

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

NAIANA RODRIGUES DA SILVA

O homem atrás da máquina: um estudo de caso sobre a reconstrução da identidade
do jornalista de impresso diante do uso das novas mídias

FORTALEZA

2011

NAIANA RODRIGUES DA SILVA

O HOMEM ATRÁS DA MÁQUINA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A
RECONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DO JORNALISTA DE IMPRESSO DIANTE DAS
NOVAS MÍDIAS

Dissertação submetida à Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação

Orientadora: Prof^ª Dra. Catarina Tereza Farias de Oliveira

Fortaleza

Agosto de 2011

NAIANA RODRIGUES DA SILVA

O HOMEM ATRÁS DA MÁQUINA: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A
RECONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE DO JORNALISTA DE IMPRESSO DIANTE DAS
NOVAS MÍDIAS

Dissertação submetida à Coordenação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para obtenção do grau de mestre em Comunicação.

Área de concentração: Comunicação

Orientadora: Prof^a Dra. Catarina Tereza Farias de Oliveira

Aprovada em: __/__/__

BANCA EXAMINADORA

Professora Doutora Catarina Tereza Farias de Oliveira (orientadora)
Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC

Professor Doutor José Afonso da Silva Júnior
Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE

Professora Doutora Inês Silvia Vitorino Sampaio
Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC

Professor Doutor Casemiro dos Santos Neto
Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC

You cannot find peace by avoiding life

Virginia Woolf

AGRADECIMENTOS

A jornada acadêmica tende a ser, de certa forma, um projeto solitário. São horas, dias e meses dedicados a reflexões e diálogos com sujeitos sem corporalidade, que falam por meio de livros, artigos e discursos intelectuais. Mas isso não quer dizer que fora desse mundo racional e, ao mesmo tempo de ideias “fantásticas”, estejamos sozinhos. Nesse caminho, encontramos e nos desencontramos com muitas pessoas e quero aqui ressaltar a importância de algumas delas que cruzaram comigo no tempo de construção dessa pesquisa ou que, simplesmente, estão perto há tanto tempo que não consigo imaginar a vida sem elas.

Apesar de a universidade ser laica, reservo estas primeiras linhas para agradecer a Deus, cujos planos “misteriosos” e “complexos” agora se tornam límpidos e transparentes com a conclusão desta dissertação. Em seguida, meus sinceros agradecimentos à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes) pela concessão de bolsa do Programa Demanda Social. Reconhecidas as instituições, quero destacar agora os sujeitos. Devo concordar com a Igreja e com a Psicologia quando dizem que a família é a base de tudo. É verdade, sem casa, comida, roupa lavada, carona e silêncio proporcionados pelos meus pais (Mirtes e Célio) e irmãos (Marcos, Marcondes e Carlos Magno), que, pacientemente, entenderam meus momentos de estresse e mau humor, nunca teria conseguido chegar até aqui. Portanto, aqui vai um “obrigada” carinhoso pro povo lá de casa!

Paciência, por sinal, foi a maior qualidade demonstrada pelo meu irmão, que não é de sangue, mas de coração, Filipe Palácio. Obrigada por sempre me desculpar depois das nossas “intrigas”, por me fazer rir com seu senso de humor “peculiar”, pela companhia sempre fiel em momentos de descobertas musicais e consumo e pela intensa troca de SMS.

Devo um agradecimento muito especial à minha amiga e conselheira de todas as horas, Eriene Firmino, a quem atribuo minha sanidade mental. Obrigada, Eri – meu lexotan - por me acalmar nos momentos de dor e desespero, por chorar junto na hora do fracasso e, principalmente, por ficar feliz por mim e comigo nas vitórias mais simples. A única pessoa que pode me chamar de r_____, pois sei que não é ofensa.

E já que o nível desceu, não posso esquecer de agradecer à minha alma gêmea, Fábio Freire. Mesmo longe, lá na metrópole paulista, nunca deixei de senti-lo perto. Nosso senso de humor ácido, irônico, a compreensão (rara) e as conversas inteligentes não se perderam com a migração. E obrigada, bitch, ainda pela revisão de muita coisa dessa dissertação.

Quem ficou por perto para ouvir minhas lamúrias e choro ao pé do ouvido e do telefone merece um agradecimento mais que especial. Dri Martins foi essa pessoa! “Thanks”, por tudo, mas, principalmente, por ser compreensiva e me dar um abraço nos momentos de carência e desilusão intelectual.

Nas horas difíceis, de impasse e dúvidas conceituais, recorri, muitas vezes, a Rafael Rodrigues, padrinho dessa dissertação. Obrigada, Rafa, pelas conversas, estímulos e palavras positivas, favores, orientações, vídeos engraçados, livros emprestados, textos garimpados na internet, pela arte das minhas apresentações e pela capa dessa dissertação. Mas, principalmente, obrigada pela sua amizade e companheirismo. Não é à toa que carregamos o mesmo sobrenome!

Em se tratando de pessoas-referência, reservo espaço para agradecer à minha querida orientadora Catarina Farias, que se revelou mais que uma professora competente, uma amiga, conselheira e exemplo de pesquisadora. Sou tua fã!

E já que o assunto são amigas, tenho mais duas a quem devo também meus afetuosos agradecimentos: Germana Cabral e Cristina Pioner. Meninas, obrigada pela compreensão com meus atrasos, pelas muitas folgas para conclusão desse trabalho e, principalmente, pelo incentivo, carinho e ensinamentos jornalísticos. São pessoas como vocês que me fazem acreditar na profissão.

Quero falar ainda da minha grande aquisição em termos de amizade nesse retorno ao DN. Izakeline Ribeiro, obrigada pelas nossas “deliciosas” experiências e pelo seu otimismo contagiante, tenho muita “satisfação” em ser sua amiga.

Meu caminho também se cruzou, virtualmente falando, com os de Luciana Andrade, Jaqueline Brandão e Larissa Almeida. Meninas, obrigada pela avalanche de e-mails engraçados e links de vídeos que aliviaram o isolamento dissertativo e quase me mataram de rir. E, Lucy, obrigada ainda pela revisão criteriosa da minha “filhinha”.

Aos companheiros de jornada acadêmica, Georgia Cruz, Moema Braga, Tarciana Campos, Bruno Lima e Wesdley Vasconcelos só tenho a agradecer pelas ricas vivências desses últimos dois anos, intelectualmente falando e em outros sentidos também. Dos cafés depois das aulas, passando pelas “festinhas” e idas a congressos, sem falar nas lamúrias compartilhadas pelo Twitter. Vocês são as melhores companhias!

Já a César da Silva, reservo um agradecimento mais que especial. Obrigada por compartilhar comigo um pouco de sua leveza, otimismo e criatividade, que me fizeram ver o mundo de outra forma. Sem falar nas conversas “conceituais” por e-mail, sempre tão inspiradoras, engraçadas e, às vezes, sem sentido, mas, acima de tudo, prazerosas e sinceras.

Quero agradecer também aos professores do Programa de Pós-Graduação em Comunicação pelo empenho, apoio e disponibilidade e à secretária da Pós, Regina, pelas cobranças, lembretes e “galhos quebrados”.

Agradeço também ao professor Ricardo Jorge Lucas pelas conversas informais e orientações ainda na fase de elaboração do projeto, pelo empréstimo de livros e pela acolhida nas manhãs de sábado, em sua própria casa e com sua família, para conversas despretensiosas e lanchinhos gostosos.

Meu agradecimento especial vai também para o editor geral do *Diário do Nordeste*, Ildefonso Rodrigues, pela atenção dada à minha pessoa e à minha pesquisa, principalmente por dispensar horas do seu tempo para nossa entrevista e ceder imagens da agência fotográfica do jornal.

Agradeço ainda à assessora de imprensa do grupo *O Povo*, Joelma Leal, e ao assessor de imprensa do *Sistema Verdes Mares*, Kiko Barros, pelas informações concedidas.

E, por fim, agradeço aos colegas da redação do DN que se disponibilizaram em colaborar com essa pesquisa, afinal, sem eles, nada disso teria sido possível!

RESUMO

Nossa pesquisa investigou em que medida a identidade do jornalista de impresso é influenciada pelo uso de novas mídias na rotina de trabalho na redação. Para tal, avaliamos como o uso de um celular multifuncional como ferramenta de trabalho desencadeou conflitos e tensões entre os repórteres do jornal cearense *Diário do Nordeste* a ponto destes questionarem sua própria identidade enquanto jornalistas de impresso. A escolha do *Diário* como objeto de análise se justifica pelo fato de o jornal – o segundo maior em circulação no Nordeste brasileiro – ser um dos primeiros no cenário local a implementar estratégias de convergência jornalística. Adotamos como delineamento de pesquisa o estudo de caso da prática identificada pelo *Diário do Nordeste* como multimídia. Por meio de técnicas de coleta de dados, como a observação empírica e entrevistas em profundidade, foi possível compreender como o exercício da produção de conteúdos multimídia desencadeou a construção de um novo *habitus* na redação do *Diário do Nordeste*, marcado pelo desenvolvimento de novas competências cognitivas por parte dos jornalistas. Investigamos também em que medida as transformações provenientes com a produção multimidiática influenciou as relações de força e poder presentes no espaço social da redação. Tomando como ponto de partida a hipótese de que os jornalistas que se definem como multimídia ocupam a posição de dominantes, partimos para a análise dos conflitos e tensões instaurados no cotidiano desses profissionais. Do ponto de vista teórico, discutimos o conceito de identidade, as consequências da modernidade, fizemos uma revisão de correntes teóricas da comunicação e de suas relações com discussões em torno da presença da tecnologia na contemporaneidade e ainda articulamos reflexões de autores como Henry Jenkins (2008), Salaverría e Negredo (2008), Esther Applegren (2005) e Rosely Fragoso (2006) sobre a convergência midiática e jornalística. Ao final, apresentamos como os jornalistas do *Diário do Nordeste* se definem, se como jornalistas de impresso ou jornalistas multimídia e refletimos sobre um novo perfil de profissional delineado no mercado de trabalho, marcado pela convergência de saberes, práticas e funções relativas ao impresso e ao jornalismo on-line.

Palavras-chave: Convergência jornalística, identidade de jornalista e competências profissi

ABSTRACT

Our research investigated in which way newspaper's journalists identity is influenced by the use of new media on their jobs at the newsroom. For this, we evaluated how the use of smartphone as work tools triggered conflicts and tensions among reporters from *Diário do Nordeste* who started questioning their own identity as newspaper's journalists. The choice of *Diário* as the object of this analysis can be explained by the fact that the newspaper – the second in circulation in the northeast of Brazil – is one of the first in the local scenario to implement journalistic convergence strategies. We adopted as the delimitation of the research the case study of what *Diário do Nordeste* identifies as multimedia practice. Using data collection techniques, as the empirical observation and depth interviews, was possible to comprehend how the production of multimedia content generated the construction of a whole new *habitus* at *Diário*'s newsroom, marked by the development of journalist's new cognitive competences. We also investigated how the transformations descendant from multimediatic production influenced the relation of force and power in the newsroom. Starting from the hypothesis that the journalists which defines themselves as multimedia are in dominance, we initiated the analysis of conflicts and tensions established on the daily routine of these professionals. From theoretical point of view, we discussed identity concept, modernity consequences, we also did a communication theories revision and of its relations with discussion about the presence of technology in contemporaneity and yet reflected about mediatic and journalistic convergence, using the ideas from authors like Henry Jenkins (2008), Salaverría e Negrodo (2008), Esther Applegren (2005) and Rosely Fragoso (2006). In the end, we presented how *Diário do Nordeste*'s journalists define themselves, if as newspapers journalists or multimedia ones and reflected about the new professional shape designed on labour market, marked by the knowledge, practice and paginal functions and on-line journalism related functions convergence.

Keywords: Journalistic convergence, journalists identity and professional competences

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Primeira forma de apresentação dos vídeos no site.....	134
Figura 2 - Novo layout do site vigente a partir de 2010.....	134
Figura 3 - Novíssimo layout do site, modificado em 2011.....	135
Figura 4 - Exemplo de uso do QR Code pelo <i>Diário do Nordeste</i> para promover a transição de conteúdos do impresso para o on-line	146
Figura 5 - Organização da estrutura em torno da colaboração entre os diferentes meios.....	147

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	23
2 O ELOGIO DA MODERNIDADE NAS PÁGINAS DO DIÁRIO DO NORDESTE.....	31
2.1 Modernidade: a era da mobilidade.....	31
2.2 Modernidade, tecnologia e identidade – complexidades e incertezas.....	44
2.3 A construção do ethos de modernidade do <i>Diário do Nordeste</i>.....	59
2.3.1 O berço de ouro do <i>Diário do Nordeste</i>	61
2.3.2 Automeação e construção do ethos discursivo pela mídia.....	67
2.3.3 Modernidade, tecnologia e competência técnica.....	69
3 UMA INSERÇÃO NA ROTINA PRODUTIVA DO DN	81
3.1 <i>Diário do Nordeste</i>: o caso.....	82
3.2 O que eles pensam: a entrevista como técnica de coleta de dados.....	89
3.3 A observação empírica e as relações de poder na redação.....	101
3.4 Mudança de habitus.....	106
4 CONVERGÊNCIAS E DIVERGÊNCIAS.....	119
4.1 As abordagens técnica e tecnológica nas Teorias da Comunicação.....	120
4.2 As mídia dialogam.....	138
4.3 A entrada do DN na cultura da convergência.....	145
4.4 Convergência jornalística.....	157
4.5 Jornalistas do presente.....	167
4.5.1 As competências do jornalista em tempos de convergência.....	171
5 ATRÁS DA MÁQUINA HÁ UM SUJEITO.....	182
5.1 Novas práticas e novos sujeitos.....	184

5.2 O jogo de identidade e diferença entre os jornalistas do <i>Diário</i>	191
5.2.1 A alteridade fala.....	199
5.3 Negociações de posições identitárias	202
5.3.1 Negociações e oposições.....	203
5.3.2 Negociações e hegemonia.....	221
5.4 Os sujeitos e suas identidades	224
5.4.1 Homens pixels.....	228
5.4.2 Homens tipográficos.....	232
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	242
7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	248
8 ANEXOS	256

1. INTRODUÇÃO

O dia tinha começado como outro qualquer. Era março de 2008. Cheguei no horário na redação¹, por volta das 8h15, e recebi as pautas para mais uma manhã típica de trabalho no *Diário do Nordeste*². Antes de sair para chamar o fotógrafo, eis que uma jornalista do portal chega para mim com um celular da marca *Nokia*, modelo *N95*. Já sabia do que se tratava. Outros já tinham passado pelo mesmo processo. Ela me explicou como usar o aparelho, ligar, desligar e, principalmente, usar a função vídeo, ou seja, como iniciar a gravação e encerrar. *Zoom* e outros recursos disponíveis para aprimorar o registro não faziam parte desse “treinamento instantâneo”. Estava munida do aparato para a produção de conteúdo multimídia. Mas, logo me vieram algumas inquietações. Primeiro, meu referencial de linguagem audiovisual no jornalismo era a televisão e essa atividade era algo completamente diferente. Não possuía câmera fotográfica digital, poucas vezes tinha manuseado a de amigos, portanto, também não estava muito familiarizada com o equipamento.

Apesar de não haver uma cobrança em torno da qualidade do material, me sentia impelida a fazer uma boa gravação, afinal, era meu trabalho, e também meu nome profissional que estaria diretamente associado ao que realizasse. Sempre que colocava a mão no “celular do portal” – como ficou conhecido – essas dúvidas me vinham à mente. Mas não eram todos os dias, pois, à época, só havia dois celulares para a editoria de Cidade, na qual trabalhava, e o critério de distribuição não costumava ser muito claro.

A falta de planejamento e a imposição da atividade foram questionadas por muitos profissionais nos primeiros meses de sua implantação. Em um dia de plantão de fim de semana, no mês de maio, após ouvir o relato de muitos sobre a gravação dos vídeos, afirmei despretensiosamente: - Isso é caso de estudo! Baseada nas minhas experiências e nas de outros colegas pude perceber que, na verdade, o que nos inquietava não era a atividade de registro das imagens em si, mas as mudanças que ela trazia a reboque.

As novas competências que nos eram exigidas fizeram-me questionar o papel que desempenhava. Durante quatro anos de profissão, me identifiquei e diferenciei de outros

¹ Optei por redigir a introdução e a conclusão do relatório na primeira pessoa do singular, pois ambos tratam da jornada de construção do objeto, da pesquisa e do próprio processo de escrita da dissertação, marcados por aspectos muito subjetivos. No decorrer do desenvolvimento do relatório, assumo então a primeira pessoa do plural, ressaltando assim a construção coletiva desse conhecimento amparado pelo trabalho de campo, leituras e orientações.

² Maior jornal de circulação no Ceará, o segundo maior do Nordeste, de acordo com dados do Instituto Verificador de Circulação (2008) e um dos veículos de comunicação do Sistema Verdes Mares, instituição que, por sua vez, está integrada ao Grupo Edson Queiroz, cujas empresas dos sete segmentos em que atua ocupam posição de destaque em suas referidas áreas.

jornalistas por ser repórter de impresso. Agora, percebia que esse papel estava se ampliando. De posse de um celular multifuncional, que se agregava às outras ferramentas básicas de trabalho no jornalismo impresso: papel, caneta e gravador de áudio, saíamos às ruas para apurar os fatos tendo em mente que deveríamos construir dois relatos: um escrito e um audiovisual.

Comecei a me questionar se por estar produzindo conteúdos para a seção multimídia da versão on-line do jornal ainda poderia me definir apenas como jornalista de impresso. Essa dúvida podia parecer simples e despreziosa, mas demonstrava que o universo jornalístico que me era familiar estava se transformando rapidamente. Já não sabia ao certo qual era meu lugar nesse cenário, se estava qualificada para realmente produzir os novos conteúdos, se seria substituída por um profissional com mais aptidão para realizar as duas funções, dentre outros questionamentos que surgiram.

Foram esses problemas que me levaram a pensar a situação sob um ponto de vista estrutural, fazendo com que chegasse à questão que se tornaria a pergunta de partida do projeto de pesquisa aqui executado: **Como o uso das novas tecnologias afeta o modo de trabalho no jornalismo impresso contemporâneo e ainda a identidade do jornalista?**

O que pude perceber, acompanhando o fenômeno mesmo antes de este ter a forma de uma proposta de pesquisa científica, foi que a nova tarefa dividiu opiniões entre os repórteres. Muitos reclamavam, poucos elogiavam a iniciativa da empresa, mas todos, mesmo que em uma única oportunidade, tiveram que gravar os vídeos. Essa situação despertou meu interesse de investigar o que os profissionais achavam dessa atividade e como se sentiam ao realizá-la. A partir desse momento, os sujeitos, os jornalistas de impresso, os homens atrás da máquina de registrar imagens, passaram a ser o foco da pesquisa. Essa opção pareceu-me um desafio e também uma inovação.

A tradição no campo da comunicação é de estudos voltados ora para as mensagens, ora para os “receptores”. Mesmo as pesquisas de newsmaking, dedicadas ao estudo das rotinas produtivas, focam a atenção no processo de construção das notícias, deixando os responsáveis por elas em segundo plano. Mais do que compreender como os jornalistas realizavam os vídeos, me interessava saber em que medida essa atividade influenciava a ideia de jornalista de impresso que cada um tinha. Afinal, a frase “sou jornalista de impresso e não *videomaker*” ecoava constantemente na redação. O que, a meu ver, sintetizava a desorientação pela qual muitos jornalistas passavam naquele momento.

Essa falta de orientação tinha incidência direta na qualidade dos vídeos, seja esteticamente falando ou em termos de conteúdo. Ainda hoje, essas produções têm um

aspecto amador. São, em sua maioria, registros curtos, com um a três minutos de duração, que mostram desde cenas do fato a entrevistas com uma fonte relacionada ao acontecimento. A não familiaridade dos repórteres com a linguagem audiovisual ficava evidente em vídeos que traziam imagens tremidas, gravações em contraluz, ruídos do ambiente que comprometiam a compreensão das entrevistas, dentre outros problemas técnicos. Mesmo assim, essas produções têm um papel representativo para a instituição, pois marcam sua entrada na era da convergência jornalística. Os autores Salaverría e Negredo (2008) se detiveram sobre as minúcias desse fenômeno de aproximação entre as mídias, cujos exemplos de maior envergadura apontam para a convergência entre o impresso e o on-line.

Apresentado como uma novidade no mercado, o conteúdo multimídia pode ser considerado uma estratégia de convergência jornalística que reforça a identidade do *Diário do Nordeste* construída ao longo de sua história em torno do binômio tecnologia e modernidade. O jornal, que completa em 2011, 30 anos, surgiu em um cenário onde os ideais da modernidade estavam diretamente atrelados ao desenvolvimento tecnológico, ao progresso e à inovação.

À época do nascimento do DN, o Ceará passava por uma fase de modernização empresarial. Embalado pelo espírito modernizante em vigor no Estado, o jornal começa a investir na aquisição de novas tecnologias como traço distintivo em relação aos concorrentes e surge para competir diretamente com jornais já alicerçados no mercado³: *O Povo*, *Tribuna do Ceará* e *O Estado*.

O resultado desse investimento foi o pioneirismo em ações como a impressão em cores de todo o jornal⁴ (1982), a informatização da redação (no início da década de 1990) e, mais recentemente, a produção de conteúdo multimídia realizada pelos jornalistas do impresso (2008), que foi acompanhada por outras inovações como a oferta de todo o conteúdo do jornal para dispositivos móveis. Eventos apontados pela própria instituição como significativos tanto para sua trajetória como para a história do jornalismo impresso cearense.

³ É interessante ressaltar que a menção à modernidade também esteve presente no discurso fundador do jornal *O Povo*, criado em 1928, quando coloca em relevo a aquisição de novas máquinas de impressão. Contudo, este prefere investir, ao longo de sua trajetória, na diferenciação em relação aos outros veículos por conta da sua abordagem política. Hoje, o *Diário do Nordeste* disputa o mercado de leitores com *O Povo*. A *Tribuna do Ceará* circulou pela última vez no dia 5 de janeiro de 2001, enquanto *O Estado* continua indo às ruas, mas com uma tiragem considerada baixa (aproximadamente 12 mil exemplares) quando comparada a dos concorrentes, que ultrapassam os 25 mil exemplares.

⁴ O jornal *O Povo* já em 1959 começa a ser impresso em duas cores. A partir dos anos de 1970, ele imprime as fotos coloridas e em 1989, que o jornal adota as cores em outros elementos gráficos, como boxes (*O POVO 80 ANOS*, 07 de janeiro de 2008).

Ao utilizar novos dispositivos tecnológicos em sua rotina, o DN está também se valendo do ideário da modernidade atrelado às inovações técnicas e ao progresso para conquistar não só um espaço no mercado, mas, principalmente, se auto-afirmar como instituição social no cenário contemporâneo.

O conteúdo multimídia do *Diário do Nordeste* converte-se, assim, na atualização mais recente de sua *performance técnica* e, por sua vez, de seu ethos discursivo como jornal moderno e inovador. A opção por ressaltar a técnica em detrimento da missão comunicativa das mídias não é um fenômeno recente. Para Dominique Wolton (2007), a emergência das tecnologias digitais está colocando em relevo a dimensão técnica da comunicação que acaba suplantando a dimensão humana e os objetivos coletivos da comunicação social em favor das ferramentas tecnológicas, da velocidade, do fluxo de informações, das possibilidades narrativas com a hipertextualidade, etc.

Segundo o autor, a valorização da performance técnica nos estudos da comunicação traz o foco da discussão para a forma como os conteúdos são produzidos e apresentados, relegando para segundo plano ou mesmo desconsiderando seus usos sociais e os agentes envolvidos no processo comunicativo, sejam eles os receptores/usuários ou mesmo os produtores de conteúdos ligados a grandes empresas de comunicação: os jornalistas.

Diante desse cenário, a pesquisa que decidi empreender se deteve em apurar como o investimento na tecnologia acabou afetando ou entrando em confronto com as visões de mundo, valores e conhecimentos que fazem parte do exercício da profissão.

A primeira observação relativa a essa proposta foi a de que a convergência jornalística embaralhou as práticas dos profissionais. Os repórteres do DN não podiam mais ser identificados apenas como redatores de notícias, pois acumulavam também a função de realizadores audiovisuais. Diante dessa situação, eles ficaram na fronteira entre uma identidade construída em torno de saberes, valores e práticas associados à rotina do jornalismo impresso e outra em construção, marcada pela proximidade com tecnologias móveis e desenvolvimento de novas competências que incluem o domínio de outras linguagens midiáticas, como o audiovisual.

Por conta disso, despontou como de extrema relevância investigar as mudanças vivenciadas pelos repórteres do DN com a prática da produção multimídia, desde as significativas às mais corriqueiras. Para tal, busquei responder a alguns questionamentos:

- O uso da nova tecnologia é celebrado pelos profissionais que se sentem conectados às novas práticas do mundo contemporâneo?

- A presença da tecnologia aciona um discurso romântico em torno da identidade do profissional do impresso?
- Quais as competências que os jornalistas precisam ter na atualidade para o exercício da profissão?
- O jornalista que produz a multimídia adquire o status de “incluído”, enquanto aqueles que não se encaixam nesse perfil passam a ser os excluídos da redação, sofrendo assim sanções simbólicas e materiais que essas posições acarretam?

