deste modo, uma interrogação pertinente diz respeito ao perfil do jornalista ocupado com funções voltadas para as plataformas móveis, ou seja: a que geração pertence? Como traçou sua carreira e qual seu grau de experiência na profissão?

Coleta de dados empíricos: perfis e competências

A seleção dos profissionais pesquisados que atuam com produtos noticiosos para dispositivos móveis partiu de alguns critérios de restrição:

- Atuar em um dos cinquenta maiores jornais do Brasil de circulação paga (segundo a ANJ); ou em umas das revistas mais vendidas do Brasil (segundo o IVC).
- Estar envolvido com a produção de conteúdos eminentemente jornalísticos e que circulem em dispositivos móveis.
- Exercer função de gerenciamento ou coordenação.

A pesquisa apresentou algumas limitações neste sentido, pois nem todos os profissionais que coordenam a produção de conteúdos para dispositivos móveis atuam especificamente nesta área, ou seja, muitos são coordenadores de outras áreas ou de todas as áreas (editores-executivos). Isso ocorreu, especialmente, nos veículos que não possuem um núcleo de profissionais exclusivos para plataformas móveis no âmbito organizacional da redação. Após o estabelecimento dos critérios, foi realizado um mapeamento dos expedientes dos jornais e dos seus conteúdos disponíveis para tablets e smartphones. A partir desse mapeamento foram selecionados vinte e três potenciais participantes, conforme o Quadro 1.

Quadro 1 – Potenciais participantes

Nome	Função
Ana Lúcia Azevedo	Editora / O Globo A Mais
Pedro Doria	Editor-Executivo /O Globo e Ex-Editor /O Globo A Mais
Sergio Dávila	Editor-Executivo /Folha de S. Paulo
Roberto Dias	Secretário Assistente de Redação da Área Digital / Folha de S.Paulo e Ex- Editor de Novas Plataformas/ Folha de S.Paulo
Luis Fernando Bovo	Editor / Estadão Noite e Editor Executivo de Conteúdos Digitais / O Estado de S.Paulo
Nilson Vargas	Editor-Chefe Multiplataforma / Zero Hora
Barbara Nickel	Editadora-Chefe Digital/ Zero Hora
André Alt	Editor de Produtos Digitais/ LANCE!
Fábio Storino	Editor Mobile /LANCE!
Edgar Gonçalves	Editor-Chefe /Diário Catarinense
Alysson Lisboa Neves	Editor de Novas Mídias / Encontro – Estado de Minas
Maria Luiza Borges	Editadora-Executiva /Jornal do Comercio
Gustavo Belarmino	Editor de Conteúdo Digital/ Portal NE10 – Jornal do Comercio
Alexandre Botão	Editor Online/ Correio Braziliense
Maria Gomes	Editadora Online / O Popular
Paula Cleto	Editadora Online/ Valor Econômico
Daniel Nobre	Editor de Plataformas Móveis /Diário do Nordeste
Ívila Bessa	Editadora de Conteúdos Digitais /Diário do Nordeste
Fernanda Mazzini	Chefe de Redação/Folha de Londrina
Alexandre Maron	Editor de Inovação Digital /Revista Época
Ricardo Fioratto	Editor de Convergência / Revista Época
Yan Boechat	Editor-Executivo Online/ IstoÉ
Katia Perin	Editadora-Chefe /Veja.com

Fonte: Elaborado pela autora

Embora o enfoque da pesquisa sejam os profissionais que coordenam a produção de conteúdos noticiosos distribuídos em dispositivos móveis; o questionário não deixou de abordar o advento desses aparelhos no fenômeno das rotinas produtivas, considerando

que eles possam aparecer como ferramenta de produção e plataforma de distribuição simultaneamente no fluxo de vida de um conteúdo.

As questões enviadas aos profissionais que trabalham na gestão de conteúdos noticiosos em plataformas móveis foram inseridas em questionários eletrônicos. Foram elaboradas perguntas abertas e perguntas fechadas, de modo que nenhuma delas era obrigatória ou necessariamente pré-requisito para a questão seguinte. O questionário de pesquisa (APÊNDICE A) foi formatado por meio da ferramenta gratuita Google Docs, e enviado por e-mail para os participantes, os quais poderiam respondê-lo diretamente no corpo do e-mail ou acessar um link que os direcionava para uma página online. Os questionários foram enviados para vinte e três profissionais, em uma amostra não probabilística, de forma que oito foram respondidos e validados. A pesquisa *survey* foi aplicada entre os dias 3 e 11 de novembro de 2014.