Tomando essas perguntas como guia, foi possível investigar como os jornalistas do DN estavam lidando com a produção multimídia, se a realização dos vídeos fez com que estes se sentissem repórteres multimídia ou se o impresso ainda era o referencial de atuação profissional para eles. E, assim, observando esse movimento dialético pudemos compreender como a identidade de jornalista de impresso estava sendo moldada, negociada ou reconstruída com base no exercício da produção de conteúdos multimídia. Afinal, como afirma Woodward (2000), a identidade está sujeita às relações de força, de poder e se constrói em um espaço de disputa de hierarquias, sejam elas materiais ou simbólicas.

As consequências dessa disputa que circunda a identidade do jornalista de impresso no cenário de convergência jornalística foram observadas com a realização da pesquisa junto aos profissionais do *Diário do Nordeste*. Nosso encontro com os protagonistas desse fenômeno foi orientado por alguns objetivos:

- Identificar em que medida a adoção do aparelho multifuncional (celular) faz parte do exercício da performance técnica adotada pelo DN;
- Investigar a construção da identidade e da diferença entre os profissionais do DN:
 - Como os repórteres se definem a partir das novas competências que exercem?
 - Como definem os outros, os profissionais do on-line, os diferentes da redação?
 - Como definem o perfil de um jornalista multimídia?
 - Qual o papel social que ocupam na redação?

Para alcançar esses objetivos, foi necessário entrevistar os profissionais envolvidos com o fenômeno e também fazer uma inserção na rotina de trabalho do próprio *Diário do Nordeste*, condição esta que me foi favorável, principalmente, por ter sido convidada a desempenhar novamente o papel de colaboradora no jornal.

Em dezembro de 2009, retorno à instituição para assumir a função de repórter e depois de editora. A vivência do mestrado tinha me transformado e o espaço que durante quatro anos de profissão me foi tão familiar, agora se mostrava completamente novo aos olhos da pesquisadora.

Foi com esse olhar científico que passei a observar e viver o dia a dia na redação. Contudo, para que pudesse fazer dessa rotina uma experiência científica, tive que realizar escolhas metodológicas que me permitiram conhecer as particularidades do objeto em estudo. Nesse momento, dentre as opções que a tradição das pesquisas qualitativas em Ciências Sociais oferece, o estudo de caso despontou como delineamento adequado para captar as minúcias do fenômeno aqui estudado e ainda atingir os objetivos propostos.

O estudo de caso é um modelo de pesquisa que permite investigar o fenômeno pelo lado de dentro, estando o pesquisador inserido no contexto e dando margem à subjetividade também de quem está relacionado ao processo (GIL, 2009). Como a investigação expressa nesse relatório tem como foco os sujeitos e foi conduzida sob a perspectiva de um pesquisador inserido diretamente no cenário de ação do fenômeno, o estudo de caso mostrou-se então uma opção acertada. Além disso, essa opção de pesquisa possibilita que cada pesquisador adote os procedimentos que considera convenientes para a coleta de dados e ainda para a redação do relatório.

Particularmente, optei pela realização de entrevistas em profundidade com jornalistas do *Diário do Nordeste* que estiveram, de alguma forma, relacionados com a gravação dos vídeos digitais. Segundo Poupert (2008, p.216), a entrevista é uma técnica que proporciona conhecer internamente os dilemas pelos quais passam os atores sociais. Por conta disso, a entrevista qualitativa, não-diretiva ou em profundidade apresentou-se como necessária para a compreensão dos conflitos, dilemas e das relações de poder instaurados no cotidiano de trabalho dos jornalistas do *Diário*.

Essa ferramenta de coleta de dados coloca os sujeitos em uma posição de extrema relevância para a investigação científica, oferecendo ao pesquisador a exploração da experiência do vivido destes personagens sociais. Portanto, já na elaboração do roteiro de perguntas tentei captar a experiência de 19 informantes que desempenharam a ação de gravação dos vídeos digitais.

Com eles, tive longas conversas, que duravam em média uma hora, a respeito de seus hábitos relacionados ao uso das novas tecnologias, da rotina de trabalho, da realização dos vídeos, do papel do jornalismo impresso hoje e, principalmente, de como se definem depois dessa experiência com a produção de conteúdo multimídia.

As inferências, conclusões realizadas a partir das entrevistas e mesmo a transcrição de trechos das mesmas permearam toda a elaboração deste relatório, cujo desenvolvimento está dividido em quatro capítulos.

No primeiro, é apresentada a instituição em que está situada a pesquisa: o *Diário do Nordeste*. A história dessa organização jornalística é contada sob a perspectiva da construção de seu ethos, de sua identidade ao longo do tempo, perceptível nos espaços editoriais em que fala de si mesmo. Em seus 30 anos de existência, o *Diário* sobrevalorizou a aquisição de tecnologia, fazendo desse hábito uma marca de sua performance, cuja feição nos dias atuais é desenhada pela convergência jornalística.

O jornal se ancora nos valores da modernidade para construir sua imagem e para compreender como se dá esse processo, foi preciso, antes de tudo, discutir sobre as características da modernidade ou suas consequências, como coloca Giddens (1996), das quais a reflexividade e a compressão espaço-temporal foram as mais exploradas ao longo da dissertação.

Ainda nesse capítulo, a construção da identidade do jornal foi relacionada com a própria identidade dos jornalistas que nele atuam. Entra em cena, nessa discussão, a problemática do estudo das identidades na contemporaneidade. Por meio dela, foi possível fazer uma conexão entre a construção de identidades culturais múltiplas e as identidades dos jornalistas, estes que, conscientes ou inconscientes, transitam entre algumas **posições identitárias** ao longo de seu exercício profissional.

O segundo capítulo foi dedicado à descrição e reflexão do percurso metodológico construído com o decorrer da pesquisa. Nesse momento, foram apresentados, por meio de um breve perfil, os informantes que colaboraram com a investigação. Além dos sujeitos, esse capítulo identifica como se deram as transformações no ambiente de trabalho desses profissionais e no que estas mudanças foram relevantes para a constituição de suas identidades. Para tal, foi lançado mão do conceito de *habitus*, de Pierre Bourdieu (1989), que permitiu dimensionar os **conflitos e tensões** vivenciados pelos jornalistas.

No terceiro capítulo, a tecnologia ou o **aspecto tecnológico da comunicação** é problematizado por meio de discussões referências no cenário da comunicação realizadas por autores como Walter Benjamin (1994), Marshall McLuhan (1996), Lúcia Santaella (2003 e 2005) e Dominique Wolton (2006, 2007 e 2010). Em seguida, o conceito de convergência de mídias é apresentado com base nas discussões de pesquisadores cujas ideias se completam. Dentre os desdobramentos do exercício desse processo está **a convergência jornalística**, fenômeno aqui discutido por Salaverría e Negredo (2008) e Esther Applegren (2005) e cuja

perspectiva para os sujeitos que com ele colaboram foi ressaltado pela investigação junto aos profissionais do DN.

Já no quarto capítulo, a análise da construção da identidade dos profissionais do *Diário* é aprofundada a partir das reflexões de autores como Stuart Hall (2000, 2003 e 2006), Bauman (2001 e 2005), Giddens (1996, 2002), Kathryn Woodward (2000), Tomaz Tadeu da Silva (2000) e Luíz Martino (2010). Dentre as articulações do conceito, duas proposições foram destacadas: a de que os sujeitos possuem **identidades múltiplas** (HALL, 2006) e que estas se constroem também a partir da **diferenciação** em relação ao outro (WOODWARD, 2000; e SILVA, 2000).

É por entre conflitos, disputas de poder e classificações hierárquicas que os jornalistas acumulam uma bagagem simbólica e material que lhes permite se definirem seja como profissionais multimídia ou profissionais de impresso.

E, para encerrar o relatório, a conclusão relaciona o caso *Diário do Nordeste* com as transformações estruturais do jornalismo, motivadas pelo surgimento de novos suportes, uso de novas ferramentas e novos modos de agir. Novidades estas que podem até confundir os jornalistas, mas não impedem que esses sujeitos continuem na profissão, cujo exercício é marcante na constituição de suas próprias subjetividades.

Os anos de 1980 foram marcados, no campo das Ciências Sociais, pelas primeiras discussões em torno dos impactos da globalização e da superação da modernidade com a conseqüente instauração de um cenário pós-moderno (GIDDENS, 1991; BAUMAN, 2001 e HALL, 2006). No Ceará, nos planos político e econômico, o contexto é de uma “virada moderna”, encabeçada pela burguesia empresarial local (CARVALHO, 1995). Influenciado por essa conjuntura, nasce o *Diário do Nordeste*, em 1981. Apresentando-se como moderno, o jornal enfatiza o investimento tecnológico como um diferencial – discurso este adotado pela instituição até os dias atuais. Ao longo do capítulo, iremos explicitar como o *Diário do Nordeste* se vale do ideário em torno da modernidade para construir sua identidade, seu ethos (AMOSSÍ, 2005). Investigaremos como este processo influencia a identidade dos jornalistas, marcada pelas transformações na rotina de trabalho advindas, sobretudo, com as tecnologias móveis que, por sua vez, contribuem para a atualização do discurso do periódico acerca da modernização tecnológica.

2.1 – Modernidade: a era da mobilidade

A gênese do jornalismo está diretamente atrelada aos processos que conduziram ao que conhecemos como modernidade, ainda no século XV. Em meio à efervescência das expansões mercantis, ao enfraquecimento do Absolutismo, ao fortalecimento do poder econômico e político da burguesia e à urbanização, uma inovação de cunho tecnológico proporcionará o que se considera hoje como uma das primeiras Revoluções técnicas da história da humanidade: a imprensa de tipos móveis (VILLAÇA, 2002).

A mídia impressa ditou o ritmo de propagação das informações durante séculos, sendo o jornal o formato mais veloz. Até o século XX, a hegemonia do meio impresso era absoluta. A eletricidade trouxe à reboque o rádio e a televisão, que abalaram – mas não desestruturaram – o estatuto do jornal impresso, que se viu verdadeiramente ameaçado com a constituição do que muitos consideram ser uma terceira revolução, a da informação (CASTELLS, 1999; LEMOS E LÉVY, 2010).

Particularmente, no cenário jornalístico, as transformações advindas da representação do mundo em códigos binários é marcada, no imaginário social, pela gradativa substituição da imagem das rotativas aceleradas pela velocidade dos cliques. Diante desse ritmo imediato, os jornais procuram alternativas para não serem levados pela instantaneidade das mídias digitais. Dentro de suas 24 horas de limitação, a imprensa não desiste de tentar ser vanguarda e vale-se dessas mesmas tecnologias para se autoafirmar.

É isso o que faz o *Diário do Nordeste*. Na era da revolução da informação, o jornal cearense tenta compensar seu déficit temporal em relação, sobretudo, à internet, oferecendo mais que relatos impressos. Oferta ao leitor conteúdos audiovisuais e, principalmente, a sensação de, ao ler o jornal, estar integrado ao tempo presente, não só por estar informado, mas por ter, diante de seus olhos, uma mídia que, mesmo antiga e tradicional, ainda consegue ser moderna.

Uma ferramenta que aproxima o leitor das fontes de informações das matérias publicadas no jornal está disponível, de forma efetiva, a partir deste domingo, no site do Diário do Nordeste. Com um misto de inovação tecnológica e criatividade, o novo serviço on-line disponibiliza vídeos e áudios colhidos pelos repórteres, durante a realização de algumas pautas (...) Para Leonardo, o Diário está entrando em uma nova era. “É um passo importante em matéria de multimídia, ao usar um equipamento de ponta, com a preocupação de fornecer maior quantidade de conteúdo e fazer com que o site seja cada vez mais moderno”, diz (VÍDEOS E ÁUDIOS NO SITE DO DIÁRIO, 09 de março de 2008).

Na passagem acima, em que é apresentado aos leitores o novo serviço de conteúdo multimídia oferecido na página eletrônica do jornal *Diário do Nordeste*, o termo “moderno” é usado para qualificar o site do veículo, que ganhará uma nova atribuição a partir do uso de “equipamento de ponta”. O equipamento trata-se de “um aparelho celular com gravador e filmadora”, cuja operacionalização e utilidade são explicadas no decorrer do relato jornalístico.

Ser moderno nada mais é que ser atual. Etimologicamente, a palavra *moderno* vem do latim e é composta pelos termos *modo* e *hodierno*, que remetem a algo que é dos nossos dias, do cotidiano. Dessa forma, quando o DN se autointitula moderno está afirmando sua atualidade com o tempo presente, com o que há de mais recente no cenário jornalístico.

O que verificamos com a leitura da matéria é uma apologia à modernização tecnológica, utilizada para delimitar a passagem para uma nova “era” do veículo de informação, que sai de um estado (antigo) para outro (novo), graças ao uso da tecnologia. A associação do novo com o moderno já está consolidada no imaginário coletivo. No mundo da moda, passando pela indústria e até mesmo na área educacional, o termo “moderno” qualifica produtos e serviços novos, ofertados como sendo o que há de mais atual e melhor no mercado. A vinculação do moderno ao novo não se manifesta apenas na linguagem mercadológica. No campo político, ela é recorrente nos discursos, sobretudo em períodos de campanha eleitoral.

A candidata da esquerda às eleições presidenciais brasileiras de 2010, Dilma Roussef, enfatizou, no discurso proferido durante a oficialização de seu nome como representante do Partido dos Trabalhadores (FOLHA.COM, 2010), a relação da mudança com o novo e a modernidade:

Para o Brasil seguir mudando, temos que continuar modernizando a política de desenvolvimento regional, reconhecendo as particularidades de cada estado, cada região. Eu quero ser, depois do presidente Lula, a presidente da moderna integração regional do país (FOLHA.COM, 13 de junho de 2010).

Neste caso, a modernidade é tida como uma mudança positiva e funciona como justificativa legítima para levar adiante as transformações e as consequências que dela decorrem. O que merece ser destacado é que a modernidade está sempre atrelada a mudanças que, por sua vez, conduzem a uma nova condição. Dentre as transformações mais significativas advindas dos tempos modernos está o desenvolvimento dos meios de comunicação e de transporte, que proporcionaram aos indivíduos se deslocarem, seja física ou simbolicamente, para lugares antes inacessíveis.

A viagem em balões e a fotografia aérea mudaram percepções da superfície da terra, ao mesmo tempo em que novas tecnologias de impressão e de reprodução mecânica permitiam a disseminação de notícias, informações e artefatos culturais nas camadas cada vez mais amplas da população (HARVEY, 1993, p. 240).

A partir da segunda metade do século XIX, David Harvey (1993) verifica uma acentuada compressão do tempo e do espaço, caracterizada, sobretudo, pela interligação do globo e relativização do espaço. Dessa forma, um determinado evento ocorrido em um lugar poderia ter implicações imediatas sobre vários outros eventos, estivessem eles próximos ou distantes do primeiro (HARVEY, 1993, p. 238).

Conforme Anthony Giddens (1991, p.12 - 13), para compreender as mudanças que alteraram profundamente nosso modo de vida em sociedade, hoje, é preciso compreender as rupturas que a modernidade provocou. Afinal, estamos vivenciando exatamente a radicalização ou o desenrolar das consequências da modernidade, que o autor denomina, em outra obra, de alta modernidade (GIDDENS, 2002, p. 11).

As novas tecnologias da comunicação compõem esse conjunto de transformações que devem ser vistas como desdobramentos da modernidade; afinal, elas potencializam as principais ações que estão no cerne do nascimento da era moderna: as noções de tempo e espaço e de reflexividade da sociedade. Dada a abrangência das discussões que circundam a temática da modernidade, incluindo as que defendem sua superação e instauração de uma pós-modernidade⁵, optamos por aprofundar a reflexão em torno da nova relação espaço-temporal

⁵ Jean François Lyotard (1979) foi o responsável pela popularização do termo e do conceito de pós-modernidade. Esse novo momento da humanidade é identificado pelo questionamento da epistemologia e do progresso baseado no planejamento humano. A própria noção da história, da forma que a conhecemos, como uma sucessão de acontecimentos lógicos que compõem um enredo, é contestada pelos teóricos da pós-modernidade. Não há mais grandes narrativas – como o Marxismo – que orientam as ações do homem e o direcionam rumo à autonomia e liberdade. O termo pós-modernidade é polêmico e pode aparecer travestido de diversas outras denominações, como modernidade líquida (Bauman, 2001), modernidade tardia (Stuart Hall, 2006) ou sobremodernidade (Marc

construída no desenrolar da vida moderna, geradora do fenômeno destacado por Giddens (1991, p. 25) como desencaixe, e também da reflexividade do cotidiano e do conhecimento.

Questões como a crise dos Estados nacionais e mesmo o processo de globalização poderão aparecer como apoio, mas não estão no centro da investigação desta pesquisa, que se voltará para outro tema ainda relativo ao leque de reflexões vinculadas à ordem moderna: as discussões sobre identidade. A relação do sujeito com o aprofundamento das características da modernidade e sua posição nesse novo cenário será aprofundada no decorrer da investigação, pois é a base para a compreensão da problemática que nos motivou a enveredar nessa empreitada científica.

Dando início à reflexão em torno dos processos que desencadearam o estágio da humanidade que consideramos moderno, Giddens (1991) observa que, enquanto nas sociedades pré-modernas, o tempo e o espaço eram variáveis interligadas; na modernidade, elas se distanciam drasticamente. O tempo, por exemplo, passa a ser controlado e medido, assumindo uma posição dominante em relação ao espaço que, por sua vez, torna-se vazio, pois deixa de estar associado a um local determinado. Há, assim, uma universalização do espaço a ponto do referencial de território humano ser o próprio globo (GIDDENS, 1991, p. 26-27). Zygm Zygmunt Bauman (2001) corrobora com o fato de que a separação entre tempo e espaço foi a grande mudança que promoveu a instauração da modernidade.

O tempo e seus medidores mecânicos permitirão a racionalização, o ordenamento da vida, enquanto as distâncias serão encurtadas, favorecendo a conquista do espaço (territórios) por sociedades que apresentarem maior “capacidade” de deslocamento e que souberem utilizar o tempo a seu favor.

O tempo adquire história, uma vez que a velocidade do movimento através do espaço (diferentemente do espaço eminentemente inflexível, que não pode ser esticado e que não encolhe) se torna uma questão do engenho, da imaginação e da capacidade humana (...). Quando a distância percorrida numa unidade de tempo passou a depender da tecnologia, de meios artificiais de transporte, todos os limites à velocidade do movimento, existentes, herdados, poderiam, em princípio, ser transgredidos (BAUMAN, 2001, p. 16).

David Harvey (1993, p. 190) observa que há um cisma intelectual no pensamento que versa sobre a relação entre o tempo e o espaço na modernidade. De acordo com ele, as teorias sociais focam-se no tempo, considerando o espaço um aspecto contingente da ação humana. Já as teorias estéticas centram-se no espaço, mais precisamente no que o autor chama de “espacialização do tempo”.

Augé, 2006). No entanto, entre eles, há o consenso de que se trata de um período em que predomina a fragmentação espaço-temporal e onde a globalização tem um papel preponderante.

Como a modernidade trata da experiência do progresso através da modernização, os textos acerca dela tendem a enfatizar a temporalidade, o processo de *vir-a-ser*, em vez de *ser*, no espaço e no lugar (...). A teoria estética, por outro lado, procura as regras que permitam a veiculação de verdades eternas e imutáveis em meio ao turbilhão do fluxo e da mudança (HARVEY, 1993, p. 190-91).

As discussões travadas por Giddens (1991) e Bauman (2001) estão no rol das teorias sociais que exploram a supremacia do tempo em relação ao espaço. Harvey (1993), por sua vez, ao discorrer sobre a ascensão do modernismo como formação cultural, enfatiza o desenrolar das transformações sociais e, principalmente, a ascensão das formas capitalistas de poder a partir da alteração dos referenciais espaciais, sem perder de vista a importância da aceleração do tempo implicada nas novas formações sociais e nos movimentos estéticos.

Dessa forma, os três autores convergem ao considerarem a velocidade como um fator inerente à vida moderna. Conforme Harvey (1993, p. 258), novos modos de agir, pensar e sentir na pós-modernidade são desencadeados pela aceleração do tempo na linha de produção capitalista. Como consequência, a volatilidade, a efemeridade, a descartabilidade e a aceleração tornam-se conceitos presentes não apenas nas práticas de consumo, mas nas experiências sociais como um todo.

Para Bauman (2001, p. 08), a mobilidade é a chave para a compreensão dos desdobramentos atuais da modernidade. O autor se vale das propriedades dos líquidos e dos sólidos para construir uma metáfora do período moderno e o divide em dois momentos.

A fase sólida da modernidade é identificada pelo autor como a prevalência do maquinário pesado, com a conquista de novos territórios, a instauração de um poder fixo, acumulação lenta de riquezas e resistência à mobilidade (2001, p. 132-33). É o momento em que se verifica a expansão imperialista, a emergência de grandes empresas mundiais, como a Ford⁶, e a centralização do poder na figura do Estado-Nação⁷.

A passagem para a fase leve, fluida ou líquida é marcada pela compressão do tempo. As ações se tornam quase que instantâneas e a expressão do poder e da riqueza não se dá mais através da conquista de novos espaços, mas do potencial de adaptabilidade às constantes mudanças.

No universo do software da viagem à velocidade da luz, o espaço pode ser atravessado, literalmente, em “tempo nenhum”; cancela-se a diferença entre “longe” e “aqui”. O espaço não impõe mais limites à ação e seus efeitos, e conta pouco, ou

⁶ O modelo de trabalho da fábrica de automóveis Ford será exemplar da racionalidade planejada na modernidade pesada.

⁷ A soberania dos Estados-Nação estava associada à conquista territorial, daí as grandes guerras mundiais que não passaram de tentativas de auto-afirmação de algumas nações através da expansão das fronteiras territoriais, realizadas à custa do desenvolvimento da indústria bélica – outra dimensão advinda com a modernidade.

nem conta. Perdeu seu valor estratégico, diriam os especialistas militares (BAUMAN, 2001, p. 136).

A modernidade líquida é marcada pela facilidade dos indivíduos de se moverem em diferentes aspectos (no espaço físico, campo do trabalho, em trocas comerciais etc.) Contudo, a busca pela mobilidade tem suas consequências. A mais significativa delas é a ausência física dos sujeitos nas situações de interação social. É o que Giddens (1991) chama de desencaixe, uma espécie de deslocamento das relações sociais de contextos locais para contextos amplos, indefinidos.

Em linhas gerais, consiste na substituição das relações de interação face a face por relações mediadas e distantes fisicamente (THOMPSON, 1995, p. 29). Essa ideia se complexifica ainda mais hoje, quando observamos a passagem das interações sociais para contextos globais e, sobretudo, para espaços sem materialidade física, como é o caso da internet. Porém, as mídias informativas tradicionais (televisão, rádio e jornal impresso), por sua vez, já operam com base na noção de desencaixe.

Como mediadoras da realidade, elas levam ao sujeito informações sobre acontecimentos ocorridos em espaços onde elas não podem estar presentes. A partir disso, com seus recursos linguísticos e também tecnológicos, tentam reproduzir de forma verossímil cenários, situações e contextos. Giddens (1991, p. 29) observa que a mediação da experiência através das mídias é indispensável à modernidade. “O desenvolvimento e a expansão das instituições modernas está diretamente envolvido com o imenso aumento na mediação da experiência que essas formas de comunicação propiciaram”.

Conforme Thompson (2008, p. 167), no contexto flexível e dinâmico da modernidade, as mídias assumem o papel de “multiplicadores da mobilidade”, expandindo as interações entre os sujeitos e acelerando os contatos que agora se dão para além das fronteiras geográficas.

A mediação através dos meios de comunicação, segundo Giddens (1991), tornou-se tão familiar a ponto de o evento presenciado “ao vivo”, sem a interferência do aparato midiático, tornar-se menos interessante que a representação feita pela mídia do mesmo. Com essa observação, o autor concorda com o ponto de vista de que os meios de comunicação de massa formam, constroem realidades⁸. Entretanto, o sociólogo britânico não chega ao extremo

⁸ Niklas Luhmann (2005) é um dos autores expressivos da corrente construtivista que considera os meios de comunicação de massa não como espelhos da realidade social, mas construtores ativos desta.

de acreditar que a realidade midiática é onipotente e anula o que está fora dos holofotes da grande mídia⁹.

A mediação da experiência cotidiana através das mídias receberá um impulso diferencial com o auxílio das novas tecnologias. A partir disso, os meios de comunicação massivos passam então a buscar maneiras, cada vez mais sofisticadas – tecnologicamente falando – de aproximar o homem dos cenários onde os eventos acontecem. Um exemplo dessa estratégia está expresso no discurso do *Diário do Nordeste* sobre a nova prática do jornalismo multimídia adotada pelo periódico: “Basicamente o leitor terá um conteúdo mais amplo e vai poder sentir mais de perto como a matéria é feita, com a mesma proximidade que o repórter tem da fonte”, explica o editor de conteúdo do *Portal Verdes Mares*, Leonardo Fontes (VÍDEOS E ÁUDIOS NO SITE DO DIÁRIO, 09 de março de 2008).