O questionário de pesquisa solicitou que o respondente indicasse:

1. Cargo/ função na redação;
2. Veículo em que trabalha;
3. Formação acadêmica;
4. A participação em cursos de qualificação complementar;
5. O tempo de carreira;
6. As outras funções que já exerceu na redação; e
7. As principais responsabilidades e atribuições de seu atual cargo na redação.

Duas perguntas fechadas requeriam, respectivamente: (a) que o participante opinasse sobre a necessidade de uma formação diferenciada para o profissional envolvido com produção de conteúdos mobile, (b) e julgasse – em uma escala de importância – determinadas competências profissionais consideradas pertinentes pela pesquisadora no âmbito do tema do trabalho.

Resultados

As informações seguintes que abrangem os perfil e a competência dos participantes foram coletadas a partir das respostas ao questionário de pesquisa e, portanto, correspondem ao discurso que os respondentes produziram a respeito dos questionamentos apresentados.

Daniel Praciano Nobre é editor de plataformas móveis do *Diário do Nordeste* (Ceará). Formou-se em Jornalismo e Administração na Universidade Federal do Ceará

(UFC). É especialista em Jornalismo Digital. Suas funções englobam: editar e pautar a produção do Diário do Nordeste Plus (produto exclusivo para tablets); editar, pautar e escrever para o caderno Tecno; e editar, pautar e escrever no blog *Na Rede*. Atua profissionalmente no jornalismo há mais de dez anos, tendo exercido as funções de repórter, editor e editor web.

André Alt é editor de produtos digitais do jornal *LANCE!* (Rio de Janeiro). É graduado em Jornalismo e fez pós-graduação em Marketing Digital e MBA em Marketing Esportivo. É responsável por gerenciar a equipe de mídias digitais do *LANCE!*, realizando a interface entre a sua área e a redação. Lida com dezenas de parceiros do grupo *LANCE! Media Group*. Faz, portanto, o gerenciamento da equipe de mídias digitais (produto e desenvolvimento) em diálogo com o restante da redação. Atua profissionalmente no jornalismo há mais de dez anos, tendo exercido as funções de repórter e editor.

Yan Boechat é editor-executivo da revista *IstoÉ Online* (São Paulo). É jornalista formado pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), desde 1998. Quanto às suas atribuições, é responsável pelas editorias de Ciência e Tecnologia da revista, pelo site da *IstoÉ* e pela administração das contas em redes sociais. Atua profissionalmente no jornalismo há mais de dez anos, tendo exercido as funções de repórter, editor e editor-executivo.

Roberto Dias é secretário assistente de redação da área digital da *Folha de S.Paulo* (São Paulo). Formou-se em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (USP), em 2009. No ano seguinte, concluiu a pós-graduação em Jornalismo pela Universidade de Barcelona. Estudou, sem completar, o curso de Economia da USP. Na *Folha de S.Paulo* é o responsável por cuidar da estratégia e da operação digital do jornal. Atua profissionalmente no jornalismo há mais de dez anos, tendo exercido as funções de repórter, chefe de reportagem e editor.

Pedro Dória é editor-executivo de *O Globo* (Rio de Janeiro). Já foi editor-chefe de conteúdos digitais do jornal O Estado de S. Paulo e editor de uma publicação exclusiva para tablets, *O Globo A Mais*. Liderou, no *O Globo*, a equipe que venceu o Prêmio Esso de Melhor Contribuição à Imprensa, em 2012, pelo desenvolvimento do *O Globo A Mais*. Foi Knight Latin American Fellow na Universidade de Stanford (Califórnia) e Peter Jennings Fellow no National Constitution Center (Filadélfia). cursou ainda um Master em Gestão de Empresas Jornalísticas. Atualmente é o comandante da redação do *O Globo*. Atua profissionalmente no jornalismo há mais de dez anos, tendo exercido as funções de repórter, editor, editor-executivo e editor-chefe de conteúdos digitais.

Gustavo Belarmino é editor de conteúdo do *Portal NE10*, que faz parte do *Jornal do Commercio* (Pernambuco). É graduado em Comunicação Social, com habilitação em

Jornalismo. Fez pós-graduação em Docência do Ensino Superior. O jornalista participou do desenvolvimento do atual aplicativo do *Jornal do Commercio* para dispositivos móveis. É responsável pela edição de textos e material multimídia; atualização do portal; desenvolvimento de novas narrativas e produtos; e supervisão estratégica de redes sociais e mídias digitais – como a distribuição de conteúdo para mídia indoor. Atua profissionalmente no jornalismo há mais de dez anos, tendo exercido as funções de repórter e editor.