A interpretação que podemos fazer dessa atribuição da tecnologia é que o conteúdo multimídia do jornal tem o intuito de oferecer elementos que transportarão o leitor para o local em que se deu o fato, tal e qual o repórter teve acesso a ele. O que caracteriza não uma tentativa de “reencaixe”, pois o tempo e o espaço do acontecimento não irão coincidir com o tempo e espaço em que o leitor tem acesso a ele, mas tenta dirimir a sensação de distanciamento.

De certa forma, percebemos no uso das novas tecnologias de comunicação, sobretudo da internet, a tendência em minimizar as distâncias que a própria modernidade criou. Sites de relacionamentos ou de redes sociais, programas de mensagens instantâneas, enfim, as variedades de usos e espaços virtuais oferecem ferramentas a indivíduos afastados geograficamente para que estes possam manter contato entre si. Quando essas relações saem do plano virtual e se materializam em interações face a face no plano físico, temos assim uma ação de reencaixe¹⁰.

Conforme Giddens (1991), os meios de comunicação de massa – e acrescentamos a eles as novas tecnologias de comunicação e informação – têm um papel de extrema importância na modernidade, pois são os responsáveis por promover a reintegração entre o tempo e o espaço, necessária para a organização da vida moderna. “Dizer modernidade é dizer

⁹ Jean Baudrillard, em *Simulacros e Simulações* (1981), observa que os meios de comunicação de massa vão além da própria realidade, em um processo que denomina de “hiper-realidade”, no qual a representação midiática se coloca no lugar do objeto representado – operação denominada pelo filósofo de simulação, cujos resultados são os simulacros midiáticos.

¹⁰ Em Fortaleza, um grupo de usuários do microblog Twitter decidiu estender os relacionamentos criados no espaço virtual com encontros esporádicos para almoçar, chamados de “tweet lunch”. Se não fosse a vinculação à mesma rede social virtual, dificilmente esses indivíduos teriam se encontrado no plano físico.

não só organizações, mas organização – o controle regular das relações sociais dentro de distâncias espaciais e temporais indeterminadas” (GIDDENS, 2002, p. 22).

Com base nesse raciocínio, podemos afirmar que as mídias resultam dos deslocamentos da modernidade, consequência direta da operação de desencaixe, esta que, segundo Giddens (1991), pode ser provocada por elementos que ele chama de sistemas abstratos, os quais estão subdivididos em dois tipos: fichas simbólicas e sistemas peritos. Como exemplo de ficha simbólica tem-se o dinheiro:

O dinheiro é um modo de adiamento, proporcionando os meios de conectar crédito e dívida em circunstâncias em que a troca imediata de produtos é impossível. O dinheiro, pode-se dizer, é um meio de retardar o tempo e assim separar as transações de um local particular de troca. Posto com mais acurácia, nos termos anteriormente introduzidos, o dinheiro é um meio de distanciamento tempo-espaço. O dinheiro possibilita a realização de transações entre agentes amplamente separados no tempo e no espaço (1996, p. 32).

O dinheiro mercadoria, circulante na era pré-moderna, tornou-se puro símbolo no período moderno. Contudo, as transformações advindas com as tecnologias digitais redimensionaram, inclusive, o potencial de desencaixe do dinheiro enquanto ficha simbólica. Cartões de crédito, cheques e o débito em conta corrente reduziram o dinheiro à informação. Não há mais uma materialidade circulante, somente números que se deslocam entre redes de informações.

Dessa forma, o próprio sistema monetário e financeiro ganha novos contornos com a mediação tecnológica. Como observa Manuel Castells (2003), a formação das redes de comunicação, sobretudo da internet, traçará o desenho de uma nova economia, definida por ele como “negócios eletrônicos” que, por sua vez, tem como base o capital eletrônico:

À medida que a tecnologia da informação se torna mais poderosa e flexível, e à medida que as regulações nacionais são atropeladas por fluxos de capital e comércio eletrônico, os mercados financeiros vão se tornando integrados, acabando por operar como uma unidade em tempo real por todo o globo (CASTELLS, 2003, p. 68).

A saída de cena do papel-moeda e a prática de trocas financeiras em rede demonstram que a modernidade está se complexificando em diferentes aspectos. Contudo, seja na forma física ou como informação binária, o dinheiro continua sendo uma ficha simbólica e um elemento de desencaixe, mas agora com um potencial de circulação muito mais imediato e de maior abrangência espacial.

Como observa Bauman (2001, p. 146), a ideia de mobilidade e transitoriedade do atual estágio da vida moderna foi absorvida pelo capitalismo e é o que faz girar o lucro no mercado atual, sobretudo o de bens não-duráveis. Enquanto na modernidade sólida, o poder estava associado à posse de objetos imortais ou de longa duração, na fase líquida é o desapego

e a transitoriedade que determinam a pertença a um segmento social mais elevado¹¹, ou seja, que faz do indivíduo um consumidor moderno.

Além do dinheiro, outro elemento de desencaixe observado por Giddens (1991, p. 35) corresponde aos sistemas peritos. Trata-se de sistemas técnicos responsáveis pela manutenção material dos espaços sociais em que vivemos. A Engenharia Mecânica, a Medicina e o Direito são alguns exemplos de sistemas peritos com os quais lidamos na modernidade. O autor explica que eles promovem o desencaixe porque se assentam na garantia de uma expectativa que se dá num tempo e espaços distanciados (GIDDENS, 1991, p.36).

A relação que mantemos com esses sistemas peritos é construída na base da confiança. Ao entrar em um avião ou ingerir um medicamento não nos questionamos se os cálculos para a construção do aparelho ou da fórmula química foram feitos de forma exata – simplesmente confiamos que ambos foram elaborados por peritos, pessoas que detêm um saber específico, que não possuímos, e cujo compromisso é ser o mais preciso possível e evitar falhas.

A incapacidade de termos conhecimentos em diversas áreas de saber – outra especificidade da modernidade - é que nos obriga a confiar nos sistemas peritos. Confiar neles é demonstrar confiança na própria ciência, no conhecimento técnico produzido e acumulado pelo homem até o presente momento. É, sobretudo, acreditar, mostrar adesão ao discurso vulgar em torno da modernidade, que exalta a ciência, a racionalidade técnica e o progresso. Ou seja, é confiar na própria modernidade.

Contudo, é preciso ressaltar que a confiança nos sistemas peritos e nas fichas simbólicas não significa atribuir credibilidade à moral dos sujeitos por trás desses processos (GIDDENS, 1991, p. 41). A credibilidade aqui é na técnica e não no sujeito, apesar de a própria ciência dar crédito aos sujeitos responsáveis por grandes descobertas e procedimentos de extrema importância para a humanidade, como Newton, Einstein, Darwin e Pavlov. No dia a dia, se formos pedir o currículo do engenheiro responsável pela construção de uma determinada obra do metrô, para ter a certeza de que se trata de um meio de transporte seguro, chegaremos atrasados ao trabalho.

Ainda conforme Giddens (1991, p. 101), a rotina diária é que irá contribuir para a manifestação da confiança entre os sujeitos sociais e entre os sistemas abstratos (peritos) com os quais lidam. Todavia, essa rotina sofrerá mudanças que derivam do caráter reflexivo da

¹¹ Para estar a par com o presente, ou seja, ser moderno, é preciso renovar, em um curto intervalo de tempo, os bens que possui. É essa lógica que impulsiona empresas como Apple e Microsoft, cujos produtos são aperfeiçoados quase que anualmente ou desdobrados em acessórios e novas versões consumidas com avidez como forma de atualização. Aqueles que não possuem capital para acompanhar a velocidade do comércio ficam para trás ou estagnados sob a alcunha de desatualizados.

modernidade e acabará gerando, inevitavelmente, em determinadas situações, o sentimento de perda e ausência nos sujeitos.

A rotina, mesmo sendo caracterizada como uma sucessão de acontecimentos previsíveis, não pode ser considerada fixa e cristalizada – diferente dos rituais tradicionais. Ela se modifica por conta da reflexividade da modernidade.

A reflexividade da vida social moderna consiste no fato de que as práticas sociais são constantemente examinadas e reformadas à luz de informação renovada sobre estas próprias práticas, alterando assim constitutivamente seu caráter (GIDDENS, 1991, p. 45).

A reflexividade pode ser compreendida melhor em comparação com as sociedades tradicionais que, mesmo precisando adequar algumas de suas práticas às novas gerações, esforçam-se em manter rituais e hábitos que lhes dão a sensação de segurança e não de iminência de ruptura.

Enquanto isso, nas sociedades modernas, o vestuário, a fala (uso de gírias), o consumo e até a ciência estão em constante processo de mudança e renovação. O que, por outro lado, revela-se como uma faceta preocupante, pois pode conduzir o homem a um contínuo estado de insegurança. É exatamente por isso que a tradição não desaparece por completo com a chegada da modernidade. Conforme Thompson (2008, p. 160), os rituais foram transformados e muitos deles incorporados e adaptados pelos meios de comunicação, com a intenção de manter o equilíbrio da vida moderna e a confiança em suas instituições.

Giddens (1991) irá discorrer sobre segurança e confiança ao longo de sua obra, mas o que nos interessa neste momento é compreender que a reflexividade é uma das responsáveis pela associação da modernidade com a busca constante do novo.

Quando o *Diário do Nordeste* apresenta sua nova ferramenta de trabalho para a realização da cobertura multimidiática, ele realiza essa associação, pois a novidade no conteúdo é identificada ao ideal de inovação contido no discurso da modernidade. “Com um misto de inovação tecnológica e criatividade, o novo serviço on line disponibiliza vídeos e áudios colhidos pelos repórteres, durante a realização de algumas pautas” (VÍDEOS E ÁUDIOS NO SITE DO DIÁRIO, 2008).

Para Giddens (1991, p. 46), a modernidade não celebra o novo por si só, mas pela sua capacidade de alterar o presente, de promover o movimento reflexivo da sociedade. O novo deve trazer consigo a reflexão em torno das mudanças operadas a partir dele, não deve ser apenas a celebração do diferente, da ruptura, e sim o resultado de uma avaliação transformadora das instituições modernas sobre si mesmas.

Contudo, verificamos certa distorção da reflexividade na sociedade atual. As tecnologias estão mudando a uma velocidade tão rápida que não há tempo hábil para se refletir sobre as consequências ou usos que proporcionam. Quando se para com o intuito de pensar, outra novidade de cunho tecnológico já foi anunciada. Essa intensificação das transformações é vivenciada não apenas no campo científico e tecnológico, mas em outras instâncias sociais. Na área do trabalho, é identificada com as contratações de profissionais temporariamente; na indústria, pela valorização de bens não duráveis; na esfera dos meios de comunicação de massa, pela exaltação de produtos que visam o entretenimento, entre outros exemplos.

O que há em comum entre todos esses aspectos da vida moderna é a transitoriedade e fugacidade. Conforme Bauman (2001, p. 145), essas características fazem da vida humana uma existência instantânea:

Se a modernidade sólida punha a duração eterna como principal motivo e princípio da ação, a modernidade “fluida” não tem função para a duração eterna. O “curto prazo” substituiu o “longo prazo” e fez da instantaneidade seu ideal último. Ao mesmo tempo em que promove o tempo ao posto de contêiner de capacidade infinita, a modernidade fluida dissolve – obscurece e desvaloriza – sua duração.

Como observa Denis de Moraes (2006, p. 36), o que se perde em durabilidade na vida moderna é ganho em intensidade. Para o autor, a entrada em cena das tecnologias digitais tornou as experiências humanas mais fugazes e as mídias se encarregam de fazer com que estas mesmas sejam vivenciadas da forma mais intensa possível. A intensidade é provocada com a imersão do consumidor nos produtos, que tanto pode se dar fisicamente (simulações, videogames e salas de cinema 3D) como afetivamente (telenovelas, filmes, músicas e outros).

Com isso, explica o pesquisador, a cultura de massa é desafiada pela produção e reprodução de construções midiáticas que devem sempre atender ao imperativo do prazer e da velocidade (MORAES, 2006, p. 37). O autor observa ainda que o resultado desse processo é uma “economia da atenção”, já que não há tempo hábil para se consumir a variedade de produtos aos quais temos acesso no espectro da produção midiática.

A instantaneidade da vida em sociedade e a fugacidade da comunicação midiática contribuem para a exaltação do tempo presente. Passado e futuro não são mais ponderados, nem guiam os projetos na modernidade líquida. De acordo com Bauman (2001), as implicações de uma cultura que desvaloriza o que passou e não se preocupa com o que virá é o desengajamento na vida política e o descrédito com questões coletivas. Giddens (2002, p. 148-49) completa esse raciocínio ao afirmar que a radicalização das características da

modernidade favorece o privatismo, um comportamento em que os indivíduos evitam se envolver em ações e projetos que contestam a ordem estabelecida e vivem de acordo com as condições que a realidade lhes oferece.

Esse posicionamento pode ser confundido, aparentemente, com uma atitude cínica. Porém, conforme o autor, mesmo sendo privatista, o indivíduo pode se engajar ativamente em alguma situação específica que seja necessária para sua sobrevivência e atenda a seus interesses particulares. Engajamento conforme o descrito por Giddens (2002) pode se dar, por exemplo, nas assembleias de qualquer categoria profissional em períodos de campanha salarial. Nessas ocasiões, é fácil encontrar sujeitos que não se interessam pela vida política da profissão, que não cooperam com o sindicato ou não comparecem às reuniões ordinárias da categoria, mas que se engajam especificamente na expectativa de um benefício particular: o aumento salarial.

O privatismo, a fugacidade da comunicação e a velocidade das mudanças sociais compõem um cenário que, para Bauman (2001, p. 139), favorece a instauração de novas formas de poder, controle e dominação, em que aqueles que se adéquam à agilidade do momento estão mais propícios a ocupar uma posição de dominação. Por sua vez, os sujeitos que não acompanham o caráter móvel, transitório, fugaz e instantâneo da modernidade tendem a ser relegados à condição de submissão.

Esse modelo pode servir de parâmetro para a análise das relações sociais no campo das práticas jornalísticas. Se o jornalismo praticado com o auxílio das novas tecnologias móveis e portáteis (celular, notebook, conexão de internet 3G, entre outros) está recebendo a alcunha de jornalismo móvel¹² e tem como princípios a velocidade e a instantaneidade, portanto, os profissionais que cooperam com essa prática – seja por obrigação ou escolha própria – ocupariam, assim, uma posição hegemônica no campo de trabalho? Em contrapartida, como ficariam situados, neste novo contexto da profissão, os jornalistas que não conseguem acompanhar a mobilidade e permanecem mais fixados em padrões e práticas “tradicionais”? Seriam relegados ao plano da subordinação e, por isso, sofreriam sanções e retaliações dos dominantes?

Tomando de empréstimo a metáfora de Bauman (2001), podemos formular o seguinte questionamento: os jornalistas em sintonia com a mobilidade são aqueles situados na

¹² A definição de jornalismo móvel pode ser encontrada em: SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo e tecnologias de mobilidade: conceitos e configurações. In II Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura – ABCiber, realizado entre os dias 10 e 13 de novembro de 2008, na PUC-SP. Disponível em <http://jornalismomovel.blogspot.com>. Acessado em 15 de agosto de 2009. Discutiremos de modo mais aprofundado esta definição no capítulo seguinte.

modernidade líquida? Já os que não compactuam com esse novo modo de “estar no mundo” encontram-se ainda presos à modernidade sólida? A partir das palavras de Giddens (2002), os primeiros fariam parte do grupo dos “ultramodernos” ou “altamente modernos” (dos jornalistas da mobilidade digital)? E o restante seria simplesmente moderno, o que, na contemporaneidade, equivale a ser tradicional, a ser um jornalista “pré-digital”?

O uso das tecnologias digitais tornam-se assim o divisor de águas não só das relações de dominação no campo da prática jornalística, mas da própria comunicação midiática. Já é corrente no vocabulário tanto dos profissionais quanto da academia a divisão entre novas mídias (internet e outros aparelhos ou suportes digitais) e mídias tradicionais (jornal impresso, rádio, televisão, revistas, livros e outros).

A palavra tradição, originária do latim *traditum* significa “qualquer coisa que é transmitida ou trazida do passado” (THOMPSON, 2008, p. 163). Mesmo as tecnologias digitais estando presentes no cotidiano dos veículos tidos como tradicionais, essa divisão acaba tendo uma conotação valorativa e, relegando o espaço e o valor desses meios ao passado, é como se o presente fosse somente as novas mídias. Daí porque os jornais impressos, dentre as mídias de massa, a mais antiga e tradicional, preocupa-se em atualizar seus modos de fazer com o uso das novas tecnologias.

Sendo assim, para alcançar o status de modernas, as mídias consideradas tradicionais migram¹³ para os suportes digitais e passam a investir no uso de tecnologias das mais diferentes formas, a exemplo do *Diário do Nordeste*, que iniciou no ano de 2008 a produção e veiculação de conteúdos multimídia em sua versão on-line¹⁴.

O DN disponibiliza em seu site vídeos sobre fatos da pauta de cobertura diária, realizados, concomitantemente, pelos repórteres dedicados à produção de conteúdos para o impresso. Eles utilizam como máquina de produção audiovisual um celular multifuncional, o que denota a apropriação de tecnologias de convergência e uma mudança no modo de produção jornalística do veículo. Afinal, os repórteres, agora, tanto produzem textos para o impresso quanto vídeos para o site, acumulando uma dupla função.

Desta forma, o investimento em tecnologia como fator de modernização passa a ser uma questão de sobrevivência para os meios de comunicação de massa e, ao mesmo tempo, corresponde a uma atualização do discurso em torno do progresso que permeia a modernidade

¹³ Lorenzo Vilches (2006) observa que, na era da migração digital, os veículos de comunicação estão buscando meios de diferenciação de seus produtos e acabam agregando novos valores a seus conteúdos jornalísticos à custa de condições especiais, como a economia de mão-de-obra. O autor observa que a criação de valor pelas instituições midiáticas está diretamente relacionada a algumas características como a audiência para a qual se destinam seus conteúdos, a produtividade e mesmo a reputação da empresa.

¹⁴ O endereço eletrônico do jornal é www.diariodonordeste.com.br

desde seus tempos primevos. “O sentido mais profundo, talvez único, do progresso é feito de duas crenças interrelacionadas – de que o ‘tempo está do nosso lado’ e de que ‘somos nós que fazemos acontecer’” (BAUMAN, 2001, p. 152). Contudo, o progresso através da tecnologia não envolve apenas o maquinário, mas repercute no discurso das mídias e no cotidiano da prática profissional.

A modernização das mídias depende também dos sujeitos que nelas atuam, da disposição deles em colaborar e usufruir do projeto de modernização tecnológica empreendido pela instituição e desta em possibilitar condições para que eles acompanhem as mudanças de cunho prático. Caso contrário, apenas a instituição se atualiza e os sujeitos, o corpo de profissionais, ficam para trás.

2.2 – Modernidade, tecnologia e identidade – complexidades e incertezas

Nos primórdios da modernidade, ainda com o homem cartesiano, um dos aportes de segurança dos sujeitos era a identidade. Tida como una, sólida e imutável, era o elemento de distinção dos homens e a materialização de sua essência, uma marca que carregavam durante toda a vida. Mais do que ter certeza de “quem era”, esse homem moderno estava no centro da ordem social. “‘*Cogito, ergo sum*’ era a palavra de ordem de Descartes: ‘*Penso, logo existo*’. Desde então, esta concepção de sujeito racional, pensante e consciente, situado no centro do conhecimento, tem sido conhecida como o ‘sujeito cartesiano’ (HALL, 2006, p. 27)¹⁵.

A centralização do homem é celebrada ao longo dos tempos modernos, mas gradativamente, complexifica-se com o acréscimo de outros elementos para além da razão e de seu uso para domínio e manipulação do mundo natural. Conforme observa Manfredo Oliveira (1993, p. 72), no pensamento de Hegel, o princípio que norteia a nova ordem social identificada como moderna é a subjetividade: “A emergência da subjetividade significa a emergência da soberania do sujeito autônomo sobre si mesmo”.

Enquanto o homem cartesiano precisava se auto-afirmar perante a natureza – e o fazia pela distinção da razão, o sujeito¹⁶ de Hegel afirma-se perante si mesmo e também diante do outro. As reflexões em torno da subjetividade humana dão origem ao que Hall (2006, p. 31) chama de sujeito sociológico, cuja identidade é construída a partir da internalização das influências resultantes das interações sociais, sejam elas com outros indivíduos ou com as próprias instituições modernas.

¹⁵ Destaques no original.

¹⁶ O próprio conceito de sujeito deriva das reflexões que colocam em relevo a subjetividade humana.

A subjetividade, ou seja, o sujeito como norteador da modernidade, está na base do pensamento de Freud, para quem a subjetividade “é o produto de processos psíquicos inconscientes” (HALL, 2006, p. 37) e também nas reflexões de Foucault (1987) sobre o poder disciplinar, que ressaltam a dissolução do sujeito ou seu “aprisionamento” pelas instituições modernas. Contudo, o que se pode observar com a emergência dessas teorias é a perda da onipotência por parte do sujeito. Ou seja, o homem deixa de ter o controle sobre si mesmo, pois seu comportamento não é puramente racional, mas influenciado ainda pelo inconsciente, e também perde sua autonomia e liberdade para as instituições sociais (manicômios e prisões, por exemplo) que se convertem em tecnologias políticas de controle e ordem.

Esses fenômenos desencadeiam o que Stuart Hall (2006, p. 34) identifica como descentramentos ou deslocamentos do sujeito nos discursos do conhecimento na modernidade tardia. O autor enumera outras três rupturas no campo das ciências sociais e humanas responsáveis pela saída de cena do sujeito cartesiano como centro do conhecimento e da sociedade: o Marxismo, a arbitrariedade da língua nos estudos de Ferdinand de Saussure e o Feminismo¹⁷. Os cinco descentramentos são responsáveis pelo que o pesquisador identifica como uma crise da identidade cultural que se instaura na pós-modernidade.

Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentração do sujeito. Esse duplo deslocamento – descentração dos indivíduos tanto de seu lugar no mundo social e cultural quanto de si mesmos – constitui uma “crise de identidade” para o indivíduo (HALL, 2006, p. 09).

A crise coloca em relevo que não se pode mais tratar a identidade como a tradução da essência do homem ou a internalização das influências do meio social. A identidade do sujeito pós-moderno é caracterizada pela fragmentação e transitoriedade, marcas estas inerentes ao atual estágio da modernidade, seja ele chamado de pós-moderno (Hall, 2006), tardio (Giddens, 1991) ou líquido (Bauman, 2001).

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, na medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2006, p. 13).

Conforme Hall (2006), é mais apropriado falar em identidades, afinal, ao longo de nossa trajetória de vida assumimos diferentes posturas identitárias e não se tratam de identidades que se sucedem, mas que convivem umas com as outras tanto de forma harmônica

¹⁷ Para o Marxismo, “os homens fazem a história, mas apenas sob as condições que lhes são dadas” (MARX *apud* HALL, 2006, p. 34). Ferdinand de Saussure (1969), por sua vez, enunciou que a língua pré-existe ao homem, pois trata-se de um sistema social e não individual, portanto, mutável apenas a partir de consensos sociais. Já o Feminismo estabeleceu as diferenças entre homem e mulher a partir do sexo, do gênero, negando o argumento de que ambos possuem uma mesma identidade, uma identidade humana (HALL, 2006, p. 46).

como conflituosa. Uma ilustração disso nos é dada por Bauman (2005, p. 19): “Minha colega de trabalho e amiga Agnes Heller, com quem compartilho, em grande medida, os apuros da vida, uma vez se queixou de que, sendo mulher, húngara, judia, norte-americana e filósofa, estava sobrecarregada de identidades demais para uma só pessoa”.

Mais do que uma constatação que coloca em relevo a crise existencial pela qual o homem moderno passa, a situação de Agnes Heller deixa entrever que partilhamos identidades de diferentes naturezas: gênero, nacionalidade, religião e profissão, cuja prevalência ou não de uma sobre as outras depende da situação em que nos encontramos¹⁸.

De acordo com Giddens (2002), a modernidade tardia é rodeada por dúvidas, crises e dilemas desencadeados pela reflexividade que se instaura no mundo moderno. Nesse sentido, a busca por segurança e confiança é determinante para que os indivíduos possam se integrar à modernidade e, por conta disso, também fará parte da construção de sua “auto-identidade”. “O ‘novo sentido da identidade’ (...) é uma versão aguda de um processo de ‘encontrar-se a si mesmo’ que as condições sociais da modernidade impõem a todos nós” (GIDDENS, 2002, p. 19).

Apesar de se apoiar em conceitos do campo da Psicologia para compreender a jornada do eu na modernidade tardia, não é com esse viés que o autor se propõe a investigar o fenômeno da identidade. Como demonstração do percurso argumentativo que irá traçar, Giddens (2002) opta por utilizar o termo auto-identidade. A escolha afasta o essencialismo e a fixação associados ao conceito cartesiano de identidade. “Uma auto-identidade precisa ser criada e de certa forma reordenada contra o pano de fundo das experiências cambiantes da vida diária e das tendências fragmentadoras das instituições modernas” (GIDDENS, 2002, p. 172).

Da mesma maneira, é também uma forma do autor se posicionar epistemologicamente, pois, ao se distanciar do essencialismo e da incapacidade do “eu” se transformar historicamente, evita a proximidade com as ideias radicais nas quais a fragmentação da modernidade promove a desintegração do “eu” em “eus” múltiplos. Recorrendo à argumentação de Erving Goffman (1959)¹⁹, Giddens (2002, p. 176) observa que o eu se adéqua a cada nova situação que a modernidade cria.

¹⁸ Optamos por usar o termo identidade, no singular, por ser o mais recorrente nas leituras e até porque, em nossa análise, não iremos abordar todas as identidades dos sujeitos, mas apenas uma delas, a identidade profissional, ou seja, a de jornalista.

¹⁹ *A representação do eu na vida cotidiana*, obra de Goffman publicada no Brasil nos anos de 1980, recorre aos elementos da teoria do teatro, como cenas e papéis, para compreender as relações sociais.

Uma pessoa pode fazer uso da diversidade a fim de criar uma auto-identidade distinta que incorpore positivamente elementos de diferentes ambientes numa narrativa integrada. Assim, uma pessoa cosmopolita é precisamente aquela que consegue ficar à vontade numa variedade de contextos.

Aqui, encontramos a convergência entre as considerações sobre a identidade em Hall (2006) e Giddens (2002). Ambos tratam dela como múltipla e fragmentada e, ao mesmo tempo, identificam as saídas para manter a coerência ao longo da vida moderna, sem apelar para o essencialismo. A interpretação que podemos fazer é de que as identidades são de naturezas diversas e, para se adequar à realidade, elas se estabilizam temporariamente – como coloca Hall (2006) – em torno de um grupo de valores e significados em um dado contexto histórico.

As crises, que Giddens (2002, p. 170) define como sendo “perturbações ou ameaças de perturbações” em um dado estado de coisas, instauram-se no campo da identidade cultural exatamente quando uma identidade, até então estável e equilibrada, começa a ser abalada pelas transformações sócio-históricas.²⁰ A crise do Estado-Nação desencadeada pelo processo de globalização, por exemplo, perturba o nacionalismo e, conseqüentemente, a identidade construída em torno do pertencimento a uma nação.

A crise do nacional, que acelera a transnacionalização tecnológica – tanto como o reviver do nacionalismo -, não é unicamente latino-americana, mas tem sim na América Latina traços próprios, que partem do processo dependente e reflexo de formação dos Estados nacionais e se expressam na impossível articulação da pluralidade cultural dos países nos projetos nacionais de desenvolvimento (MARTÍN-BARBERO, 2004, p. 182-3).

A identidade ideal da nação perde sua força simbólica para os valores e crenças que circulam com a globalização cultural. De acordo com Hall (2006, p. 84), um dos efeitos dos processos globais é o surgimento de novas identidades ou “posições de identidade”, que se constituem a partir do encontro e/ou confronto de diferentes culturas, proporcionado pelas migrações territoriais e oferta de produtos culturais através dos meios de comunicação.

Por outro lado, o intercâmbio provocado pela globalização pode levar ainda a um fortalecimento de identidades locais que se sentem ameaçadas com a imposição dos novos símbolos culturais (HALL, 2006, p. 85). Esse fenômeno é denominado por Mike Featherstone (1996) de localismo²¹. Para Martín-Barbero (2004), a valorização do local dará visibilidade a um resíduo cultural que já resistia à homogeneização: as culturas populares.

²⁰ Não vamos adentrar na seara das crises do sujeito psicológico, pois o que nos interessa é o sujeito social e a construção de sua identidade no cenário cultural.

²¹ FEATHERSTONE, Mike. Localismo, globalismo e identidade cultural. In: *Sociedade e Estado*. V. XI, nº 1, jan-jun, 1996.

Outra face do localismo são os fundamentalismos culturais construídos em torno de elementos como etnias ou religiões e que acabam também por trazer à tona um discurso identitário essencialista como forma de proteção. É o que Castells (2008, p. 86) chama de identidades de resistência – formações identitárias que servem de refúgio a sujeitos que não se identificam com os estereótipos globais dominantes.

Agrupados em torno da auto-afirmação de raça, religião ou de território, eles compartilham valores e significados e resistem, em alguns casos de forma violenta²², às imposições culturais que vêm de fora para dentro, formando o que o autor denomina de “comunidades culturais” (CASTELLS, 2008, p. 84).

Sem entrar no mérito da hegemonia de alguns países e culturas no processo de trocas globais, interessa destacar que a circulação de signos culturais torna-se cada vez mais intensa com o aprimoramento dos meios de comunicação. Isso faz com que as mensagens midiáticas, por sua vez, tenham uma parcela de responsabilidade na construção dos referenciais de identidade na contemporaneidade.

Um novo sistema de comunicação que fala cada vez mais uma língua universal digital tanto está promovendo a integração global da produção e distribuição de palavras, sons e imagens de nossa cultura como personalizando-as ao gosto das identidades e humores dos indivíduos (CASTELLS, 1999, p. 22).

No entanto, Martín-Barbero (2004) adverte que a massificação das tecnologias e dos processos promovidos por elas podem mobilizar uma idealização do popular ancorada na defesa de uma identidade essencial, autêntica. Estas reações tendem a considerar a mediação tecnológica dos hábitos culturais como uma impureza – daí o apego a um passado em que a ausência da máquina é lembrada como uma situação romântica, verdadeira, que é deturpada, maculada pela chegada da tecnologia²³.

Para Castells (1999), a identidade é importante no contexto atual porque se converte em uma das poucas fontes de significado e sentido para os sujeitos da sociedade em rede. A ameaça da falta de sentido é subjacente à dinâmica da modernidade tardia. Como ressalta Giddens (2002, p. 186), todos os dilemas pelos quais o “eu” passa podem levar os sujeitos a uma condição em que não veem o sentido pessoal da vida. O autor credita à rotina diária de

²² Grupos terroristas como a Al-Qaeda partilham identidades de resistência.

²³ Um exemplo simplista dessa questão pode ser pensado a partir dos indígenas. No imaginário idealizado, esses povos deveriam ainda se vestir com penas e sobreviver da caça e pesca. Quando o Estado partilha desse ideal, executa políticas para preservar os comportamentos autênticos – como o artesanato – e não investe em questões consideradas mais essenciais para o dia a dia desses sujeitos, como a inclusão digital.

atividades, combinada à confiança e à segurança ontológica²⁴, a saída para se afastar da crise de sentido.

O sentimento de ausência de um projeto de vida pode afetar a construção da autoidentidade do homem moderno, que passa pela aceitação da realidade ao seu redor e das outras pessoas que o cercam. “A confiança nos outros, no início da vida da criança e, de maneira crônica, nas atividades do adulto, está na origem da experiência de um mundo exterior estável e de um sentido coerente de auto-identidade” (GIDDENS, 2002, p. 53).

Contudo, a autoidentidade não é determinada somente pela relação do sujeito com o outro. Ela é uma narrativa particular - cada sujeito tem a sua - construída a partir da adequação ao movimento reflexivo da modernidade tardia, no qual se incluem as relações interpessoais, as relações coletivas, as próprias ansiedades do eu (GIDDENS, 2002, p. 54-5). Questões estas que, na contemporaneidade, ganharam novos contornos com a ubiquidade das tecnologias digitais em nossas rotinas.

Castells (2008) concorda com a argumentação de Giddens (2002) em torno da formação da autoidentidade. No entanto, o autor espanhol acrescenta que a sociedade em rede traz outros elementos para problematizar a discussão em torno das identidades: as novas tecnologias e o paradigma informacional. Segundo Castells (1999, p. 40), a busca dos sujeitos por conexões e partilha de identidades é uma tentativa de superação da solidão desencadeada pela expansão da globalização.

As comunidades²⁵, que em modos de vida mais tradicionais estavam organizadas em torno da marcação territorial ou geográfica, acabam sendo refúgios para os indivíduos dispersos na sociedade em rede. Elas servem de abrigo tanto para os que se encontram à margem das trocas globais – e se unem, ainda nas palavras de Castells (2002, 1999), em torno de identidades de resistência ou explosivas²⁶ – quanto para os cosmopolitas, pessoas que partilham das benesses da cultura global, como acesso e uso de novas tecnologias de comunicação e informação.

²⁴ O homem moderno é constantemente desafiado a aceitar a realidade e ter o que Giddens (2002, p. 50) chama de “ponto ontológico de referência”, ou seja, certezas que lhe dão segurança para continuar vivendo, amenizando assim as ansiedades inerentes ao estar no mundo moderno. Essas certezas, por sua vez, são adquiridas com a vivência prática da modernidade.

²⁵ Autores como Ferdinand Tönnies (1857) e Émile Durkheim (1912) identificam as comunidades como formas de organização humana características das sociedades tradicionais e marcadas por agrupamentos em torno de laços consangüíneos, territórios e solidariedade, em contraposição às sociedades modernas, em que prevalecem relações contratuais e onde os indivíduos encontram-se isolados.

²⁶ No primeiro volume da obra *Sociedade em Rede*, Castells mostra como exemplo de comunidade explosiva as gangues e os terroristas, grupos marginalizados pela cultura global dominante.

André Lemos (2008, p. 144) observa que as novas tecnologias têm um caráter paradoxal, pois tanto podem contribuir para agregar os sujeitos quanto para desagregá-los. Bauman (2005) partilha de ideias semelhantes ao se referir que as tecnologias têm papéis ambivalentes na contemporaneidade, aproximando e afastando simultaneamente os indivíduos.

O aparelho celular, um dos símbolos da mobilidade e da multifuncionalidade, por exemplo, tem usos sociais latentes para além das funções práticas que traz em sua constituição técnica. Quando estamos sozinhos, distantes de nossa cidade de origem, a simples ligação telefônica nos aproxima de pessoas de quem estamos fisicamente isolados. Em outro momento, durante uma festa, o simples ato de atender a uma ligação, enviar um SMS (*short message service*) ou conectar-se à internet por meio do celular pode isolar esse indivíduo, nem que seja por pouco tempo, do restante do grupo ao seu redor, privando-o, assim, de explorar a sociabilidade por meio da interação face a face.

Os dispositivos tecnológicos não são feitos com o intuito de gerar exclusão ou pertencimento, eles têm aplicações funcionais, mas, por estarem inseridos em um cenário sócio-cultural, acabam adquirindo também funções simbólicas, atribuídas pelos usos sociais.

Lemos (2008), embasado no pensamento do sociólogo francês Marcel Bolle de Bal (1985), destaca que a sociedade contemporânea, depois de tantos desencaixes e desagregações (*déliances*) motivadas pelos valores da modernidade (racionalidade técnica, individualismo capitalismo), está caminhando agora em busca de agregação (*reliance*) (BOLLE DE BAL *apud* LEMOS, 2008, p. 142). Diante disso, o autor brasileiro defende que a cibercultura²⁷ potencializa *reliances* dos mais diversos tipos, dentre as quais prefere se deter nas de caráter comunitário. “A cibercultura, através do ciberespaço e suas tecnologias, parece instituir um contato generalizado, uma relação de proximidade e de sentimento comunitário, mesmo sem contato físico” (LEMOS, 2008, p. 145).

Os laços comunitários entre os indivíduos que partilham da cibercultura podem se dar através de várias ferramentas, como o e-mail, programas de trocas de mensagens instantâneas, os jogos em redes, os chats etc. Contudo, para Bauman (2005, p. 32), as comunidades que

²⁷ Segundo André Lemos (2008, p. 15), a cultura contemporânea caracteriza-se pela “sinergia entre o tecnológico e o social”. Quando as tecnologias em questão são de natureza digital, tem-se então a cibercultura: “A tese de fundo é que a cibercultura resulta da convergência entre a socialidade contemporânea e as novas tecnologias de base microeletrônicas” (LEMOS, 2008, p. 16). O prefixo ciber marca a dimensão digital da vida em sociedade e nos obriga, assim, a repensar conceitos e definições como a do espaço, que perde seu referencial físico e territorial e passa a ser virtual. “Podemos entender o ciberespaço à luz de duas perspectivas: como o lugar onde estamos quando entramos num ambiente simulado (realidade virtual) e como o conjunto de redes de computadores, interligadas ou não, em todo o planeta, a internet” (LEMOS, 2008, p. 128). É no ciberespaço, portanto, onde observaremos a constituição de novas comunidades e também de novas formações identitárias.

surtem no ciberespaço tendem a ser frágeis, pois são de fácil abandono por parte de seus integrantes. Castells (1999, p. 386) segue o mesmo raciocínio e afirma que os laços sociais mantidos nas comunidades virtuais são efêmeros.

Nessas comunidades virtuais “vivem” duas populações muito diferentes: uma pequena minoria de aldeões eletrônicos “residindo na fronteira eletrônica”, e uma multidão transitória para a qual suas incursões casuais nas várias redes equivalem à exploração de várias existências na modalidade do efêmero.

Apesar de frágeis e com existência fugaz, as cibercomunidades constituem o palco em que se pode observar a expressão das identidades no atual estágio líquido e móvel da modernidade. Conforme Bauman (2005), Castells (1999) e Lemos (2008), os atrativos que mobilizam a união dos sujeitos nas comunidades virtuais são elementos que diferentes indivíduos possuem em comum, podendo ser desde o gosto musical a um traço de personalidade, hábito ou costume²⁸ – diferente das identidades moldadas, em tempos mais sólidos, em torno de projetos coletivos pautados pelo bem ou interesse comum de um grupo.

As comunidades no ciberespaço são, hoje, uma realidade. A aderência eletrônica, sem substituir o face a face físico, pode ser verificada no ciberespaço. Aqui, o projeto comum, entendido na modernidade como o compromisso político, com suas metas específicas de acordo com um projeto global, transforma-se na busca de interesses comuns, ancorado no presente. O sentimento de aderência exclusiva passa a permitir múltiplos pertencimentos, onde o indivíduo pode navegar de um grupo a outro (LEMOS, 2008, p. 153).

Não é nosso objetivo aprofundar as reflexões sobre como se dão as relações identitárias no ciberespaço, mas somente colocar em relevo que as novas tecnologias afetam, de diferentes maneiras, os sujeitos hoje. Elas acionam um sistema de significação que interpela os indivíduos a repensarem práticas e posições sociais estáveis. É esse sistema que leva os idosos a operarem um caixa eletrônico para receber o benefício da aposentadoria e também impele os agentes políticos, como governadores e deputados, a ter um perfil no microblog *Twitter*. Os sujeitos são desafiados pelas novas tecnologias a saírem da zona de domínio do conhecido, para lidar com novas tarefas e significados que podem resultar na assunção de novas identidades.

Bauman (2005, p. 19) destaca que somos compostos por diferentes identidades – algumas são de nossa própria escolha –, enquanto outras nos são lançadas por indivíduos ou instituições sociais a nossa volta. A adesão à profissão compõe, portanto, uma das identidades que podemos, de certa forma, escolher.

²⁸ No site de relacionamentos Orkut, por exemplo, a comunidade de fãs da cantora Madonna, em 2010, tinha mais de 130 mil adeptos, enquanto a comunidade “Ouço mil vezes a mesma música” possuía 1.977. 132 integrantes.

E se um dos grandes dilemas da modernidade, conforme Giddens (2002), é a multiplicidade de possibilidades de escolhas que se nos apresentam em diversas situações, então, possuir um determinado título profissional diz mais do que a mera definição das atividades que estão no escopo da referida profissão. Ser médico, advogado, psicólogo ou jornalista dá pistas sobre a subjetividade do profissional e também sobre a posição que este ocupa na modernidade.

Levando-se em consideração que o Jornalismo é um dos sistemas de significação de que fala Hall (2006, p. 13), portanto, como tal, ele cobra e fornece subsídios para que os sujeitos estabilizem, temporariamente, a identidade acionada com o pertencimento a esse campo. Ao considerarmos o “ser jornalista” como uma identidade e o Jornalismo como um campo de significação cultural afetado pela reflexividade da modernidade tardia, pela nova ordem da sociedade em rede ou ainda pela cibercultura, observamos que o jornalista está sujeito também aos mesmos conflitos de identidades que se abatem sobre outras formações identitárias.

Afinal, como destaca Woodward (2000), os conflitos de identidades não se restringem somente à esfera pessoal e atingem também o campo profissional dos sujeitos.

Como indivíduos podemos passar por experiências de fragmentação nas nossas relações pessoais e no nosso trabalho. Essas experiências são vividas no contexto de mudanças sociais e históricas, tais como mudanças no mercado de trabalho e nos padrões de emprego (WOODWARD, 2000, p. 31).

No Jornalismo, a ruptura ou fragmentação de que fala a autora é desencadeada pela introdução das novas tecnologias na rotina de trabalho. No Ceará, o jornal *Diário do Nordeste* (DN) adotou um modo particular de produção de jornalismo multimídia em que os repórteres do impresso são deslocados para também assumirem a função de produtores de conteúdos audiovisuais. De posse de um celular multifuncional, os jornalistas saem às ruas para apurar os fatos tendo em mente que deverão construir dois relatos: um escrito e um audiovisual.

Com isso, eles vivenciam uma fase transitória, tendo que cumprir o papel de redatores de notícias e, ao mesmo tempo, de realizadores de imagens. Como observa Giddens (2002), as fases de transição na vida moderna compõem momentos favoráveis a uma crise de identidade. No jornalismo, os conflitos de identidades vêm sendo evidenciados com a transição de um modelo tradicional de jornalismo para outro novo, caracterizado pela oferta de conteúdos para diferentes meios e plataformas, sendo identificado assim como um jornalismo multimídia.

Os autores Pereira e Jorge (2009) afirmam que a prática do jornalismo multimídia no Brasil motiva preocupações nas empresas, nos profissionais e na academia. Eles discutem as

consequências do exercício da produção multimidiática para cada um desses agentes sociais. Contudo, nos interessa destacar apenas os desdobramentos que dizem respeito aos profissionais e em que medida essas reflexões podem ser articuladas com a realidade do jornalismo multimídia produzido pelo *Diário do Nordeste*, nosso objeto de estudo.

De acordo com estudos recentes, os profissionais das redações registram inquietações relacionadas à própria identidade e papel, não só no ambiente de trabalho, como também diante da sociedade. No recôndito de sua sala ou, em muitos casos, na própria casa ou em um exíguo canto de uma sala de imprensa, o profissional do jornalismo se faz a pergunta: devo estar o tempo todo conectado? Vou ser suplantado por um repórter mais novo? Devo me tornar um super-especialista? (PEREIRA e JORGE, 2009, p. 03).

As inquietações que os autores descrevem estão relacionadas com o perfil do profissional multimídia construído a partir da prática que os jornalistas experimentam. O jornalismo multimídia é resultado das transformações decorrentes do uso das novas tecnologias. Díaz Noci e Salaverría (2003) definem essa nova prática como “uma integração sincrônica e unitária de conteúdos expressados em diversos códigos, principalmente mediante textos, sons e imagens” (NOCI E SALAVERRÍA *apud* PEREIRA E JORGE, 2009, p. 02).

No DN, a inquietação, mais evidente nos últimos dois anos, é desencadeada pelo uso de um celular multifuncional para a produção de registros audiovisuais. Repórteres que até o momento tinham como única atribuição a apuração de informações para a redação de textos, passaram a ter que gravar vídeos que irão ser veiculados no site do jornal, tendo assim uma nova atribuição que requer deles competências extras (manuseio do aparelho, noções de linguagem audiovisual, entre outras).

Diante dessa situação, os jornalistas do *Diário do Nordeste* ficam no limiar entre uma identidade estável, calcada em valores e práticas associados à rotina do jornal impresso, e uma identidade ainda em construção, que os aproxima do manuseio de tecnologias móveis e de novas competências que incluem o domínio de outras formas de linguagem, como o audiovisual. Esses jornalistas precisam dominar, de certa forma, uma nova gramática para a produção de sentidos outros para além do simbólico expresso nas matérias impressas.

Considerando que ser jornalista é uma identidade ostentada por alguns sujeitos na modernidade e também levando em conta a multiplicidade de elementos práticos e simbólicos com os quais nos identificamos na contemporaneidade (GIDDENS, 1996; HALL, 2006; THOMPSON, 2008). É possível afirmar, portanto, que a identidade de jornalista comporta diversas posições identitárias diferentes. Os sujeitos entram em contato com essas posições ainda durante a formação acadêmica; porém, elas passam a fazer parte do cotidiano quando eles adentram o mercado de trabalho.

Sob o conjunto de regras, modos de comportamento e conhecimentos partilhados por todos os jornalistas, de um modo geral, há especificações relacionadas ao *métier* que envolvem o domínio de diferentes linguagens e também rotinas produtivas diferenciadas. Elas variam a depender das especificidades de cada meio (impresso, on-line, TV e rádio) e também do caráter da organização da empresa: jornal vinculado a um grupo empresarial, jornal de movimento social, televisão pública, televisão privada, rádio universitária, rádio comercial, portal de um grande veículo, portal de notícias on-line de uma ONG, entre outros.

De acordo com esse raciocínio, temos então **cinco posições identitárias com as quais os jornalistas se autodenominam** e que estão vinculadas a um conjunto de saberes e práticas necessários ao exercício da profissão em um dado meio: **jornalistas de impresso, jornalistas de televisão, jornalistas de rádio, jornalistas on-line e assessores de imprensa**. Isso não quer dizer que um profissional precise ostentar apenas uma dessas denominações – elas não são excludentes, mas podem se relacionar entre si.

Cada posição identitária é acionada a depender do contexto de trabalho do jornalista. Pela manhã, ele pode ser repórter de um jornal impresso, enquanto que, no período da tarde, desempenha o papel de assessor de imprensa de um órgão público – ou seja, eles se deslocam, usando a terminologia de Hall (2006), por entre diferentes posições identitárias. Vale ressaltar que estamos nos restringindo a tratar das posições identitárias assumidas por esses sujeitos apenas no campo do jornalismo, afinal, cada jornalista ostenta também outras identidades nos planos sociais e culturais, de pai, mãe, homem, mulher, liberal, conservador, etc. Posicionamentos estes que podem entrar em conflito entre si e mesmo na constituição da identidade de jornalista, mas que não vem ao caso ser aprofundado nessa pesquisa.

O que verificamos com o exemplo dos jornalistas do *Diário*, a partir da utilização do celular como ferramenta para a realização de uma nova atividade jornalística, é exatamente a convergência entre duas dessas posições identitárias marcadas pelo uso de linguagens e códigos semânticos diferentes: a de jornalista de impresso e de repórter audiovisual.

O que causou estranhamento aos repórteres foi o fato destes terem que ocupar essas posições de modo simultâneo. Diante dessa situação, os jornalistas do *Diário do Nordeste* ficam na fronteira entre uma posição identitária estável e familiar, calcada em valores e práticas associados à rotina do jornal impresso, e uma posição ainda em construção – a de jornalista multimídia –, que os aproxima do manuseio de tecnologias móveis e de novas competências que incluem o domínio de outras formas de linguagem, como o audiovisual.

As atribuições e a cobrança de novas competências por parte dos jornalistas partem não só da empresa, mas da sociedade, dado o contexto atual em que o jornalismo multimídia é

considerado a atualização mais recente da produção jornalística. Portanto, o profissional se vê pressionado ou interpelado por forças exteriores a ele – sociais e culturais – a desempenhar um papel, ocupar um lugar e exercer uma postura tida como necessária para a sua aceitação e reconhecimento pelo grupo (formado por empresa, colegas de profissão e sociedade), imposições ou cobranças estas que irão incidir na imagem que o profissional tem de si mesmo, na constituição de sua subjetividade:

Utilizo o termo ‘identidade’ para significar o ponto de encontro, o ponto de *sutura*, entre, por um lado, os discursos e as práticas que tentam nos ‘interpelar’, nos falar ou nos convocar para que assumamos nossos lugares como os sujeitos sociais de discursos particulares e, por outro lado, os processos que produzem subjetividades, que nos constroem como sujeitos aos quais se pode ‘falar’. As identidades são, pois, pontos de apego temporário às posições-de-sujeito que as práticas discursivas constroem para nós (HALL, 2000, p. 111-2).

A partir do raciocínio de Hall (2000), é possível perceber que os repórteres estão sendo “chamados” a ocupar uma posição identitária marcada pela competência para lidar com as tecnologias digitais e multimidiáticas. Essa competência passa pelo uso de ferramentas e espaços de comunicação digitais como blogs e perfis no *Twitter*, *Orkut* e *Facebook*, que foram apropriados pelo jornalismo e caracterizam uma nova prática que vem sendo chamada de “jornalismo de redes sociais ou jornalismo 2.0” (DEAK *apud* PEREIRA E JORGE, 2009, p. 04).

No caso do jornal *Diário do Nordeste*, o que está sendo exigido dos repórteres do impresso é a familiarização com as novas mídias a partir do manuseio de um aparelho multifuncional (celular) para gravar vídeos digitais. Além da produção dos vídeos pelos repórteres, a proximidade com as novas mídias está presente também na criação e atualização de 27 blogs ligados a diferentes editorias e aos columnistas do jornal. Para os blogs, os jornalistas precisam postar notícias na forma de texto e imagens e até mesmo vídeos. A variedade desses conteúdos fica a cargo do responsável pela atualização do blog, já que não há uma cobrança institucional em relação ao formato. A preocupação maior é estar atualizado, nem que seja com notas de poucas linhas ou com imagens que não puderam ser utilizadas na versão impressa de uma cobertura.

Os autores Pereira e Jorge (2009) ensejam traçar o perfil do profissional multimídia no Brasil a partir das competências e atribuições cobradas pelas empresas de mídia nacionais que promoveram a integração das redações²⁹. Eles concluem que o perfil ideal do profissional

²⁹Ramón Salaverria e Samuel Negredo (2008) definem a integração das redações como a convergência entre o trabalho do impresso e da redação virtual.

multimídia deve primar pela conciliação entre os dois polos da identidade jornalística: a competência técnica e a competência intelectual.