Fernanda Mazzini é chefe de redação da *Folha de Londrina* (Paraná). É graduada em Jornalismo e cursou um Master em Gestão Estratégica de Empresas. Sua função envolve o planejamento e implantação da linha editorial dos produtos jornalísticos; participação no planejamento estratégico da empresa e coordenação da equipe de editores. Atua profissionalmente no jornalismo há mais de dez anos, tendo exercido as funções de repórter e editora.

Maria Luiza Borges é editora-executiva do *Jornal do Commercio/JC Online* (Pernambuco). Tem curso superior em jornalismo (UFPE), curso superior em direito (UFPE) e Mestrado em Comunicação e Tecnologia (Universidade de Brunel, UK). Também fez um Curso Técnico em Radialismo (IFPE). É responsável pelo planejamento de pautas e edição final, coordenação do *JC Online*, recrutamento e seleção de pessoal, reestruturação de produto, gestão de pessoas e organização da força de trabalho. Atua profissionalmente no jornalismo há mais de dez anos, tendo exercido as funções de repórter, editora e editora-executiva.

Uma das perguntas do questionário interrogava os jornalistas sobre a necessidade de existência de uma formação específica voltada para o profissional atuante no universo dos dispositivos móveis. Dois participantes, conforme o Gráfico 1, afirmaram que não havia necessidade de qualquer nova especialização ou formação diferenciada. Quatro participantes, por sua vez, defenderam a ideia de que é necessário existir uma formação diferenciada, embora cursos e treinamentos complementares sejam suficientes para isso. Por fim, dois respondentes julgaram ser importante uma formação autônoma e específica para este profissional da mídia móvel.

Outra pergunta do questionário solicitava aos respondentes que classificassem em escala de importância determinadas habilidades e competências atribuídas aos jornalistas após a introdução das plataformas móveis no processo de produção e distribuição de notícias (ver Quadro 2). Em relação ao “domínio técnico de ferramentas digitais (editores, plataformas)”, seis respondentes julgaram ser importante, ao passo que dois o consideraram muito importante. Quanto ao “domínio técnico de linguagens de programação”, sete participantes alegaram que era uma competência pouco importante, enquanto um considerou importante. Dois respondentes alegaram que a “familiaridade com o uso de dispositivos móveis” era importante, mas seis deles a consideraram muito importante.

Quanto à qualificação profissional, o trabalho jornalístico com dispositivos móveis demanda alguma nova especialização ou formação diferenciada?

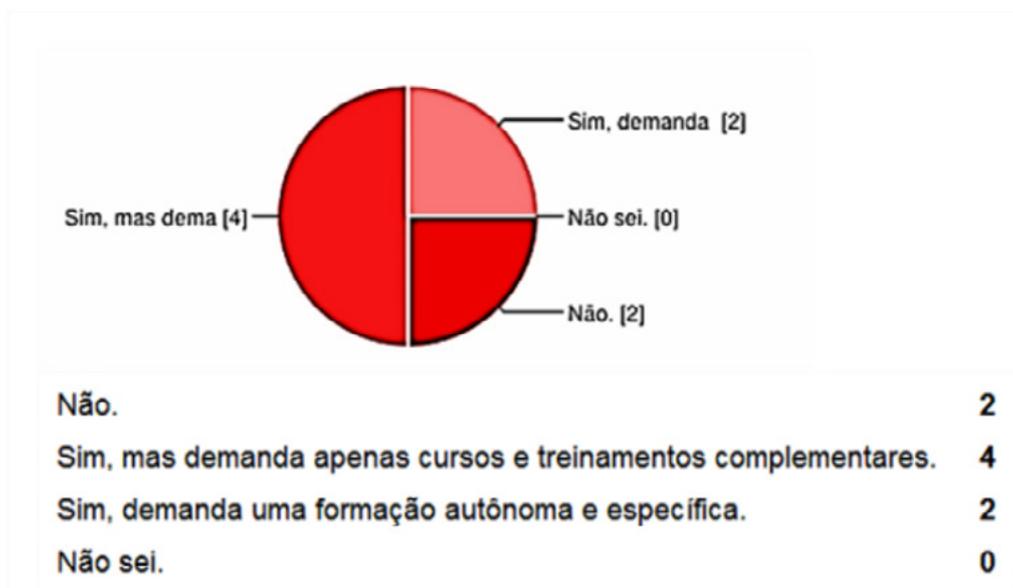


Gráfico 1 – Qualificação e formação profissional

Fonte: Elaborado pela autora

O item “conhecimentos sobre design e arquitetura da informação” foi considerado pouco importante para um respondente; mas importante para quatro respondentes; e muito importante para três respondentes. Já o item “conhecimentos sobre usabilidade e interação com o usuário” foi considerado importante para quatro jornalistas e muito importante para os outros quatro. Por fim, “proatividade e trabalho em equipe” foram considerados muito importantes para todos os participantes da pesquisa.