Os contornos de todo esse cenário e a indefinição quanto ao papel do jornalismo hodierno faz ressurgir antigos dilemas da profissão (técnica versus formação intelectual) e demonstram como velhos valores tendem a moldar percepções e usos sobre as tecnologias (PEREIRA e JORGE, 2009, p. 09).

Contudo, Josenildo Luiz Guerra (2008, p. 111) observa que o exercício do trabalho jornalístico requer o domínio de três competências: cognitiva, de conduta e de produção.

As competências dizem respeito aos conhecimentos prévios necessários ao exercício da atividade. Dão conta basicamente das necessidades relacionadas ao conhecimento dos fatos (competência cognitiva); aos procedimentos adotados tanto com os profissionais quanto com as demais pessoas envolvidas na cobertura (competência de conduta), e à elaboração material do produto a ser disponibilizado (competência de produção). Do ponto de vista prático, essas competências representam a capacidade requerida para que a produção jornalística se processe, isto é, para que a informação inicial obtida seja transformada no produto final a ser consumido pela audiência.

A competência tecnológica estaria assim inserida na competência de produção, enquanto a intelectual ficaria relacionada à competência cognitiva. Dessa forma, a divisão feita por Guerra (2008) mostra-se mais esclarecedora para utilização como aporte conceitual em nossa pesquisa, pois ela particulariza as competências dos profissionais de jornalismo – já que a divisão entre saberes técnicos e intelectuais é inerente à maioria das profissões.

Ao mesmo tempo, a discussão de Guerra (2008), exatamente por não se direcionar para a definição do perfil do jornalista multimídia, oferece subsídios para que possamos identificar em que ponto se dá o deslocamento da posição identitária do impresso para a de jornalista multimídia. Para tanto, nos deteremos na análise das competências do jornalismo de um modo geral, do impresso em particular, até os requisitos cobrados na atualidade com a prática do jornalismo multimídia, sobretudo no caso dos repórteres do *Diário do Nordeste*.

No entanto, a reflexão em torno da construção da identidade dos profissionais submetidos ao jornalismo multimídia não se encerra nas competências. Será decisiva ainda a compreensão dos conflitos instaurados no dia a dia desses repórteres a partir das mudanças provenientes com o uso da tecnologia.

Podemos dizer que onde existe diferenciação – ou seja, identidade e diferença – aí está presente o poder. A diferenciação é o processo central pelo qual a identidade e a diferença são produzidas. Há, entretanto, uma série de outros processos que traduzem essa diferenciação ou que com ela guardam uma estreita relação. São outras tantas marcas da presença do poder: incluir/excluir (estes pertencem, aqueles não); demarcar fronteiras (nós e eles); classificar (bons e maus; puros e impuros; desenvolvidos e primitivos; racionais e irracionais); normalizar (nós somos normais; eles são anormais) (SILVA, 2000, p. 81-82).

As tensões vivenciadas pelos jornalistas do DN poderão se manifestar por meio do jogo de oposições e classificações. Retomando o pensamento do filósofo Jacques Derrida, Kathryn Woodward (2000) observa que essas oposições binárias são representações de relações de poder a partir do momento em que um dos elementos do par tem mais legitimidade ou valor que o outro. “Nesses dualismos um dos termos é sempre valorizado mais que o outro: um é a norma e o outro é o ‘outro’ – visto como ‘desviante ou de fora’” (WOODWARD, 2000, p. 51).

A partir da definição do perfil do repórter multimídia, com suas competências e atribuições, será também demarcado o lugar que este profissional ocupa na instituição. Nossa investigação se desenrolará em torno da seguinte hipótese: a identificação com o perfil multimídia poderá localizar o repórter em uma posição de inclusão dentro da redação, que lhe trará benefícios simbólicos como a atribuição da alcunha de moderno, já que se encontra em sintonia com as mudanças no campo do jornalismo e com as práticas exercidas em jornais tomados como referencial para o exercício da profissão nos cenários nacional e internacional³⁰.

Poderemos, assim, investigar em que medida essa identificação com o perfil multimídia está acontecendo, sendo encarada pelos jornalistas como algo inerente às transformações do tempo presente ou posta de maneira forçada, a partir de uma imposição da empresa que é adotada pelos colaboradores com vistas à manutenção do cargo.

A hipótese de que os jornalistas multimídia são considerados modernos, dentro da redação, também nos fornecerá pistas para entender se estes compactuam com o discurso da empresa construído em torno da valorização da competência técnica, identificada pelo uso de novas ferramentas tecnológicas. Ou ainda como estes definem essa nova prática, articulam-na com os saberes basilares do exercício jornalístico ou consideram o jornalismo multimídia não como uma posição identitária circunstancial, mas como um novo modelo de identidade (com suas novas práticas e competências) obrigatório para todo e qualquer jornalista na contemporaneidade.

Por outro lado, a resistência ao manuseio da tecnologia – deliberada, por medo, por falta de competência ou por discordância ideológica com o projeto da empresa – poderá relegar esse repórter ao lugar da exclusão e da desvalorização dentro da redação? Dessa forma, o jornalista que não produz conteúdos multimídia carregará, em oposição ao repórter

³⁰ Exemplos de jornais que também adotam práticas semelhantes: no Brasil, *Folha de S. Paulo*, *O Estado de São Paulo* e *Extra*. Na América Latina, destaca-se o *Clarín*, na Argentina. Nos Estados Unidos, o destaque fica para o *New York Times*.

multimídia, a alcunha de atrasado? Afinal, continuará preso a uma prática jornalística cujo referencial está assentado somente nos valores do jornalismo impresso, enquanto a contemporaneidade do discurso jornalístico está construída em torno da convergência midiática³¹, assim como a própria identidade do jornal, expressa no discurso em torno de sua modernidade tecnológica³².

Identificar como se constrói o perfil do profissional multimídia e em que medida ele está associado às relações de poder que se desenham no território da redação constitui-se em uma forma de investigar a construção da identidade destes jornalistas. Como afirma Woodward (2000, p. 81):

A identidade, tal como a diferença, é uma relação social. Isso significa que sua definição – discursiva e lingüística – está sujeita a vetores de força, a relações de poder. Elas não são simplesmente definidas, elas são impostas. Elas não convivem harmoniosamente, lado a lado, em um campo sem hierarquias; elas são disputadas.

As consequências dessa disputa que circunda a formação da posição identitária do jornalista multimídia serão observadas com a realização da pesquisa junto aos profissionais do jornal *Diário do Nordeste*³³, que se reveste de relevância dados os questionamentos que se desenrolam em torno da legitimidade e mesmo da necessidade do jornalismo na atualidade.

A identidade profissional do jornalista multimídia ainda está em processo de negociação e avaliação, e sofre a influência de vários fatores. No processo de tomada de decisão do repórter acerca das fontes a consultar ou na adoção e utilização da tecnologia por toda a redação convergente, o que está em jogo é a identidade profissional do jornalismo, num *environment of service* (McLuhan) em mutação onde se questionam princípios de hierarquia e autoria (PEREIRA e JORGE, 2009, p. 13).

Nosso estudo, além de identificar as oposições e dualismos presentes com as classificações engendradas na redação do DN, irá também observar como a denominação do repórter multimídia abala as hierarquias estabelecidas no espaço social da redação jornalística e ainda se a resistência às mudanças aciona um discurso identitário essencialista, marcado pela defesa de modelos e práticas profissionais exercidos no passado, ou se ela nem mesmo se manifesta no discurso e na postura dos profissionais.

Toda a discussão conceitual tecida até o presente momento orientará a investigação da construção da identidade dos repórteres do *Diário do Nordeste* diante da prática do jornalismo

³¹O termo convergência pode ser associado a diferentes significados a depender do contexto em que é utilizado. Em se tratando da convergência realizada por empresas midiáticas, a autora Esther Applegren (2005) estabelece categorias que contemplam os diversos níveis de alcance dos processos de convergência nas empresas de mídia hoje. Entre as categorias identificadas pela autora estão a convergência de dispositivos ou componentes, de serviços, de mercados, de conteúdos, entre outras.

³² Discussão que exploraremos no tópico seguinte.

³³A metodologia de investigação a ser trabalhada será a entrevista em profundidade.

multimídia. Essa nova modalidade jornalística coloca em xeque as certezas dos profissionais e o lugar social que ocupam dentro da instituição midiática e também perante a sociedade. É nesse ponto em que se tem o desenrolar do que podemos identificar como um conflito de identidade do jornalista de impresso, pressuposto do qual partiremos para realizar o empreendimento científico aqui delineado.

Contudo, para compreendermos as particularidades que cercam a prática do jornalismo multimídia na redação do DN é preciso conhecê-lo, não no sentido físico (instalações), mas no âmbito simbólico. Para tanto, recorreremos ao discurso construído pelo jornal em torno de si, afinal, como observam Silva (2000) e Woodward (2000), a identidade é uma construção simbólica que faz parte de um grande complexo discursivo: a cultura. “A identidade e a diferença precisam ser nomeadas. É apenas por meio de atos de fala que instituímos a identidade e a diferença como tais” (SILVA, 2000, p. 77).

Ao falar de si, o DN se define e nos fornece pistas sobre sua identidade. Nesse sentido, localizaremos as marcas da identidade do jornal nos textos editoriais em que celebra a si próprio.

2.3 – A construção do ethos de modernidade do *Diário do Nordeste*

O homem se vale da linguagem para nomear, classificar e dar sentido à realidade que o cerca. Pierre Bourdieu (1998) é enfático ao afirmar que não temos acesso a uma realidade pura ou objetiva, como postulava o Positivismo de Augusto Comte, mas a fenômenos de segunda ordem, a realidades já nomeadas, classificadas e devidamente construídas pelo próprio homem, estejam elas sistematizadas cientificamente ou na forma de uma sociologia espontânea, nos termos do próprio autor.

O fato é que, através da articulação de diferentes formas de linguagem, situadas em contextos sócio-históricos específicos, construímos a realidade social. No entanto, mesmo que sejamos capazes de estabelecer atos de nomeação e, assim, construir discursos que possam vir a ter repercussão social – e, conseqüentemente, modificar, ordenar ou destituir o estatuto da realidade em que nos encontramos –, não são muitos os que estão socialmente autorizados a realizar atos de nomeação.

“Não há agente social que não aspire, na medida dos seus meios, a esse poder de nomear e de criar o mundo nomeando-o” (BOURDIEU, 1998, p. 89). Quando um sujeito adquire autoridade discursiva para nomear coisas ou fenômenos, ele passa a deter também uma autoridade social e, conforme o autor, exercer seu poder simbólico. É interessante

ressaltar que o poder não está estritamente na palavra, mas nas ações sociais que ela delega, nos atos que sua enunciação desencadeia.

É só excepcionalmente – quer dizer, nas situações abstractas e artificiais de experimentação – que as trocas simbólicas se reduzem a relações de pura comunicação e que o conteúdo informativo da mensagem esgota o conteúdo da comunicação. O poder das palavras é apenas o *poder delegado* do porta-voz e das suas palavras – quer dizer, indissociavelmente, a matéria do seu discurso e a sua maneira de falar são, quando muito, um testemunho e um testemunho entre outros, da *garantia de delegação* do que está investido (BOURDIEU, 1998, p. 95).

A afirmação remete a um dos princípios basilares da Análise do Discurso: o contexto. Considerar que o poder não está na palavra, mas nas condições de sua enunciação, que, por sua vez, envolvem o sujeito que a enuncia, seu papel social e seu repertório cultural, é uma forma de destacar que os discursos podem sim instituir uma realidade social, mas, para isso, dependem da articulação de diferentes fatores que não se encerram no mero domínio de um código linguístico.

Eles extrapolam as barreiras da fala, da escrita, da imagem – fixa ou em movimento – e reverberam na ordem social a ponto de, como refletiu Foucault (2009), tornarem o discurso um perigo, uma ameaça. “Suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, esquivar sua pesada e temível materialidade” (FOUCAULT, 2009, p. 09).

A domesticação dos discursos através de uma ordem rígida, que se manifesta em regras, códigos, permissões e interdições, é a prova do poder simbólico – legitimador, autônomo ou opressor – que pode ser acionado por meio dos discursos. Deriva exatamente da discussão do poder simbólico a reflexão em torno do papel da mídia enquanto instituição legítima de produção de discursos sociais. Em um cenário em que a mediação da realidade social passa, inegavelmente, pelas construções midiáticas, é de ordem urgente compreender como as diferentes instituições informativas³⁴ constroem seus discursos, exercem seu poder simbólico e, conseqüentemente, colaboram para a construção da realidade social que partilhamos.

No campo dos estudos em Jornalismo, há uma corrente teórica que considera os meios de comunicação como espelhos, janelas abertas para a realidade social, nas quais, através do exercício da objetividade e da imparcialidade, intencionam representar a realidade da forma

³⁴ O termo instituição informativa é empregado aqui, conforme o faz Patrick Charaudeau (2006), para designar as empresas, mídias ou veículos que operam na esfera do jornalismo.

mais fidedigna e verossímil possível a partir do respeito a um conjunto de normas que regem o exercício da profissão (TRAQUINA, 2005, p. 149).

Apesar da teoria do espelho encontrar eco nas redações, com a hegemonia do discurso em torno da objetividade e imparcialidade das mídias informativas, ela é amplamente questionada no campo teórico do jornalismo. Patrick Charaudeau (2006, p. 151) tenta esclarecer a questão afirmando: “O universo da informação midiática é efetivamente um universo construído. Não é, como se diz, às vezes, o reflexo do que acontece no espaço público, mas sim o resultado de uma construção”.

Dessa forma, o autor coloca em relevo o poder simbólico que a mídia exercita com a construção dos seus mais diversos discursos, que se dão a partir de regras ou, como observa Foucault (2009), de uma ordem discursiva que não apenas descreve os fatos e acontecimentos sociais, mas os organiza em torno de uma narrativa. Charaudeau (2006) destaca que a narrativa informativa tem a função de ordenar as características espaço-temporais e sociais dos fenômenos, propiciando ao público a compreensão dessa realidade que lhe é imediatamente inacessível.

Apesar de o autor enveredar na discussão em torno das definições de notícia e de como as informações dispersas no mundo podem vir a ser narradas pelas mídias informativas, essas reflexões não serão contempladas neste capítulo, cuja finalidade é refletir, a partir da análise de textos jornalísticos, sobre como as mídias informativas falam de si mesmas, como se autoneameiam, ou seja, como se posicionam ou se apresentam socialmente, construindo assim, sua identidade.

2.3.1 – O berço de “ouro” do *Diário do Nordeste*

A sétima empresa do Grupo Edson Queiroz (GEQ)³⁵, o terceiro meio de comunicação do Sistema Verdes Mares (SVM)³⁶ e o terceiro jornal diário com maior circulação no Estado após um ano de fundação. Em 19 de dezembro de 1981, o primeiro exemplar do *Diário do Nordeste* chega às bancas. Amparado por um grupo empresarial forte, o DN entra no mercado jornalístico apresentando-se como um jornal moderno. Uma proposta que vem expressa já no

³⁵ O Grupo Edson Queiroz possui empresas nos ramos de Distribuição de GLP (Nacional Gás), água mineral e bebidas prontas (Indaiá), mineração (Midol), eletrodomésticos (Esmaltec), agroindústria (Cascaju), comunicação (SVM) e educação (Universidade de Fortaleza). Em alguns ramos, o GEQ possui várias empresas.

³⁶ O Sistema Verdes Mares de Comunicação é composto pelas seguintes instituições: TV Verdes Mares, Rádio Verdes Mares, FM 93, Recife FM, TV Diário, Diário do Nordeste e Portal Verdes Mares.

seu primeiro editorial, que também menciona a tecnologia como um diferencial trazido pelo novo periódico.

O “Diário do Nordeste”, que hoje sai a lume, representa uma mensagem de confiança na potencialidade de nossa região e o compromisso de lutar para que os problemas nacionais tenham soluções compatíveis com os interesses da comunidade. Procuramos montar um jornal moderno, provido de maquinaria do mais alto padrão, com instalações funcionais, serviços radiotelegráficos e de radiofotos que transmitem a notícia no momento oportuno, para que os leitores tenham um noticiário capaz de retratar diariamente o panorama nacional e internacional (DIÁRIO DO NORDESTE, 19 de dezembro, 1981).

Enquanto instituição midiática, o DN traz em seu primeiro texto de apresentação elementos que compõem o imaginário social em torno da modernidade: o tempo, contemplado com as transmissões radiotelegráficas e de radiofotos que iriam proporcionar “notícias no momento oportuno”; o espaço, com “um noticiário capaz de retratar diariamente o panorama nacional e internacional” e ainda a tecnologia, simbolizada pela “maquinaria de mais alto padrão”.

No aspecto social, o jornal se compromete em colaborar para o desenvolvimento do Nordeste e em defender a “economia de mercado” através de um “capitalismo impregnado de justiça social”. Sem levar em consideração a estranheza que é encontrar em uma mesma frase conceitos hoje colocados em extremos diferentes, como o capitalismo e a justiça social, o que o DN deixa transparecer é o sentimento de modernização econômica em vigência no Ceará à época.

Conforme observa o pesquisador Bruno Marinoni de Sousa (2008, p. 56), o DN nasce no cenário da “virada moderna” cearense, com a ascensão da burguesia local da qual o industrial Edson Queiroz, fundador do *Diário*, faz parte. Marcado pela prevalência da política de coronéis³⁷, o Ceará, a partir do final dos anos de 1970, torna-se o cenário da disputa entre a elite tradicional e uma nova elite composta por jovens empresários, filhos de industriais do Estado, organizados em torno do Centro da Indústria Cearense (CIC).

Rejane Carvalho (1995), ao estudar a construção de mitos pela mídia durante as campanhas político-eleitorais cearenses na década de 1980, verificou que o discurso vigente no cenário local era de modernização através da renovação, da ascensão de empresários jovens – representados pela figura de Tasso Jereissati, que depois se lançará na disputa eleitoral (1986) para romper com o tradicionalismo praticado por políticos conhecidos no

³⁷ Segundo a pesquisadora Rejane Carvalho (1995, p. 133), o termo “coronel” remete simultaneamente à patente militar e ao tempo do autoritarismo militar, termo este que foi muito usado com a abertura política brasileira para demarcar a passagem para um novo momento político. A palavra também é utilizada comumente para identificar práticas políticas de um passado arcaico, que condenaram o Nordeste ao exílio do progresso ao longo de sua história.

Estado como coronéis (Virgílio Távora, César Cals e Adauto Bezerra) e, portanto, atrelados à imagem de conservadorismo e atraso em relação aos “jovens e modernos empresários”.

A análise que proponho prende-se assim aos dispositivos discursivos e simbólicos de construção de imagens que, no fabuloso tempo do CIC, conduziram a divisão das elites em modernas e atrasadas, preparando o campo da recepção para partilhar as batalhas travadas entre as forças do bem e do mal, investidas da grandeza mítica (CARVALHO, 1995, p. 125).

Conforme a autora, o maniqueísmo entre o moderno e o tradicional obrigava as instituições e personagens públicos cearenses a escolherem uma dessas vertentes. Dessa forma, ao optar pelo moderno, o *Diário do Nordeste* escolhe o bem, que assume o sentido de progresso.

Antes dos “jovens empresários” apresentarem seu projeto de classe para o desenvolvimento, Edson Queiroz já se apresentava na linha de frente, enfatizando em seu discurso que seus veículos estariam a serviço do desenvolvimento do capitalismo no Ceará e no Nordeste. O momento de transição para a modernidade exigia seus líderes carismáticos (SOUSA, 2008, p. 57).

Em sua dissertação, Sousa (2008) investigou o papel do *Sistema Verdes Mares de Comunicação* na indústria cultural brasileira. Por se tratar de uma pesquisa voltada para a economia política da comunicação, ele teve que traçar a história do SVM, de suas empresas e do GEQ em relação à política e à economia do Estado e do Brasil. Portanto, o trabalho do autor nos oferece um amplo referencial sobre o contexto histórico em que surge o *Diário do Nordeste* e seu papel na conjuntura atual.

Apesar de ter falecido logo após a fundação do DN, em um acidente de avião³⁸, a figura mítica do industrial Edson Queiroz continua presente na rotina do jornal. Seja na memória dos profissionais que com ele conviveram ou nas coberturas de solenidades em sua homenagem, o nome do empresário se mantém no imaginário de gerações de jornalistas que passaram ou que trabalham nas empresas de comunicação do *Sistema Verdes Mares*.

O jornal começou a circular nos três primeiros testes já com a presença do comandante Edson Queiroz aqui. E a proposta dele era muito alta mesmo. Era circular em todo o Nordeste, ter equipes circulando pelo Interior do Estado todo santo dia e depois a gente soube, só não sei como confirmar, que teríamos, inclusive, um helicóptero 24 horas a nossa disposição. Dizem até que quando ele morreu, foi desfeito isso. Mas a proposta dele era muito alta e a presença dele era muito constante. Ele se mantinha aqui dentro como se fosse um colega de trabalho (JORNALISTA 1³⁹, maio de 2010).

³⁸ Um avião da Vasp se chocou contra a Serra da Aratanha, no dia 8 de junho de 1982, e vitimou ainda outros 20 empresários cearenses.

³⁹ Optamos por preservar a identidade dos entrevistados para evitar qualquer problema no ambiente de trabalho e, ainda, para que estes se sentissem à vontade para expressar opiniões e sentimentos em relação à empresa jornalística. É importante ressaltar que o referido depoimento foi dado por um profissional que atuava como repórter quando do lançamento do jornal e hoje continua trabalhando no DN.

A estima e o respeito pelo industrial, chanceler e empresário⁴⁰ Edson Queiroz é uma tônica dentro das empresas do Grupo, que costuma ressaltar seu pioneirismo e visão empreendedora, como observa Sousa (2008, p. 64). A manutenção do fundador como um símbolo é uma das características da racionalidade empresarial moderna, como observa Renato Ortiz (2006). Segundo o autor, a nova racionalidade desvencilha a história da organização e sua condução da figura do seu criador. Um quadro técnico de profissionais é construído e o fundador passa a ser uma espécie de marca registrada (ORTIZ, 2006, p. 135).

Líder brasileiro na distribuição de gás liquefeito de petróleo (GLP), o GEQ ocupa a sétima posição no ranking mundial de comercialização de água mineral e é exportador de produtos para diferentes países, com destaque para as castanhas de caju. Por conta de seu desempenho, já figurou no ranking dos 100 maiores grupos econômicos brasileiros (SOUSA, 2008, p. 106).

Contudo, o Grupo Edson Queiroz possui características que se contradizem à lógica da racionalidade empresarial moderna. A principal delas é a presença da família nos cargos máximos de gerenciamento das empresas. A Universidade de Fortaleza, por exemplo, encontra-se sob a tutela do chanceler Airton Queiroz, filho de Edson Queiroz. Já o *Diário do Nordeste* tem como um de seus administradores maiores, Igor Queiroz, neto do fundador do jornal.

Como constata Sousa (2008, p. 63): “Temos aí uma aparente contradição. Enquanto a propriedade permanece dentro dos limites do ‘tradicional’, do familiar, a própria sucessão de gerações já funciona como um mecanismo de modernização”. Essa contradição caracteriza o que Renato Ortiz (2006, p. 207) identifica como os hábitos da “moderna tradição brasileira”, expressão que dá nome a um de seus livros.

Ortiz (2006) conclui sua obra sintetizando que, no Brasil, a tradição não se restringe ao domínio do passado, ela está presente nas instituições anunciadas como novas e modernas, mas que guardam valores há muito arraigados no comportamento cultural nacional. Dessa forma, o autor chama a atenção para o fato de que o novo, na sociedade brasileira, não pode ser tido como sinônimo de moderno, pois a novidade pode muito bem estar assentada em um conjunto de práticas e elementos mais tradicionais do que inovadores.

Todavia, o que observamos, no senso comum, é a associação indiscriminada do novo com a modernidade. E é sobre essa relação direta que irá se construir o discurso do *Diário do Nordeste* e sua identidade como jornal tecnologicamente moderno. Com base nesse

⁴⁰ Algumas denominações que se costumam ouvir pelos corredores das empresas.

raciocínio, somente o fato de ser um novo jornal o impelia a adotar a alcunha de moderno. Mas Sousa (2008, p. 79) nos esclarece que tanto o contexto histórico-social de sua criação justifica essa autodenominação quanto a forma como o jornal foi criado:

O *Diário do Nordeste*, iniciado posteriormente à fase política do jornalismo, foi concebido após a saída de Edson Queiroz da sociedade com a *Tribuna do Ceará*, a partir de pesquisa de mercado para definir a capacidade da demanda absorver um novo periódico e foi projetado por uma equipe de especialistas, a saber: Maurício Xerez (diretor-superintendente), Hélio Passos (1º diretor de redação), Milton Temer e “Léo” Guanabara. Marca assim sua criação em bases racionalizadas, no interesse por absorver fatias de mercado.

Na redação, essa proposta de modernidade se materializava na defesa do jornalismo pautado pelos ideais democráticos, conforme revelou, em entrevista, um jornalista que trabalhou no DN a partir do seu primeiro número até o início dos anos 90:

Havia um grupo empolgado que trabalhava de forma muito sintonizada. Era um grupo competente e que imaginava fazer um jornalismo pautado na investigação e em grandes reportagens. Não havia ingenuidade quanto a limitações, mas prevalecia o espírito de romper barreiras (internas e externas) na luta pela informação como direito da sociedade, dever do jornalismo e algo possível na empresa jornalística capitalista moderna (JORNALISTA 15, junho de 2010).

É interessante ressaltar que a fundação do *Diário* se dá no cenário de transição democrática do Brasil e de emergência de um capitalismo moderno com a queda do poder oligárquico. Portanto, para os profissionais, o cenário era de euforia, pelo fim da censura,⁴¹ e pela prática de um jornalismo identificado como um serviço público para a sociedade.

A linha editorial, nunca ninguém me disse não, mas pelo que eu observei, era uma linha mais voltada a favor da população, desde a A até a C. Tanto é que nós tínhamos sempre o pessoal de economia fazendo matérias voltadas para a classe A. Como também, em momento algum, a gente abandonou a periferia, a gente tava sempre presente na periferia. Tanto é que toda semana circulava uma página, *Jornal nos bairros*, que agora a gente voltou a fazer novamente (JORNALISTA 13, maio de 2010).

O fato de tentar abarcar públicos de diferentes classes sociais é indicativo de uma postura contraditória do jornal que não ficou restrita somente aos anos iniciais de sua história. Em uma tentativa de alcançar de modo mais incisivo as classes populares, o jornal lançou, em 1998, um novo produto: o *Jornal da Rua*, caracterizado pelo perfil e linguagem coloquiais⁴². “Francisco Bilas⁴³”, executivo do *Sistema Verdes Mares* que concebeu o *Jornal da Rua*, diz

⁴¹ Censura no sentido da proibição de veiculação de conteúdos pelo Estado, que marcou o jornalismo brasileiro durante a vigência da Ditadura Militar. Já a censura, no sentido de temas proibidos ou nomes impronunciáveis nas páginas do jornal também teve lugar no *Diário do Nordeste*, como contam jornalistas que nele trabalharam nesse período.

⁴² O *Jornal da Rua* era uma publicação no formato tablóide, no melhor estilo popularesco, cujo carro-chefe eram matérias de teor policial e fait-divers. No entanto, teve vida curta, deixou de circular em 1999.

⁴³ O entrevistado Francisco Bilas foi diretor-editor do *Diário do Nordeste* em seus primeiros 22 anos.

que estabeleceu um perfil e uma linguagem para o jornal em que se ‘o que pudesse sair no *Jornal da Rua* pudesse sair no *Diário*, estava errado’” (SOUSA, 2008, p. 55).

A circulação do *Jornal da Rua* deixa o DN livre para se dirigir às elites cearenses. Mesmo assim, a publicação tem que optar por qual elite contemplar. Essa escolha não é clara nem está expressa em documento da empresa ou é repassada de modo objetivo para os profissionais, mas pode ser percebida nos conteúdos veiculados e na rotina de trabalho. Dessa forma, verifica-se uma tendência de direcionamento ao público conservador, que aqui identificamos como composto por famílias tradicionais do Estado, ricos empresários e políticos social-democratas.

Oficialmente, no entanto, o que se tem é uma generalização do público em torno da abrangência de circulação do jornal, posta em evidência na visão da empresa:

Ser o jornal líder em circulação no Nordeste, preferido pelos cearenses em todas as plataformas por meio das melhores práticas de gestão, do desenvolvimento do capital humano e investimento em tecnologia, garantindo rentabilidade e crescimento sustentável da instituição (DIÁRIO DO NORDESTE, 20 de abril de 2011)⁴⁴.

Um jornal moderno para um público conservador. Essa condição ilustra as contradições da moderna tradição brasileira de que fala Ortiz (2006) e, vez por outra, manifestam-se na rotina do periódico, como ressalta um jornalista que trabalhou ao longo de 18 anos na instituição:

Acho o jornal conservador e meio preso a interesses vários. (...) Mas continuo achando que a preocupação maior é com a tecnologia. Os entendidos no assunto (Dudu e Capibaribe⁴⁵) dizem que o DN dispõe dos mais avançados equipamentos. Às vezes, eles pregam peças, como a pane das impressoras importadas da Índia, sem ter ninguém que soubesse consertar o problema, pois tudo fora montado por técnicos vindos da Índia. As últimas mudanças no layout do jornal também foram feitas por profissionais de fora, desta vez da Espanha. E em algumas ocasiões foram observadas palavras e frases em espanhol no meio de textos publicados (JORNALISTA 14, maio de 2010).

Apesar dos percalços, o DN tenta manter um discurso coerente ao longo de sua história, ancorado, sobretudo, na valorização dos equipamentos tecnológicos que legitimam sua modernidade. “Nós inovamos quando compramos novos equipamentos, adquirimos novas plataformas de informática e investimos em qualificação” (IGOR QUEIROZ, 26 de junho de 2010)⁴⁶. Com isso, o jornal traça os contornos de sua identidade e, ao longo do tempo – principalmente em cada nova mudança de cunho editorial –, reforça essa identidade,

⁴⁴ O documento com a visão, a missão e os objetivos do *Diário do Nordeste* foi enviado por e-mail pela assessoria de imprensa do *Sistema Verdes Mares*.

⁴⁵ Dudu – Ildelfonso Rodrigues, editor-chefe do *Diário do Nordeste*; Antônio Capibaribe Neto, diretor industrial.

⁴⁶ Fala pronunciada durante palestra realizada com os profissionais de diferentes segmentos do *Diário* para apresentar a missão, os valores e metas da empresa para os próximos anos.

atualizando o discurso em torno da modernidade e da tecnologia, processo o qual investigaremos de modo mais aprofundado a partir de agora.

2.3.2 – Automeação e construção do ethos discursivo pela mídia

Os meios de comunicação, sobretudo os jornalísticos, têm a informação como matéria-prima. Eles selecionam fatos sociais e, a partir do código linguístico com o qual operam, tornam esses fatos ou acontecimentos acessíveis a uma coletividade. Porém, o discurso informativo construído pela mídia comporta também outra dimensão que não diz respeito somente à interpretação da realidade social exterior, mas à própria realidade dos meios de comunicação. Conforme Charaudeau (2006, p. 34), as mídias, ao informarem, estão a todo o momento reiterando sua competência, se autoafirmando.

Essa estratégia é uma forma de legitimação perante a cobrança que a sociedade faz constantemente aos meios de comunicação, sempre exigindo destes a demonstração de suas competências como instituição especializada em informar.

Essa atividade encontra-se na mira da crítica social, obrigando os seus atores a se explicar, obrigando as mídias a produzir, paralelamente ao discurso de informação, um discurso que justifique sua razão de ser, como se além de dizer, “eis o que é preciso saber”, as mídias dissessem o tempo todo: “eis porque temos a competência para informar” (CHARAUDEAU, 2006, p. 34).

As competências das instituições midiáticas podem ser identificadas de modo mais visível em espaços discursivos definidos para essa finalidade, como é o caso dos textos institucionais⁴⁷. Contudo, essa representação de si está presente em todas as manifestações discursivas – afinal, conforme já postulava a retórica clássica, cada forma de enunciação comporta uma imagem do próprio orador. Considerando-se que a mídia é um orador público contemporâneo, seus discursos também serão perpassados por imagens de si, que objetivarão um conjunto de valores culturais e ideológicos, mas cuja finalidade é, sobretudo, demonstrar credibilidade ao público (CHARAUDEAU, 2006).

A imagem que o enunciador ou locutor se atribui ou a corporalidade que ele materializa compõe o ethos discursivo. Como observa Ruth Amossi (2005), o ethos faz parte da enunciação, ou seja, ele opera no nível da apresentação de si mesmo, do parecer ser e não da essência. Para a construção do ethos, o que irá importar é a autenticidade da apresentação, ou, como diria Umberto Eco (1984), a verdade da enunciação e não do enunciado.

⁴⁷ Editoriais ou reportagens que têm como objetivo exaltar a própria instituição. Este segundo tipo de conteúdo é menos recorrente no cotidiano das mídias, mas aparece em momentos estratégicos, como a apresentação de mudanças adotadas pelo veículo ou mesmo a celebração de momentos importantes da sua história.

O ethos discursivo forma o que Charaudeau (2006) chama de *condição de identidade* de quem enuncia. A identidade do enunciador expressa através de seu ethos discursivo é uma parte essencial do contrato de comunicação estipulado entre as instituições midiáticas e seu público.

Os atores de um determinado contrato de comunicação agem em parte através de atos, segundo determinados critérios de coerência, e em parte através de palavras - construindo, paralelamente, representações de suas ações e de suas palavras, às quais atribuem valores. Essas representações não coincidem necessariamente com as práticas, mas acabam por influir nelas, produzindo um mecanismo dialético entre práticas e representações, através do qual se constrói a significação psicossocial do contrato. Isso nos obriga a levar em conta tanto os discursos de justificativa, produzidos pelos profissionais da mídia sobre seu modo de fazer, quanto às características de funcionamento da máquina midiática em si (CHARAUDEAU, 2006, p. 73).

Maingueneau (2006, p. 70) também relaciona o ethos discursivo à identidade do enunciador: “A especificidade de um ethos remete, de fato, à figura de um ‘fiador’ que, por meio de sua fala, se dá uma identidade que está de acordo com o mundo que ele supostamente faz surgir”.

O ethos discursivo da mídia irá reforçar sua competência informativa e/ou seu papel social que, ao serem articulados, irão compor a identidade dessa instituição. Afinal, como observa Kathryn Woodward (2000), a construção da identidade é tanto simbólica quanto social e irá se materializar a partir de ações de nomeação e de classificação, ou seja, através do discurso.

A partir de seu posicionamento no mundo, por meio da identidade, reforçada a cada enunciação pelo ethos discursivo, a mídia pode definir e explicitar seus objetivos sociais, culturais e mercadológicos. Como complementa Woodward (2000), a identidade tem causas e consequências materiais, e a nomeação que as instituições midiáticas fazem de si mesmas são relevantes para a definição do público para o qual se destinam e mesmo para se estabelecerem perante outras instituições da mesma natureza, ou seja, para se diferenciarem da concorrência. “A identidade e a diferença têm que ser nomeadas. É apenas por meio de atos de fala que instituímos a identidade e a diferença como tais” (SILVA, 2000, p. 77).

Maingueneau (2006, p. 60) reforça que o ethos discursivo é um processo interativo que influencia o outro e é construído a partir de uma noção híbrida, envolvendo um movimento entre o social e o discursivo. O ethos, portanto, não pode ser visualizado fora de uma situação comunicativa definida que, por sua vez, está atrelada a um contexto sócio-histórico determinado.

A partir destes princípios é possível analisar o ethos discursivo e a identidade do jornal *Diário do Nordeste* ao longo do tempo, tomando como referência um *corpus* de análise composto de matérias publicadas em dois cadernos especiais, que celebram os aniversários do periódico. O primeiro foi publicado em 1991⁴⁸, aos 10 anos da instituição, e o segundo, em 2006, contando a trajetória de 25 anos de existência do DN⁴⁹.

Nos cadernos, estão presentes matérias que abordam as mudanças mais relevantes pelas quais o jornal passou. A escolha se deu porque eles trazem a memória do jornal e, principalmente, enfatizam a história recente do jornalismo em meio à efervescência das mídias digitais. A esse grupo de matérias, será acrescentada uma reportagem, veiculada no ano de 2008, que anuncia a entrada do jornal na era da produção multimidiática.

2.3.3 – Modernidade, tecnologia e competência técnica

São poucos os momentos em que um veículo de comunicação fala de si mesmo no espaço editorial. O *Diário do Nordeste* dialoga diretamente ao público em situações bem específicas, como datas em que celebra aniversário e em apresentações de novidades e mudanças editoriais. Nesses momentos, o jornal aproveita para reiterar seus valores e atualizar seu ethos empresarial e jornalístico. Como no caso abaixo, para marcar sua primeira década de atuação.

O **Diário do Nordeste** representou o início de nova fase no jornalismo cearense. Renovação de conceitos, mudanças gráficas, aliados a um equipamento da mais alta tecnologia, caracterizaram este ‘divisor de águas’. A nova proposta jornalística surgiu no dia 19 de dezembro de 1981, com a edição de número um. Idealizado pelo industrial **Edson Queiroz**, o **Diário do Nordeste** nasceu moderno. Tudo isso se concretizou na compra de um maquinário avançado, na formação de um corpo redatorial de alto nível e na linha independente de um jornalismo ágil e dinâmico (UMA FASE NOVA NO JORNALISMO CEARENSE, 19 de dezembro de 1991)⁵⁰.

No decorrer da matéria, o primeiro editorial publicado pelo periódico é lembrado. A remissão ao ato de fundação do jornal e também de seu fundador são recorrentes nas publicações que contam a história da instituição. No ano de 2006, ao celebrar seus 25 anos, o DN retoma o tema:

⁴⁸ O caderno não se encontra disponível na internet, apesar do DN ter iniciado o processo de digitalização de seu arquivo. Por enquanto, ele só pode ser consultado no setor de pesquisa da instituição. Mas trazemos a reprodução da parte editorial do caderno nos anexo C.

⁴⁹ As matérias selecionadas para análise foram acessadas no site do periódico. Os respectivos endereços eletrônicos estão descritos nas referências bibliográficas, porém, trouxemos a reprodução dos textos nos anexo A.

⁵⁰ Destaques no original.

O jornal foi testemunha e intérprete dos acontecimentos de uma época efervescente e complexa, conduzindo-se em sua missão dentro de princípios morais e éticos, executando seu trabalho de bem informar a opinião pública com independência e imparcialidade. Os investimentos que foram feitos representam confiança no futuro da imprensa e nos destinos do Brasil (...) Contando com moderno parque gráfico, aparece no mercado dentro de um novo contexto, ou seja, quando a informação e as novas tecnologias de comunicação ganhavam maior destaque dentro desse cenário de mundo globalizado e multicultural. Foi o primeiro jornal a informatizar toda a redação no Estado e adotar o uso de cores (MARCO NA IMPRENSA CEARENSE, 31 de dezembro de 2006).

Nos dois trechos está visível não só a filiação ideológica do periódico, mas também a articulação desse posicionamento social com um ethos jornalístico geral que é partilhado pelas instituições midiáticas. “Institucionalmente, o jornalismo se apresenta como um *lugar de independência, profissionalismo, compromisso com o leitor e defesa da democracia*” (BENETTI E HAGEN, 2009, p. 04)⁵¹.

A missão do jornal é exposta nas duas matérias com o intuito de reforçar sua competência social enquanto meio de informação, ou seja, seu ethos jornalístico: veicular conteúdos credíveis. Em 2010, essa missão do jornal é aprimorada: “Prover informação com independência, imparcialidade e respeito pelos princípios éticos, contribuindo para a formação da cidadania, com sustentabilidade, e sendo um instrumento de defesa dos valores democráticos” (DIÁRIO DO NORDESTE, 20 de abril de 2011)⁵².

Portanto, o que observamos nas referidas passagens é o equilíbrio entre a competência jornalística ou, tomando emprestados conceitos de Guerra (2008), competência de conduta e cognitiva, atreladas à independência, moralidade, ética e imparcialidade; e o destaque da competência produtiva, identificada com o “maquinário avançado” e com “as novas tecnologias de comunicação”.

As duas matérias versam sobre a gênese do jornal e atualizam o primeiro discurso do DN, mostrando assim a preocupação com a manutenção de um conjunto de características ao longo de sua história, estas que estão alinhadas com a modernidade e com o uso de tecnologias. A opção do *Diário do Nordeste* pela associação com a imagem de modernização tecnológica é uma estratégia de afirmação política e ideológica.

A escolha do discurso em torno do moderno é também uma forma do jornal se distinguir dentro do mercado. O concorrente direto do *Diário do Nordeste* é uma instituição⁵³ com mais de 80 anos hoje e que, à época da criação do DN, já tinha uma trajetória jornalística

⁵¹ Destaques no original.

⁵² Informação enviada por e-mail pela assessoria de imprensa do *Sistema Verdes Mares*.

⁵³ Jornal *O Povo* (www.opovo.com.br)

consolidada. Entre os dois jornais, verificamos que o recém-chegado assume o discurso da modernidade, relegando ao outro a posição da tradição.

O jornal *Diário do Nordeste* foi lançado em 19 de dezembro de 1981, com a pretensão de ser um jornal moderno. Uma equipe de oitenta jornalistas garantia a produção do conteúdo que iria às ruas. Terceiro lugar, em pouco tempo atingiu a primeira posição na concorrência do Ceará. Previsto para atingir no final de 1982 e 1983 as marcas de três mil e sete ou oito mil assinantes respectivamente, superou as expectativas chegando a sete mil e quinze mil nesses anos. Em 1984 possuía uma tiragem média durante a semana de 24 a 25 mil exemplares (HUMBERG *apud* SOUSA, 2008, p. 54).

Nesse ponto, as práticas do jornal se aliam ao seu discurso em torno da modernidade e o resultado é a hegemonia no mercado, definida com base na tiragem de exemplares e no número de assinantes. As pesquisas atuais mostram que o DN disputa a posição de “estabelecido”. De acordo com as descrições de Norbert Elias e John Scotson (2000), ser estabelecido é ostentar um status de poder e superioridade. Fazendo uma comparação com a disputa de poder entre dois grupos em uma pequena cidade inglesa, os autores concluem que os estabelecidos correspondem ao grupo de indivíduos há mais tempo fixado na comunidade e, conseqüentemente, com laços afetivos fortes, contrapondo-se assim aos outsiders, sujeitos recém-chegados na área.

Para o grupo nuclear da parte antiga de Winston Parva, o sentimento do status de cada um e da inclusão na coletividade estava ligado à vida e às tradições comunitárias. Para preservar o que julgavam ter alto valor, eles cercavam fileiras contra os recém-chegados, com isso protegendo sua identidade grupal e afirmando sua superioridade. Essa é uma situação conhecida. Ela mostra com muita clareza e complementaridade do valor humano superior – o carisma do grupo – atribuído a si mesmo pelo grupo já estabelecido, e as características “ruins” – a desonra grupal – que atribuíam aos outsiders. Os recém-chegados eram desconhecidos não apenas dos antigos residentes, mas também entre eles; não tinham coesão e, por isso, não conseguiam cerrar fileiras e revidar (ELIAS E SCOTSON, 2000, p. 25).

Os outsiders eram, portanto, estigmatizados pelos estabelecidos que se fechavam em torno de um conjunto de regras de comportamento e conduta que deveriam ser seguidas por todos os integrantes do grupo em troca da segurança do pertencimento e da aceitação. Conforme os autores, a relação “estabelecido e outsider” não é exclusiva do caso por eles investigado. Ela possui um caráter universal, podendo ser identificada em diferentes situações sócio-culturais.

Diante disso, é possível observar que o *Diário do Nordeste*, por ser novo (recém-chegado), estaria mais inclinado ao estatuto de outsider em relação ao *O Povo* – no caso, o estabelecido (antigo), que já possuía uma história consolidada tanto no campo jornalístico como social. Contudo, as investidas sucessivas do jornal em mostrar-se como superior, por meio, sobretudo, da aquisição de bens e processos tecnológicos, podem ser interpretadas

como uma tentativa de disputar o poder (simbólico e também mercadológico) com o concorrente já estabelecido.

A pressão que o *Diário* exerce para galgar o posto de estabelecido se dá por meio de sua autoafirmação, da exaltação de suas qualidades técnicas e jornalísticas (destacadas pela instituição na celebração do crescimento das tiragens e da preferência dos leitores). Elementos estes que, no mercado jornalístico, são representativos do poder e da influência social de um jornal.

Conforme Sousa (2008, p. 101), o jornal é hoje o mais lido em Fortaleza, com “um índice de 79% na leitura de jornais locais e o maior número de leitores exclusivos (72% do público que escolheu apenas um jornal para ler)”. Além disso, é o único jornal cearense a circular em todo o Estado e o segundo de maior tiragem no Nordeste (uma média de 43 mil exemplares), de acordo com a pesquisa do Índice Verificador de Circulação (IVC) divulgada em agosto de 2008⁵⁴. Realidade esta que deu origem ao slogan que a instituição carrega: “O maior e melhor jornal do Nordeste”.

O *Diário do Nordeste* se valeu da modernização tecnológica para se diferenciar do concorrente e alinhar-se aos valores adotados pelos grupos sociais hegemônicos. Não aderir a esse posicionamento de moderno poderia fazer com que internalizasse a postura de outsider, o que comprometeria sua existência.

O Diário surgiu numa época em que o Brasil iniciava o seu processo de abertura política. E, com certeza, os bons ventos da democracia contribuíram para fazer com que o jornal apostasse sempre no novo. Contando com moderno parque gráfico, aparece no mercado dentro de um novo contexto, ou seja, quando a informação e as novas tecnologias de comunicação ganhavam maior destaque dentro desse cenário de mundo globalizado e multicultural. Foi o primeiro jornal a informatizar toda a redação no Estado e adotar o uso de cores (MARCO NA IMPRENSA CEARENSE, 31 de dezembro de 2006).

O ethos de modernização tecnológica será acionado pelos discursos do veículo ao longo de sua trajetória, reforçando seu posicionamento identitário ligado ao campo dos valores da modernidade. Para que o ethos discursivo de modernidade tecnológica do DN não ficasse restrito a um contexto histórico-social passado, o jornal acionou novos elementos que lhe permitiram estar continuamente atualizando esse ethos e reforçando sua identidade. É a atualização dessa enunciação que pode ser identificada no conjunto de matérias selecionadas para análise nesta pesquisa.

⁵⁴ Segundo informações extra-oficiais, o DN já ocuparia a primeira colocação no ranking do IVC. Contudo, como não tivemos acesso aos dados oficiais, preferimos trabalhar com os dados de 2008.

A mais recente manifestação do ethos de modernidade tecnológica do *Diário* pode ser visualizada no discurso em torno da oferta dos conteúdos do periódico para dispositivos móveis, como telefones celulares e tablets⁵⁵:

O Diário do Nordeste traz ao leitor novidades. Estão sendo colocados à disposição do público o Diário Notícias, Diário Virtual, versões personalizadas para iPhone, iPad, Kindle, além de novidades no Guia do Sabor e Conhecendo o Ceará e da segunda edição da Revista Gente que também está no iPad. O site do jornal ganhou visual mais moderno e em consonância com os grandes portais de notícia (NOTÍCIAS NA PALMA DA MÃO, 3 de abril de 2011).

Se, há mais de 20 anos, o *Diário* era moderno por adotar práticas e técnicas à época consideradas modernas, portanto, para sustentar sua identidade construída historicamente e justificar seu ethos discursivo, ele precisa continuar em sintonia com as transformações e adoção de atitudes práticas que o legitimem enquanto jornal moderno perante a sociedade e seus pares.

No caso, a prática do jornalismo multimídia, o uso do celular multifuncional, dentre outras inovações foram o que o jornal encontrou de mais moderno no cenário jornalístico para se apropriar e exaltar.

Nos cadernos especiais publicados em alusão aos 10 e 25 anos do DN, uma série de matérias foi realizada abordando momentos emblemáticos das coberturas feitas pelo jornal e da história da própria instituição – muitos destes associados ao processo de modernização tecnológica, mas com destaque para o uso dessas tecnologias na própria feitura do impresso. Passados cinco anos, as investidas do DN têm, claramente, sido direcionadas para o meio digital, por meio do aprimoramento de serviços, ampliação das plataformas de veiculação, presença nas redes sociais e interação com os leitores. Inovações que reafirmam a ligação do jornal com o ideal da modernidade, como reforça o próprio diretor-editor do *Diário*, Ildelfonso Rodrigues: “Sempre tivemos esta postura de apresentar o jornal dentro de um contexto moderno” (NOTÍCIAS NA PALMA DA MÃO, 3 de abril de 2011).

No início dos anos de 1990, o contexto moderno em que o jornal se inseria era o da chegada dos computadores nas redações:

Com um investimento em torno de US\$ 1 milhão, o **DN** trouxe ao Ceará os computadores da mais alta tecnologia. Agora, quase todo o processo de produção do jornal se dará eletronicamente, deixando-o mais flexível (...). Com a informatização, o **DN** comemora o sucesso de um jornal moderno, que se pautou na inovação e na criatividade, marcando época na imprensa cearense (O PASSO AO FUTURO, 19 de dezembro de 1991)⁵⁶.

⁵⁵ Tablets são dispositivos pessoais multimídia com conexão à internet, cuja tela maior que a de um celular e a praticidade de manuseio (são menores que um notebook) constituem-se nas principais vantagens apresentadas pelos fabricantes.

⁵⁶ Destaques no original

No texto que trata do processo de informatização da redação do jornal, é destacada a competência tecnológica do DN. A chegada dos computadores é mais uma demonstração da atualização da empresa frente às tecnologias, pois essa já era a realidade dos grandes jornais do País, e o *Diário* tratou de inovar no Estado, sendo assim o primeiro jornal cearense a informatizar toda a redação. Feito este que será acionado em discursos posteriores, como forma de reafirmar seu ethos tecnológico e moderno: “Foi o primeiro jornal a informatizar toda a redação no Estado e adotar o uso de cores” (MARCO NA IMPRENSA CEARENSE, 31 de dezembro de 2006).