Quadro 2 – As competências do jornalista

A partir da introdução de dispositivos móveis no processo de produção e de distribuição de notícias, qual a importância das seguintes competências para o jornalista?			
HABILIDADES E COMPETÊNCIAS	Pouco importante	Importante	Muito importante
Domínio técnico de ferramentas digitais (editores, plataformas)		✓✓✓✓✓✓	✓✓
Domínio técnico de linguagens de programação	✓✓✓✓✓✓✓	✓	✓✓✓✓✓✓
Familiaridade com o uso de dispositivos móveis		✓✓	✓✓✓
Conhecimentos sobre design e arquitetura da informação	✓	✓✓✓✓	✓✓✓✓
Conhecimentos sobre usabilidade e interação com o usuário		✓✓✓✓	✓✓✓✓
Proatividade e trabalho em equipe			✓✓✓✓

Fonte: Elaborado pela autora

Discussão dos resultados

Todos os respondentes possuem formação acadêmica em Jornalismo e são profissionais com mais de dez anos de carreira, tendo passado por outras funções dentro da redação. Todos também já foram repórteres e editores em algum momento de sua trajetória profissional. Quanto à qualificação, eles também se dedicaram a algum tipo de pós-graduação na área jornalística, com ênfase para os cursos de gestão. Três dos pesquisados obtiveram experiências de aprendizagem fora do Brasil. Essas características evidenciam que os pesquisados são experientes, investem notavelmente em formação/atualização profissional e possuem bons currículos. Não se trata, portanto, de uma geração de jornalistas iniciantes ou muito jovens, ainda que o objeto de seu trabalho esteja no âmbito da inovação, dos nativos digitais e da tecnologia de ponta.

Os resultados mostraram que nenhum dos jornalistas pesquisados atuam exclusivamente na produção de conteúdos móveis, ao contrário, todos eles são responsáveis por atividades em outros espaços. Isso também se relaciona com o grau de desenvolvimento da área de jornalismo móvel na redação do veículo. Veículos que possuem presença mais tímida em plataformas móveis não demandam atividades concentradas. Mesmo aqueles respondentes cujos cargos são voltados unicamente para o gerenciamento de produtos em plataformas móveis ou digitais realizam outras funções, das quais muitas envolvem planejamento estratégico e organizacional. Esses são, portanto, profissionais com uma atuação panorâmica e contextual – um diagnóstico que evidencia a importância da visão de gestão para além da visão técnica.

A maioria dos jornalistas respondentes acredita que o trabalho jornalístico com dispositivos móveis requer uma formação profissional diferenciada – apenas dois discordaram disto. Essa visão reforça a ideia de que a formação tradicional ainda é conservadora em relação às inovações tecnológicas e os currículos acadêmicos são mais atrasados em relação às transformações do mercado, o que suscita a necessidade de atualizações constantes que extrapolam a própria universidade.

A competência profissional de carácter mais universal entre as alternativas, “proatividade e trabalho em equipe”, não perdeu o seu valor com o advento dos aparatos tecnológicos móveis. Nesta mesma tendência de manutenção de status, uma habilidade prática e exótica ao jornalismo tradicional, o “domínio técnico de linguagens de programação”, foi considerada pouco importante. Já os conhecimentos que dialogam estrategicamente com o jornalismo em meio digital, ainda que nativos de outras áreas – como usabilidade, interação com o usuário, design e arquitetura da informação – foram considerados importantes e até mesmo imprescindíveis para os que lidam com jornalismo móvel.

Conclusão

As inovações promovidas pelas tecnologias da informação e da comunicação provocaram alterações no estatuto profissional dos jornalistas, de modo que não se verificou um estatuto bem definido e padronizado para os editores de conteúdo mobile. Os pesquisados possuem trajetórias profissionais que não miravam, necessariamente, a função de editores mobile, de modo que este papel lhes foi atribuído por motivos contingenciais. As plataformas móveis representam um espaço recente de produção, distribuição e circulação de produtos noticiosos. Como um novo meio, os dispositivos móveis despertam questionamentos quanto às possibilidades de atuação profissional e seus impactos na performance e nas características dos jornalistas, que de fato estão cada vez mais polivalentes.