É interessante destacar também que, no caderno em comemoração aos 10 anos do DN, esta é a única matéria que trata expressamente das inovações tecnológicas. Em um formato menor que o standard e com 16 páginas, o caderno ocupa-se mais em ressaltar a competência jornalística, destacando os prêmios Esso⁵⁷ conquistados, o investimento em grandes reportagens, a segmentação através da criação de novos suplementos de circulação diária e ainda o diálogo com as classes populares por meio da seção “Jornal dos bairros”.

Nesse caderno, há um tema que poderíamos elencar como competência empresarial, que não aparece na publicação do ano de 2006. Sobre esta competência, o jornal destaca a eficiência do departamento comercial:

Antes mesmo do seu lançamento, o **Diário do Nordeste** teve o cuidado de estruturar um departamento comercial à altura de um grande veículo de comunicação. E o sucesso do jornal no mercado deve-se a esses três fatores: profissionalismo, qualidade do produto e união no trabalho (...). O setor de marketing, isto é, a imagem do jornal junto aos seus leitores e clientes, tem recebido um tratamento especial no **Diário do Nordeste**. O marketing é tratado pela direção comercial como a grande ferramenta da modernidade (MARKETING DO JORNAL FAZ ESCOLA, 19 de dezembro de 1991)⁵⁸.

Vale destacar que o DN não perde de vista o foco na modernidade ao qualificar o marketing como “a grande ferramenta da modernidade” e exaltar seu próprio departamento, reforça seu vínculo com os valores da modernidade. Em outra passagem, que também não se repete no caderno de 25 anos, o jornal resalta sua liderança no mercado. “Nos domingos, em todo o Ceará, o **Diário do Nordeste** vende 44.127 exemplares, enquanto ‘O Povo’ 21.961. Aos sábados, a liderança continua” (UMA LIDERANÇA COMPROVADA PELO IVC, 19 de dezembro de 1991)⁵⁹.

⁵⁷ O Prêmio Esso é uma premiação tradicional no jornalismo brasileiro e um fator de orgulho para as empresas midiáticas que o conquistam.

⁵⁸ Destaques no original.

⁵⁹ Destaques no original.

Neste momento, o DN procura reafirmar sua posição de estabelecido no cenário jornalístico cearense por meio da exposição de dados estatísticos de liderança em tiragem. E, para arrematar o elogio em torno de sua própria condição, o jornal traz uma página com depoimentos de personalidades do ramo empresarial e também político, como o então prefeito de Fortaleza, Juraci Magalhães, e o governador do Estado, Ciro Gomes, sobre a importância do DN para o Ceará. Com isso, o jornal reitera sua competência jornalística, respaldada não por ele, mas por terceiros, ou seja, pela sociedade.

A competência tecnológica, por sua vez, ganha destaque maior no caderno publicado em 2006. “Desde agosto de 2005, o Diário do Nordeste utiliza o sistema digital em seu Departamento de Fotografia. Além de proporcionar aos leitores imagens de melhor qualidade, **a tecnologia agilizou o trabalho de todas as editorias do jornal**” (SETOR DE FOTOGRAFIA NA ERA DIGITAL, 31 de dezembro de 2006).

No texto, é colocada em evidência a competência tecnológica do jornal a partir da aceleração do trabalho na rotina produtiva do veículo. Aqui, o ethos de modernidade tecnológica se sobrepõe ao ethos jornalístico. “**A segmentação, o uso da cor e o lançamento de suplementos especializados** marcaram o ritmo de vanguarda de um jornal que, em pouco tempo, consolidou o sucesso editorial, publicitário e comercial” (UMA NOVA FASE NO JORNALISMO CEARENSE, 19 de dezembro de 1991).

Em 2006, o mesmo assunto é retomado:

Dando seqüência a essa tendência, após a criação de **cadernos específicos** com conteúdos mais gerais, surgem **páginas temáticas** específicas, como: Informática; e, mais recentemente, Gestão Ambiental, Imóveis e Comer & Beber (...). Outra inovação elaborada pelo Diário é o **canal de interlocução com o leitor**, estabelecido através do “Alô Redação” (MUDANÇAS GRÁFICAS FACILITAM IDENTIFICAÇÃO E LEITURA DO CONTEÚDO, 31 de dezembro de 2006).

Os destaques das matérias voltam-se para a competência editorial do DN, que diz respeito ao ethos jornalístico, caracterizado pela segmentação, apontada como uma tendência do jornalismo mundial. Ao seguir esse padrão, o jornal mostra sua inserção no cenário global e procura, assim, legitimar sua atualização frente às inovações no cenário jornalístico de um modo geral, promovendo uma continuidade e coerência em seu projeto jornalístico.

As mudanças visuais do Diário do Nordeste não ficaram restritas apenas à versão impressa do jornal. O endereço eletrônico da publicação na Internet (www.diariodonordeste.com.br) também foi reformulado e passa a **exibir um “layout” mais dinâmico**. A proposta é aproximar cada vez mais os internautas dos conteúdos veiculados, oferecendo mais que uma mera versão “on-line” do jornal impresso (PORTAL É MAIS DO QUE VERSÃO ON-LINE, 31 de dezembro de 2006).

A competência tecnológica é retomada neste momento com a valorização da versão online do periódico. O site ganha o status de outro produto jornalístico, mas que acompanha as mudanças empreendidas também na versão impressa. Nesse ponto, o jornal tenta mostrar que tanto pode ser competente na plataforma física como na plataforma virtual e deixa entrever a proximidade de trabalho entre os dois suportes, potencializada com a prática da multimídia. Dessa forma, o DN procura se legitimar no momento atual de convergência midiática e coloca novamente em articulação e diálogo direto o ethos jornalístico e o ethos de modernidade tecnológica.

O designer gráfico Chico Amaral (leia-se Cases i Associats) é o homem por trás do novo projeto visual do Diário do Nordeste. De acordo com ele, os princípios básicos do estilo gráfico criados são a densidade de informação e **facilidade de leitura**. “Neste sentido, decidimos explorar mais as cores por causa da luminosidade da cidade”, conta (NOVO VISUAL PRIORIZA COR E INTERATIVIDADE, 31 de dezembro de 2006).

Na passagem, a estética do jornal é ressaltada e, apesar de ser uma mudança atrelada à técnica, ela se encaixa no seu ethos jornalístico pelo fato de se preocupar com o público ao adotar uma apresentação visual que facilita a leitura. É importante ressaltar que o *Diário do Nordeste* sempre carregou contra si a atribuição dada por jornalistas e mesmo pelos leitores de ter um projeto gráfico desagradável. Portanto, a mudança visual apresenta-se como um fator importante em sua trajetória, com o intuito de superar uma “deficiência” que o acompanhava desde a fundação.

Publicação brasileira, impressa numa máquina feita na Índia, com tecnologia alemã. O resultado da parceria já pode ser conferido pelos leitores do Diário do Nordeste, desde o início do mês, quando começou a funcionar a Manugraph Cityline Express, nova impressora do jornal (EQUIPAMENTOS DE PONTA NA NOVA FASE DO DIÁRIO, 31 de dezembro de 2006).

Para finalizar, temos o retorno à competência tecnológica, desta vez com o uso de uma impressora de fabricação e montagem estrangeiras⁶⁰, o que denota mais uma vez a influência da globalização e das novas tendências no jornalismo que dizem respeito ao ethos de modernidade tecnológica do DN. Vale destacar que as tecnologias gráficas foram responsáveis por momentos de mudanças significativas na história do jornalismo brasileiro e mundial.

Da prensa de Gutenberg, passando pela litografia ao uso do *offset* no século XX, a evolução das tecnologias de impressão esteve sempre associada a transformações no modo de produção jornalístico. Dessa forma, o uso de uma impressora de grande porte, no século XXI, representa a passagem do jornal para uma nova fase no jornalismo impresso contemporâneo,

⁶⁰ Imagens do parque gráfico do DN nos anexo H.

que deverá ter repercussão não só na forma de apresentação dos conteúdos jornalísticos, mas também nos significados construídos pelo jornal e, conseqüentemente, no reforço de sua identidade.

A partir desta análise, foi possível observar que o discurso do *Diário do Nordeste* sobre si está alicerçado na inter-relação entre três áreas de domínio, marcadas pela exposição das competências da instituição. O **primeiro domínio** é conceitual e engloba o ethos jornalístico, ou seja, as competências cognitivas e de conduta jornalística, postas em relevo por meio de valores como objetividade, democracia, imparcialidade e compromisso com o leitor.

O **segundo domínio**, mais técnico, vem à tona com o ethos de modernidade tecnológica, associado à exaltação das técnicas de produção do jornal e aquisição de tecnologia – impressora, portal, conteúdo multimídia, fotografia, agilidade na produção.

Já a terceira **área de domínio** do DN é conjuntural e se manifesta com o destaque da competência caracterizada pelo êxito empresarial e comercial do jornal.

O ethos de modernidade tecnológica e o campo de domínio técnico parecem sobressair na atualidade e são determinantes para o ethos jornalístico do *Diário*. Ele irá dar o tom de diferenciação do jornal. Como destacam Benetti e Hagen (2009), o ethos jornalístico é partilhado por todas as instituições midiáticas. Se o DN se detivesse somente na exaltação de seu ethos jornalístico, não estaria se diferenciando de outras empresas midiáticas e, sobretudo, de seus concorrentes diretos no mercado local, como os jornais *O Povo* e *O Estado*.

Ambas as publicações circulam há mais tempo que o DN. *O Povo* tem 83 anos de história, *O Estado*, 75, enquanto o *Diário* completará 30 anos em dezembro de 2011. Por conta disso, o discurso em torno da tradição jornalística é recorrente tanto no *O Povo* quanto no *O Estado*. Mesmo nos tempos atuais, com a atualização garantida pelos usos das novas tecnologias, as duas instituições ainda mantêm fortes as referências ao comprometimento tradicional com o fazer profissional em detrimento da exaltação da aquisição tecnológica.

Hoje, o grande desafio é aliar a modernidade ao peso da tradição e credibilidade do Jornal O Estado, bem como a dosagem das informações e a ênfase noticiosa típica do veículo através da migração de uma mídia para outra em forma contínua sem desarmonizar a unificação das redações (mídia impressa e online). O último ano foi de intenso trabalho para a equipe de jornalistas, fotógrafos, designers e editores, com a atribuição de traduzir para o computador e o papel-jornal. Conservamos o que havia de melhor e oferecemos ainda mais (O ESTADO EM EVOLUÇÃO, 28 de setembro de 2009).

Na passagem acima, retirada de uma reportagem publicada em comemoração ao aniversário de 73 anos do jornal, fica claro que, mesmo tendo como foco a modernização por

meio da migração dos conteúdos do impresso para a plataforma on-line, a instituição atualiza o que compõe seu ethos jornalístico: a credibilidade. O ethos jornalístico da empresa é reiterado ainda em outro trecho de matéria versando sobre a história do veículo: “O Jornal O Estado (OE) faz mais um aniversário. Agora soma 73 anos de vida pautados na credibilidade, responsabilidade e independência Jornalística” (UMA VIDA EM 73 ANOS, LEGADO E HISTÓRIA, 28 de setembro de 2009).

Já *O Povo*, mesmo se autodenominando “a melhor plataforma multimídia do Ceará”⁶¹, o que denota a ancoragem no tempo presente, também ressalta com afinco em seus discursos a história de vida do veículo e sua tradição no campo jornalístico local.

A Edição Especial de 80 anos não se propõe a trazer de volta uma memória apenas porque ela existe, mas porque ela está em movimento para o futuro. Este ano, comemora-se 200 anos da chegada da imprensa no Brasil, embora se saiba que a atividade jornalística existiu no Brasil antes disso, reprimida e censurada. **O Povo** percorreu quase metade desse caminho e contam-se nos dedos os jornais brasileiros que conseguiram o feito. No Ceará, **O Povo** é o único jornal em atividade a atravessar, nos últimos 80 anos, suas revoluções, crises econômicas, percalços políticos, secas e suas rachaduras de toda sorte, as mudanças dos tempos (BARDO DE PAPEL, 6 de outubro de 2008)⁶².

Em sua carta de princípios, *O Povo* estipula como missão: “Contribuir para o crescimento do Ceará, estimulando a consciência crítica e buscando o sucesso empresarial” (CARTA DE PRINCÍPIOS O POVO, 15 de abril de 2011)⁶³. Ao longo do documento, são destacados princípios basilares para o Jornalismo, como liberdade, ética e imparcialidade. É interessante destacar que a instituição elenca a modernidade como um desses princípios; contudo, não faz associação desta com o uso das novas tecnologias.

Mais do que uma questão de estilo, a modernidade importa em um processo contínuo de renovação das formas de pensar e agir, identificadas com os anseios e aspirações da sociedade, com o respeito indispensável pelas opiniões sobre os fatos e as idéias. Fiel aos compromissos que lhe deram origem, ao tempo de sua fundação, O POVO tem o espírito voltado para a inovação e a modernidade, associando passado e presente como condição e antecipação do futuro (CARTA DE PRINCÍPIOS O POVO, 15 de abril de 2011).

Dessa forma, pode-se afirmar que o ethos jornalístico de *O Povo* está construído em torno da exaltação da história do próprio veículo e do papel social assumido por ele ao longo desse tempo. Dessa forma, tanto *O Povo* quanto *O Estado* usam a memória (passado) para fortalecer suas imagens no presente. Não vem ao caso nos aprofundarmos na análise do ethos dos concorrentes locais do DN, mas deixar entrever que estes ancoram na história e na

⁶¹ Título de uma campanha de comunicação institucional do grupo *O Povo*, veiculada no ano de 2009. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=O4U-2hZxcUs&NR=1>. Acessada em 15 de abril de 2011.

⁶² Grifos no original.

⁶³ Documento concedido pela assessoria de imprensa do jornal.

tradição o discurso em torno de si, construindo assim um ethos jornalístico embasado nos valores da profissão jornalística como: credibilidade, imparcialidade, liberdade, cidadania e comprometimento com o leitor e também em valores sociais como democracia, cidadania, cultura e educação, destacando assim suas competências jornalísticas e de conduta.

Destituído da bagagem histórica que seus concorrentes carregam, o DN prende-se ao tempo presente, atualizando incessantemente seu ethos de modernidade tecnológica com a aquisição de novas ferramentas tecnológicas e adoção de modelos de práticas jornalísticas consideradas novas. Pode-se concluir assim que a modernização tecnológica é o fator de diferenciação do DN e, ao ser retomado em diversos momentos de sua trajetória, reforça a identidade do veículo perante a sociedade e seu público.

O ethos do DN ressoará no imaginário coletivo a partir da associação do moderno com o “bom”, o que irá ainda repercutir na mediação das relações entre os indivíduos que compõem a instituição. Aceitar as regras de trabalho impostas pelo jornal é uma forma de colaborar com a sua identidade e partilhar das benesses atreladas a ela. O jornalista precisa dar a sua contribuição para manter a modernização da instituição e pode fazer isso, por exemplo, através da produção do novo conteúdo multimídia⁶⁴.

Elias e Scotson (2000, p. 26) explicam que os indivíduos, muitas vezes, sacrificam a própria satisfação individual pela coesão do grupo e conseqüente manutenção de seu poder. “A satisfação que cada um extrai da participação no carisma do grupo compensa o sacrificio da satisfação pessoal decorrente da submissão às normas grupais”.

A pressão do jornal e o alinhamento com a identidade da instituição são outros fatores que poderão incidir na construção da identidade dos repórteres submetidos à prática do jornalismo multimídia. Afinal, como observam Kathryn Woodward (2000) e Bauman (2005), as identidades são formadas muito mais sobre conflitos e imposições do que em torno de consensos e escolhas conscientes.

Será exatamente esse movimento em torno da identidade dos repórteres do *Diário do Nordeste* no cenário de exaltação da competência tecnológica que nos interessa investigar. Dominique Wolton (2007) observa que as tecnologias digitais compõem a dimensão técnica da comunicação, que está sendo sobrevalorizada no pensamento comunicacional da atualidade. Em uma direção oposta a essa tendência, nossa pesquisa irá se debruçar sobre os sujeitos que estão por trás dos processos de produção das instituições midiáticas.

⁶⁴ A atividade de realizar vídeos para o conteúdo multimídia não está presente no contrato de trabalho dos jornalistas do Diário, que também não oferece uma remuneração extra para isso.

Para saber o que os jornalistas pensam e como se sentem em relação ao cenário de transformações cotidianas e conjunturais que envolvem a profissão lançamos mão da entrevista em profundidade como técnica de coleta de dados. Realizamos também uma inserção direta no campo, com a observação dos sujeitos e de seu cotidiano em busca das singularidades que fizeram com que a rotina de trabalho dos profissionais no *Diário do Nordeste* despontasse para nós como um caso a ser explorado, descrito e analisado.

No próximo capítulo, explicitaremos as escolhas que realizamos no decorrer de nosso estudo e como estas foram relevantes para a compreensão da construção da identidade dos jornalistas do DN em razão das mudanças advindas com a atividade de realização dos vídeos.

3 - UMA INSERÇÃO NA ROTINA PRODUTIVA DO DN

Em janeiro de 2009, a jornalista sai da redação do *Diário do Nordeste* como repórter e, poucos meses depois, a pesquisadora retorna. Esse deslocamento de posição e também de identidade foi resultado não só da aprovação no mestrado, mas, principalmente, das vivências que a pesquisa científica proporcionaram. Das leituras surgiram hipóteses e, da metodologia, a conduta e as técnicas que a fizeram voltar novamente à redação com outro olhar sobre um cotidiano familiar ao profissional, mas que se mostrava completamente diferente para a observação do pesquisador. Essa transformação foi marcada por embates teóricos, paradas estratégicas para “deixar o objeto falar” e um árduo trabalho de documentação, observação do fenômeno e, principalmente, coleta de dados por meio de longas entrevistas.

Neste capítulo, apresentaremos um pouco da trajetória vivenciada no campo, em companhia de autores, professores e da orientadora no espaço acadêmico. Daí, a opção por elaborar esse relatório na primeira pessoa do plural, pois consideramos que a pesquisa científica, mesmo sendo uma atividade que se realiza individualmente, não consiste em um processo solitário.

Nossa narrativa será permeada pelas escolhas metodológicas que realizamos. A definição da metodologia, ou seja, do modo de trabalho adotado para uma pesquisa científica é de extrema importância não só para que os objetivos propostos sejam alcançados ou as hipóteses comprovadas, mas para que o empreendimento em questão seja considerado válido e legítimo perante a comunidade científica.

Mais que um guia de conduta e de procedimentos, a metodologia atende aos chamados do objeto, moldando-se a ele e às intempéries que podem vir a acometê-lo no decorrer da pesquisa. Em sintonia com as escolhas teóricas, os métodos de trabalho proporcionarão a interpretação lúcida do fenômeno e sua contextualização histórica e cultural. Daí decorre a relevância das escolhas metodológicas realizadas pelo pesquisador, pois a metodologia não é uma etapa da pesquisa, mas a espinha dorsal de todo empreendimento científico, dando sustentação e equilíbrio a este (GONDIM, 1999).

Em nossa pesquisa, optamos pela realização de um estudo de caso. Esse delineamento serve a investigações de diferentes naturezas e proporciona uma abordagem holística de um dado fenômeno cuja exploração e descrição só puderam ser efetivadas graças à observação direta e às entrevistas.

Ao longo deste capítulo, iremos, portanto, discorrer sobre a realização das entrevistas. A ideia é fazer um breve relato e reflexões das descobertas e das dificuldades práticas e

teóricas com as quais nos deparamos em nosso percurso, o que poderá servir de referencial para futuros pesquisadores que intencionem desenvolver empreendimentos de pesquisa semelhantes.

Além disso, descreveremos o ambiente da redação e as relações de força que o perpassam, enfatizando o cenário de transformações que serve como pano de fundo para a construção da identidade dos jornalistas. Para tal, recorreremos à discussão de Pierre Bourdieu (1989) relativa ao poder simbólico e aos conceitos de campo e *habitus*, centrais aqui para revelar os conflitos e tensões que se manifestam no cotidiano de trabalho dos jornalistas do *Diário do Nordeste*.

3.1 – Diário do Nordeste: o caso

A pesquisa em Ciências Sociais foi desenvolvida durante muito tempo com base nos paradigmas das Ciências Naturais e Matemáticas. Para os adeptos dessa prática, que se fez célebre com a vigência do pensamento positivista, os fenômenos sociais poderiam ser mensurados e quantificados da mesma forma que fenômenos físicos e químicos. As sociedades passaram então a ser investigadas através de métodos quantitativos que, como enumera Cecília Minayo (1996), foram construídos a partir de princípios clássicos das Ciências Naturais. Assim, continua a autora, o mundo social passa a ser visto de acordo com leis causais; os fenômenos só podem ser apreendidos com a experiência sensível; as crenças e valores subjetivos devem ser dissociados dos dados brutos, que por sua vez, são necessários para a compreensão do primeiro conjunto de informações (MINAYO, 1996, p. 23).

No entanto, quando os pesquisadores se depararam com a complexidade e singularidade dos fatos sociais, perceberam que a representação quantitativa desses fenômenos não era suficiente para estudar outros aspectos que não poderiam ser explicados com estatísticas ou leis pré-determinadas. Refletindo sobre o objeto das metodologias qualitativas, Tereza Haguette (1987) avalia que esse tipo de pesquisa se diferencia dos métodos quantitativos exatamente pelas características dos objetos em análise. “Os métodos quantitativos supõem uma população de objetos de observação comparável entre si e os métodos qualitativos enfatizam as especificidades de um fenômeno em termos de suas origens e de sua razão de ser” (1987, p. 35).

É nesse contexto que as pesquisas qualitativas começam a ser praticadas. Elas surgem como um método investigativo que procura compreender, contextualizar, problematizar e explicar fenômenos relativos à vida em sociedade. O primeiro pesquisador a desenvolver um

procedimento metodológico para as Ciências Sociais diferente dos modelos positivistas vigentes foi o filósofo alemão Wilhelm Dilthey. (GOLDENBERG, 2003, p. 18). A crítica de Dilthey em relação aos métodos quantitativos, exposta por Mirian Goldenberg (2003), tem como princípio o mesmo suporte das ideias de Haguette (1987). “Os fatos sociais não são suscetíveis de quantificação, já que cada um deles tem um sentido próprio, diferente dos demais, e isso torna necessário que cada caso concreto seja compreendido em sua singularidade” (1987, p. 18).

Apesar da discordância em relação ao pensamento de Haguette (1987), para quem os fenômenos sociais não podem ser quantificáveis, é quase impossível não concordar com ela quando se refere à necessidade de levar em consideração a singularidade dos casos concretos. Foi exatamente a particularidade do exercício do jornalismo multimídia no *Diário do Nordeste* e, principalmente, as idiossincrasias dos jornalistas diante das mudanças em sua rotina de trabalho que motivaram a construção dessa pesquisa. E foram essas mesmas singularidades que orientaram a escolha do modelo de investigação científica adequado para responder aos questionamentos provenientes da observação exploratória desse fenômeno.

Optamos, portanto, em desenvolver um estudo de caso com o jornal *Diário do Nordeste* e seus profissionais. É interessante ressaltar que esse delineamento não trabalha unicamente com métodos qualitativos de pesquisa. A depender das facetas reveladas pelo objeto, pode-se recorrer aos métodos quantitativos também, como observa Minayo (1996, p. 22): “O conjunto de dados quantitativos e qualitativos, porém, não se opõem. Ao contrário, se complementam, pois a realidade abrangida por eles interage dinamicamente, excluindo qualquer dicotomia”.

Daí porque o estudo de caso não é considerado, exclusivamente, um exercício de pesquisa qualitativa: “Embora a pesquisa através do estudo de caso seja de natureza qualitativa, não existem impedimentos ao uso de técnicas quantitativas” (DINIZ, 1999, p. 46).

Essa possibilidade dos estudos de caso se apropriarem de procedimentos do universo das pesquisas qualitativas e também de outros com perfil quantitativo levaram o pesquisador Antônio Carlos Gil (2009, p. 4) a preferir a expressão “estudo de caso qualitativo” para se referir a pesquisas que se valem das técnicas qualitativas para coleta de dados e interpretação do fenômeno. Por sua vez, autores como Goldenberg (2003) já consideram, por força da prática, o estudo de caso como uma modalidade de pesquisa qualitativa em Ciências Sociais, mesmo suas origens remetendo ao campo da Medicina.

Nesse sentido, a pesquisa aqui relatada enquadra-se tanto no perfil da definição de Gil (2009) quanto na conceituação de Goldenberg (2003). A opção pelo estudo de caso se deu,

sobretudo, pela problemática construída em torno do objeto. Para entendermos como os jornalistas do DN adequaram-se ao uso das novas tecnologias em seu cotidiano de trabalho e em que medida essa adequação afetou a identidade de jornalistas de impresso, a abordagem qualitativa se mostrou mais rica e relevante.

Poder-se-ia ter optado por enumerar, por meio da aplicação de questionários fechados, dentro do universo da redação, com mais de 150 jornalistas, a quantidade de profissionais que se mostraram contra o uso das novas ferramentas tecnológicas ou daqueles que denotaram uma posição favorável ao manuseio do aparelho. No entanto, esses resultados não nos possibilitariam compreender os motivos que levaram a esses posicionamentos diante da tecnologia, nem mesmo as relações de poder implícitas nessas escolhas e ainda a posição identitária que os jornalistas assumem ao produzirem ou não vídeos com o celular multifuncional. Em resumo, o método de mensuração quantitativo, nesse caso, não ajudaria a dimensionar as nuances simbólicas do objeto.