Esses jornalistas estão incitados a atualizar seus currículos, buscar novas ferramentas estratégicas de trabalho e explorar outras áreas de conhecimentos com as quais podem sofisticar os resultados de seus esforços. As resistências em relação às mudanças não são capazes de conservar completamente o *modus operandi* porque o sistema midiático é cada vez mais convergente, o próprio mercado é competitivo e a audiência cria expectativas diversas. Ainda assim, os valores tradicionais e a experiência profissional não são descartáveis, e operam em harmonia com a disponibilidade para modernizar habilidades e competências.

Referências

- BARBOSA, S. Jornalismo convergente e continuum multimídia na quinta geração do jornalismo nas redes digitais. In: Canavilhas, J. (Org.). *Notícias e mobilidade*. Covilhã: LabCom. 2013. cap. 1, p. 33 - 54.
- BARBOSA, S. et al. A atuação jornalística em plataformas móveis. Estudo sobre produtos autóctones e a mudança no estatuto do jornalista. *Brazilian journalism research*, [local], v. 9, n. 2, p. 10-29, 2013.
- BASTOS, H. A diluição do jornalismo no ciberjornalismo. *Estudos em jornalismo e mídia*, Florianópolis, v. 9, n. 2, p. 284-298, Jul./Dez. 2012.
- BLUMER H. *Symbolic interactionism: perspective e method*. Berkeley: University of Califórnia, 1969.
- CARVALHO, V. D.; BORGES, L. O.; RÊGO, D. P. Interacionismo simbólico: origens, pressupostos e contribuições aos estudos em psicologia social. *Psicologia, ciência e profissão*, Brasília, v. 30, n. 1, p. 146-161, maio 2010.
- CHARTIER, R. *Os desafios da escrita*. São Paulo: Unesp, 2002.
- DEUZE, M. *What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered*. 2005. Disponível em: <<http://jou.sagepub.com/cgi/content/abstract/6/4/442>>. Acesso em: 11 nov. 2014.

- FIDALGO, J. Jornalistas na busca inacabada de identidade. In: 4º CONGRESSO NACIONAL DA SOPCOM. 2005, Aveiro. Aveiro: Universidade de Aveiro. 20-21 out. 2005.
- FONSECA, V. P. S. Questões sobre a identidade do jornalista contemporâneo. *Estudos em jornalismo e mídia*, Florianópolis, v. 5, n. 2, p. 129-140, jul./dez. 2008.
- JENKINS, H. *Cultura da convergência*. Rio de Janeiro: Aleph, 2009.
- MCLUHAN, M. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. São Paulo: Cultrix, 1967.
- MEDITSCH, E. *O rádio na era da informação*. Teoria e técnica do novo radiojornalismo, 2 ed. Florianópolis: Insular, 2007.
- OLIVEIRA, V. R. *Interfaces jornalísticas em tablets: o design digital da informação nos aplicativos móveis*. 2013. Dissertação (Mestrado em Jornalismo) – Faculdade de Jornalismo, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.
- PALACIOS, M. O que há de (realmente) novo no jornalismo online? In: CONFERÊNCIA PROFERIDA POR OCASIÃO DO CONCURSO PÚBLICO PARA PROFESSOR TITULAR, 1999, Salvador. Salvador: FACOM/UFBA, 21 set. 1999.
- PEREIRA, F. H. O mundo dos jornalistas: aspectos teóricos e metodológicos. *Intercom – Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, São Paulo, v. 32, n. 2, p. 217-235, jul./dez. 2009.
- _____. A study on Brazilian web journalists' professional careers. *Communication & Society/Comunicación y Sociedad*, [local], v. 26, n. 4, p. 127-151, [mês] 2013.
- SALAVERRÍA, R. *Un nuevo periodismo para los móviles*. 2012. Disponível em: <<http://blogs.unir.net/comunicacion/2012/06/26/un-nuevo-periodismo-para-los-moviles/>>. Acesso em: 13 jun. 2013.
- SILVA, F. C. *Em diálogo com os tempos modernos*. O pensamento político e social de G H. Mead. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2008.
- TEIXEIRA, P. F. et al. (Orgs.). *Hipertexto, hipermídia*. São Paulo: Contexto, 2007.
- TRAVANCAS, I. S. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1993.