Por esse motivo, o viés qualitativo mostrou-se mais propício ao nosso empreendimento. “No estudo de caso, as diferenças internas e os comportamentos desviantes da ‘média’ são revelados, e não escondidos atrás de uma suposta homogeneidade” (GOLDENBERG, 2003, p. 34).

A escolha do estudo de caso dentre o leque de modelos de pesquisa em Ciências Sociais deu-se ainda pela possibilidade de unir diferentes técnicas para coleta de dados, com vistas a garantir a qualidade das informações (GIL, 2009, p. 6). Mas, sobretudo, por ser “uma investigação empírica que investiga fenômenos contemporâneos dentro de seu contexto, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não estão claramente definidos” (YIN *apud* GIL, 2009, p. 7).

A impossibilidade de isolar o objeto de estudo de seu contexto é um dos pontos de convergência mais fortes entre as características do estudo de caso e a pesquisa aqui exposta. Isso porque o fenômeno em análise é exclusivo. Mesmo a prática do jornalismo multimídia sendo adotada por diversos veículos impressos no Brasil e no mundo, no *Diário do Nordeste*, essa iniciativa se reveste de ineditismo devido às condições em que é posta em prática, cujo principal diferencial é a produção de vídeos digitais por jornalistas do impresso e não do online, por exemplo.

Nos estudos de caso, os detalhes de um objeto o tornam único, pois suas imperfeições, na verdade, traduzem sua história. Cada fenômeno analisado é, portanto, fruto de uma história que o torna exclusivo. O que poderia significar uma imperfeição, no estudo de caso, é o que leva à diferenciação (DUARTE, 2008, p. 233).

Essa particularidade, que pode soar como imperfeição para outras empresas do mesmo segmento, despertou nosso interesse em torno da realização de uma pesquisa e também que optássemos pelo estudo de caso. O objetivo é podermos esmiuçar o fenômeno e nos aprofundar, principalmente, na representatividade que tem para o cenário jornalístico de um modo geral. Dessa forma, nossa pesquisa não pode ser dissociada do contexto jornalístico contemporâneo, marcado por uma fase de transitoriedade entre práticas tradicionais e o exercício da profissão no seio da cultura digital.

Aliado a isso, está ainda o fato do objeto ser composto por um processo em andamento, o que, para Gil (2009, p. 21), é uma condição que justifica a escolha do estudo de caso como delineamento de pesquisa.

O estudo de caso possibilita estudar no âmbito de uma organização ou comunidade, um fenômeno em pleno processo. O pesquisador pode, mediante coleta de dados ao longo do tempo, ou contraste entre organizações ou setores de uma mesma organização, verificar eventuais mudanças e associá-las a determinados fatores. Muitas vezes, o pesquisador não é capaz de identificar claramente uma mudança significativa, mas o estudo de caso, graças à multiplicidade de fontes investigadas, pode possibilitar a detecção de contradições e de conflitos que podem promover mudanças (GIL, 2009, p. 21).

Em nossa pesquisa, por exemplo, estamos lidando com um fato social que está em constante mudança. Quando iniciamos a delimitação de nosso objeto, no ano de 2008, a gravação de vídeos pelos repórteres do impresso era o que havia de mais novo no contexto local em se tratando de jornalismo e novas tecnologias. Ao longo da realização da investigação, outras práticas e serviços foram adotados pelo jornal como complementos ao seu projeto multimídia: o site do DN foi reconfigurado, os conteúdos do impresso e também do on-line estão disponíveis para plataformas móveis, sem falar na reestruturação de cargos e funções entre os jornalistas da redação do impresso e os alocados no *Portal Verdes Mares* e a própria prática de gravação dos vídeos foi expandida para diferentes editorias dentro do jornal. Esse dinamismo do fenômeno fez com que o estudo de caso despontasse como orientação de pesquisa adequada.

Conforme Gil (2009, p. 14), o estudo de caso pode servir a três propósitos diferentes: descrição, exploração e explicação. As iniciativas de caráter descritivo proporcionam uma reflexão exaustiva e profunda das características do fato social em questão levando em consideração o contexto em que está situado. Duarte (2008, p. 220) também concorda que uma das finalidades do estudo de caso é “descrever uma intervenção e o contexto da vida real em que ocorreu”.

As pesquisas com viés explicativo, por sua vez, se encarregam de buscar as causas para a ocorrência de um dado fenômeno e identificar os fatores que influenciam em sua

constituição (GIL, 2009, p. 15). Já os estudos exploratórios, em linhas gerais, têm como objetivo explorar um fenômeno pouco conhecido e, a partir disso, proporcionar a formulação de problemas, hipóteses ou identificação de padrões de comportamento, cuja finalidade última é construir instrumentos para embasar a realização de pesquisas futuras (GIL, 2009, p. 14).

A exploração de um caso por meio da construção de hipóteses e pressupostos, por exemplo, auxiliará na produção de conhecimento sobre um dado assunto, corroborando assim a posição de Diniz (1999, p. 50), para quem o estudo de caso se aplica, sobretudo, a fenômenos cujos conhecimentos científicos produzidos em torno deles são ainda reduzidos: “A pesquisa exploratória, categoria na qual se situa o estudo de caso, propõe uma busca e não uma verificação de informações. Seu objetivo é a descoberta de ideias que sejam úteis, críticas e norteadoras de novas atitudes em relação ao mundo”.

As divisões e conceituações relativas aos estudos de caso apresentadas pelos autores se referem a estudos puros. Na prática, ao longo da investigação em campo, e a depender do dinamismo do fenômeno, pode-se passar da exploração para a descrição e, em algum momento, enveredar por caminhos em busca de explicações. Pelo menos, foi o que experimentamos não só no processo de coleta dos dados, mas ainda na definição do referencial teórico a ser usado como guia ao longo da pesquisa.

As definições dos estudos de caso com viés descritivo ou exploratório, da forma como os autores aqui citados colocam, têm, principalmente, mérito didático, pois facilitam a compreensão dos desdobramentos desse modelo de pesquisa. No entanto, em nossa experiência, o que verificamos foi o intercâmbio entre esses perfis de estudo, motivados pelas características do próprio fenômeno.

Dessa forma, nossa pesquisa enquadra-se no perfil do estudo de caso descritivo, porém, recorreremos, em muitos momentos, a ações que caracterizam o que se convencionou como estudo exploratório. Um dos objetivos de nossa pesquisa é investigar em que medida uma nova prática, o que Duarte (2008) chama de “intervenção”, alterou a realidade dos jornalistas do *Diário do Nordeste*. Para tanto, lançamos mão da descrição para compreender as singularidades desse fenômeno no contexto de sua ocorrência.

Por outro lado, a opção pelo estudo de caso também favoreceu a construção de uma hipótese para a pesquisa, elaborada como resultado das primeiras reflexões em torno do objeto e da variedade e volume de informações apreendidas ainda na etapa aberta ou exploratória do trabalho de campo (DUARTE, 2008, p. 225).

Sendo assim, além de descrever como se dá a adequação ao uso de uma nova tecnologia pelos jornalistas do *Diário* em sua rotina de trabalho, exploramos como o uso ou

não do aparelho afetou a identidade de jornalista de impresso ostentada por esses profissionais e os conduziu a uma nova posição identitária marcada pelo uso das novas tecnologias na rotina de trabalho.

A partir desse percurso, formulamos a hipótese de que a identificação com o perfil multimídia poderá localizar o jornalista em uma posição de inclusão dentro da redação do DN. Essa condição poderá lhe trazer benefícios simbólicos, como a atribuição da alcunha de moderno, já que se encontra em sintonia com as mudanças no campo do Jornalismo.

Sob essa perspectiva, nos valem, então, das características do estudo de caso exploratório, de acordo com o que colocam Gil (2009) e Diniz (1999). Ainda na seara da exploração dos diferentes aspectos do objeto e de seu contexto, é interessante ressaltar que nosso estudo de caso agrega novos conhecimentos no que se refere tanto às pesquisas voltadas para o dia a dia de trabalho nas redações quanto para os próprios jornalistas. O que nos remete à afirmação de Diniz (1999) relativa à contribuição dos estudos de caso para ampliar o conhecimento de áreas e fenômenos pouco investigados.

É notório que os estudos em torno das rotinas produtivas no jornalismo não são vastos. Da mesma forma, pesquisas que têm como foco de interesse os jornalistas, sujeitos produtores dos conteúdos midiáticos. Portanto, o desenvolvimento de um estudo de caso se mostrou adequado para a elaboração de outros conhecimentos voltados para a compreensão da prática profissional e do que pensam e sentem os próprios profissionais⁶⁵.

À medida que a pesquisa se direciona para os jornalistas, os sujeitos que vivenciam as mudanças no processo de prática do ofício jornalístico na atualidade, o estudo de caso se mostra, novamente, uma escolha acertada. Pois, conforme Gil (2009, p. 21), outra vantagem desse modelo é possibilitar que se conheça o fenômeno social em investigação sob a perspectiva dos sujeitos, colocando em relevo também os conflitos e contradições que circundam esse processo em análise. E são exatamente esses conflitos, tensões e relações de poder que foram observados na análise da construção identitária do grupo de jornalistas que participou da investigação.

Para visualizar sutilezas do comportamento dos sujeitos pesquisados e singularidades das relações entre eles é necessário ainda estar inserido no contexto em que se situa o objeto.

⁶⁵ Os estudos em torno das práticas jornalísticas e também dos sujeitos que as realizam encaixam-se na tradição de estudos de *newsmaking*. Conforme Alfredo Vizeu (2005), essas pesquisas tentam descrever o trabalho comunicativo dos emissores valendo-se de técnicas como observação participante e da aplicação de questionários e entrevistas com os atores do processo produtivo. Essa área e pouco explorada no campo do Jornalismo, em particular, e da Comunicação, de um modo geral, quando comparada com a diversidade de estudos de conteúdo e de recepção.

E, para tal, como destaca Gil (2009, p. 17), o estudo de caso é mais recomendado do que outros delineamentos de pesquisa:

Os estudos de caso favorecem a compreensão do fenômeno sob a perspectiva dos membros dos grupos ou das organizações. Trata-se, portanto, de um delineamento que atenta para a subjetividade dos participantes, em que pese o fato de se poder considerar esta característica como um fator capaz de limitar a objetividade da pesquisa.

Apesar de ter se revelado como abordagem eficiente para o alcance dos objetivos propostos por essa pesquisa, é preciso reconhecer as fragilidades que rodeiam a realização de um estudo de caso. Inicialmente, Gil (2009) já destaca que esse tipo de pesquisa é considerado inferior por muitos cientistas da área de Ciências Sociais. Isso se deve, sobretudo, ao fato de que os estudos de caso não possuem uma padronização de instrumentos utilizados para a coleta de dados; requerem um longo período para serem realizados, exigindo assim múltiplas competências do pesquisador, e não favorecem a generalização conceitual ou teórica (GIL, 2009, pp. 18 e 19).

Dentre as fragilidades elencadas por Gil (2009), a que identificamos ao longo da realização de nossa pesquisa foi estabelecer um conceito que se aplique a fenômenos semelhantes. Apesar de a pesquisa poder ser replicada em outros jornais e com outros sujeitos, não há garantias de que os resultados sejam os mesmos. No entanto, o que podemos obter de mais geral com esse estudo particular é que consiste na representação da atual fase do jornalismo, marcada por mudanças, incertezas e descobertas de novas práticas e códigos de ação. Não que isto venha a fazer com que as conclusões expostas se tornem datadas, mas apenas reiterar que trata-se de uma investigação delimitada espacial e temporalmente, como adverte Diniz (1999, p. 55):

A verdade dos fatos que o estudo de caso busca só pode constituir-se temporal e espacial, a partir de formulações de conceitos com base teórico-metodológica que estabeleçam os nexos entre a prática e o pensamento, entre a observação, a análise e a explicação da realidade.

Para não se converter em uma extensa descrição de ações e ter seu caráter científico validado, é preciso que o estudo de caso esteja acompanhado de um quadro teórico que favorecerá a problematização da realidade, afastando-o assim de uma mera descrição de ocorrências de singularidades (DINIZ, 1999, p. 53). Atendendo a essa diretriz, intercalamos a descrição e exploração das particularidades do exercício do jornalismo multimídia no *Diário* com conceitos e reflexões relativas não só ao exercício do jornalismo, mas, sobretudo, referentes à centralidade da comunicação na sociedade contemporânea.

Contudo, é imprescindível destacar que somente a escolha do arcabouço teórico não é suficiente para garantir a viabilidade científica do estudo de caso. Aliado a isso, está a definição dos métodos de coleta de dados, estes que permitirão ao pesquisador apreender a realidade e assim promover o diálogo entre as características do fenômeno observadas e os conceitos, teorias e generalizações do campo de conhecimento no qual está situado. Para realizar essa articulação entre a teoria e o mundo empírico, nos valem da entrevista e da observação direta, que se trata da inserção do pesquisador no local em que se dá o fenômeno (DUARTE, 2008, p. 230).

3.2. – O que eles pensam: a entrevista como técnica de coleta de dados

A entrevista figura em diferentes pesquisas qualitativas no campo das Ciências Sociais sendo adotada tanto como técnica acessória quanto como principal forma de acesso a um determinado fenômeno, seja pelo relato daqueles que o vivenciaram ou, principalmente, daqueles que o vivenciam. No entanto, Poupart (2008, p. 215) adverte que apesar de a entrevista possuir um estatuto relevante como instrumento de pesquisa, ela também carrega ambigüidades:

De um lado, as entrevistas constituem uma porta de acesso às realidades sociais, apostando na capacidade de entrar em relação com as outras. Do outro, essas realidades sociais não se deixam facilmente apreender, 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.

Mesmo a entrevista se apresentando como uma técnica complexa, por trazer, em sua essência, a subjetividade, seja dos informantes, quando estes constroem seus discursos, ou do próprio pesquisador, no processo de interpretação das informações obtidas, ela se mostrou um dos procedimentos mais adequados para a pesquisa aqui empreendida. Isso se deve pelo fato de possibilitar conhecer pensamentos, posicionamentos e sentimentos dos sujeitos envolvidos (GIL, 2009, p.63).

Daí porque nos valem da entrevista como principal forma de coleta de dados para compreender como se deu a introdução de novas tecnologias na rotina de trabalho do *Diário do Nordeste*, já que, desde o início de nossa abordagem do fenômeno, destacamos os sujeitos como foco principal de nossa investigação. Como explica Duarte (2008, p. 63), a entrevista é uma ferramenta muito utilizada para lidar com problemas complexos, pois permite construções baseadas em interpretações de experiências, deixando claro que os relatos ali

postos não são uma visão objetiva do fato, mas a questão vista sob a perspectiva de um ou de vários sujeitos.

Consideramos ainda que o problema investigado por nós não é de fácil apreensão, pois não se trata de um objeto acabado, mas de um processo em construção, que envolve agentes de diferentes naturezas e está situado em um contexto histórico presente e transitório, o que dificulta o registro de um paradigma ou referencial de comparação. Ou seja, para entender as mudanças de hábitos no ambiente profissional de uma categoria, envolvendo assim o ponto de vista da instituição (empresa), dos sujeitos (jornalistas) e ainda o contexto no qual essas transformações se dão (convergência tecnológica e midiática), recorreremos à técnica de entrevista como principal forma de acesso a essa realidade particular.

Sua ampla utilização é plenamente justificada, pois a entrevista é adequada para obter informações acerca do que as pessoas sabem, crêem, esperam, sentem ou desejam, pretendem fazer ou fizeram, bem como acerca das explicações ou razões acerca das coisas precedentes (GIL, 2009, p. 63).

Foi por meio de longas conversas orientadas pelo rigor metodológico, ou seja, dos discursos dos próprios jornalistas e também de informantes identificados como porta-vozes da instituição, que pudemos visualizar como os profissionais se comportaram diante do uso do celular multifuncional e refletiram sobre a utilização dessa ferramenta de trabalho para gravar vídeos veiculados no site do jornal.

Além disso, graças às entrevistas pudemos conversar com os jornalistas sobre as mudanças que as novas mídias estão trazendo para o ambiente da redação, de modo específico, e em um âmbito mais global, para a feitura do jornalismo nos dias atuais.

A partir das respostas de nossos informantes pudemos identificar também como o uso do celular e a gravação dos vídeos afetaram ainda o modo como os próprios jornalistas do impresso se definem e definem aqueles que se diferenciam deles e com os quais dividem o mesmo espaço (jornalistas do on-line). Para chegar a essas informações, optamos pela entrevista em profundidade por ser a mais indicada para se apreender as percepções e experiências dos informantes.

“Esse tipo de entrevista procura intensidade nas respostas, não quantificações ou representação estatística” (DUARTE, 2008, p. 62). Quando o autor observa que a entrevista em profundidade não busca quantificar, ele já deixa evidente que não se trata de uma pesquisa que recorre à aplicação de questionários com questões objetivas ou fechadas e respostas de múltipla escolha. Conforme Gil (2009, p. 64), esse tipo de entrevista é definido como estruturada, pois tanto as perguntas como as alternativas de respostas são determinadas

previamente pelo pesquisador, cabendo ao entrevistado apenas selecionar aquela que julga mais conveniente. Essa estruturação não se apresenta muito viável seja para os estudos de caso ou para pesquisas de cunho qualitativo de um modo geral que optam, em sua maioria, pela entrevista em profundidade.

De acordo com o historiador Paul Thompson (1992, p. 258), as entrevistas individuais e em profundidade caracterizam-se por favorecer a fluidez do discurso das fontes, principalmente quando o que interessa é a relação subjetiva desse informante com um dado objeto ou situação. Ao longo de seu exercício metodológico entrevistando fontes para ter acesso a informações de fenômenos relativos à história de vida desses sujeitos, o autor pode observar as minúcias e riquezas dessa técnica, destacando, sobretudo, a entrevista aberta como melhor maneira de estimular os entrevistados a não só narrarem fatos de sua trajetória biográfica, mas, ao mesmo tempo, refletirem sobre eles à medida que constroem a narrativa.

Poupart (2008, p. 224) se refere a essa modalidade de entrevista como sendo não-dirigida⁶⁶ e, assim como Thompson (1992), ressalta como uma de suas vantagens o fato de os entrevistados poderem se expressar acerca do fenômeno em questão por meio de suas “próprias categorias e linguagem”. Essa liberdade ou abertura proporciona ainda que novas informações, desconhecidas por parte do pesquisador, venham à tona durante as conversas, que podem revelar a esse uma perspectiva diferente em relação ao objeto, ou simplesmente, tornar o trabalho de campo mais rico. “Nesse sentido, uma boa entrevista se definiria como aquela em que o entrevistado fala sobre o que é verdadeiramente importante para ele, e em que o pesquisador obtém certa saturação dos temas tratados” (POUPART, 2008, p. 225).

Devido a essas características, a entrevista como instrumento ou técnica de coleta de dados mostrou-se relevante como forma de acesso à realidade dos jornalistas ao longo de nossa pesquisa⁶⁷. No entanto, o fato da pesquisadora também ser jornalista e ter a entrevista como principal técnica de trabalho no dia a dia lhe proporcionou mais segurança para ir a campo.

Duarte (2008, p. 64) observa que a entrevista em profundidade guarda algumas semelhanças com a entrevista jornalística: ambas são uma conversação orientada, com rigor e objetivo definido. Porém, a entrevista em profundidade como técnica de pesquisa requer a definição de conceitos prévios que guiarão sua realização, critérios para seleção dos

⁶⁶ A entrevista dirigida, na definição de Poupart (2008) equivale à entrevista sistematizada de que fala Gil (2009).

⁶⁷ Além das entrevistas e da observação direta, nos valemos ainda de outras fontes para ter acesso ao fenômeno aqui descrito. Dentre elas, matérias jornalísticas e documentos internos de instituições como a Carta de Princípios de *O Povo* e um documento do departamento de marketing e assessoria de imprensa do *Diário do Nordeste* contendo a missão e valores da empresa.

informantes pensados com antecedência e o uso adequado das informações posteriormente, após transcrição e análise das falas.

O tempo foi uma das principais diferenças observadas entre as duas práticas. Enquanto na rotina jornalística (à exceção de situações especiais, como perfis de uma fonte e em reportagens investigativas), as entrevistas tendem a ser rápidas e estritamente objetivas; na pesquisa, quanto mais tempo em interação com a fonte, mais se pode conquistar sua confiança e assim deixá-la confortável para revelar o que pensa ou sente a respeito do fenômeno em questão. O que possibilitou, principalmente, conhecer uma faceta diferente dos jornalistas que a rotina de trabalho intensa, muitas vezes, não permite que seja revelada.

A entrevista não-dirigida se prestaria a uma exploração em profundidade do contexto de vida e do meio de pertencimento do entrevistado, resultando em um material que permite mais adequadamente circunscrever sua experiência e seu ponto de vista, bem como evidenciá-los (POUPART, 2008, p. 226).

Se, do ponto de vista dos informantes, a principal vantagem da entrevista aberta é a de proporcionar liberdade, na visão do entrevistador, ela também apresenta alguns pontos significativamente favoráveis:

Esta modalidade de entrevista tem algumas vantagens: (1) dá segurança ao entrevistador, já que este terá sempre uma questão a propor; (2) contribui para obter dados conforme os objetivos definidos, evitando as digressões; e (3) possibilita estabelecer comparações com outras entrevistas (GIL, 2009, p. 64).

Contudo, como alerta Thompson (1992, p. 258), para que a entrevista aberta tenha todo seu potencial aproveitado é necessário que o pesquisador estabeleça um direcionamento, uma orientação para que a fonte tenha ciência dos objetivos da entrevista e o próprio pesquisador possa obter falas importantes em vez de relatos desconexos e sem relevância para a investigação. Por conta disso, optamos por realizar entrevistas semi-abertas, tendo um roteiro básico de perguntas como norte. “Uma vantagem desse modelo é permitir criar uma estrutura para comparação de respostas e articulação de resultados, auxiliando na sistematização das informações fornecidas por diferentes informantes” (DUARTE, 2008, p. 67).

Em nossa pesquisa, essa modalidade se mostrou mais interessante por conta também do perfil das fontes com as quais trabalhamos. Por se tratarem de jornalistas, profissionais habituados a serem entrevistadores, era preciso ter o mínimo de organização e controle para conduzir o processo e assegurar a proximidade do discurso dos informantes com os objetivos buscados e também vislumbrar outras perspectivas do fenômeno.

Apesar de muitos autores recomendarem que sejam feitas poucas perguntas para a entrevista aberta – entre seis e sete questões, deixando assim o informante mais livre para

falar, elaboramos um roteiro relativamente extenso, com mais de 20 indagações⁶⁸. A intenção foi pontuar com questões os temas mais relevantes para a pesquisa. Caso estes não fossem mencionados no discurso dos informantes, eram colocados em cena a partir das perguntas. Dessa forma, o longo questionário serviu mais de guia para o próprio pesquisador, do que um conjunto fechado de perguntas a serem respondidas impreterivelmente pelos entrevistados. O resultado desse leque de questionamentos foram entrevistas com uma média de uma hora de duração cada.

Vale mencionar que, muitas vezes, não foi preciso enunciar todas as questões, pois em uma resposta do entrevistado diferentes pontos temáticos do roteiro eram contemplados. Nessas situações, a interferência foi deixada somente para os momentos em que consideramos necessário o aprofundamento de uma informação ou história narrada, daí, foi solicitado ao informante que discorresse um pouco mais sobre o referido assunto. Essa dinâmica permitiu que tanto o roteiro fosse cumprido quanto outras reflexões e ideias não contempladas nele surgissem e fossem aproveitadas graças à liberdade que a entrevista em profundidade aberta proporciona.

Mesmo sendo importante pensar a estruturação dos questionários, do número de perguntas a serem realizadas e ainda a construção textual adequada dos enunciados para que seja possível obter respostas proveitosas, o que se mostra com maior relevância no processo de entrevista é, na realidade, o informante.

Poupart (2008, pp. 222-223) explica que o papel e valoração atribuídos aos informantes têm sentidos diferentes a depender da inclinação epistemológica da pesquisa. Para um estudo de cunho positivista, o informante é considerado uma testemunha, um observador privilegiado da sociedade. Já para investigações de caráter construtivista, a fonte, é vista como um intérprete de uma dada realidade. Para essa concepção, o pesquisador também ocupa o lugar de intérprete, pois este reconstrói o fenômeno a partir do discurso de seus informantes.

Particularmente, em nossa pesquisa, adotamos a perspectiva construtivista, pois temos ciência que os relatos de nossos entrevistados não podem ser tomados como uma versão imparcial do fato. Tendo em vista que a avaliação do fenômeno construída por cada um está diretamente atrelada à trajetória particular de vida e também de profissão e ainda aos valores ideológicos que carregam. Características essas que não comprometem a validade da pesquisa, pelo contrário, tornam-na mais rica, afinal esses elementos compõem exatamente a

⁶⁸ O roteiro de perguntas faz parte do anexo E.

identidade dos informantes, uma categoria-chave para o desenvolvimento e compreensão de nosso estudo.

Dessa forma, o valor científico de uma pesquisa cujas fontes são consideradas intérpretes, e não representantes diretos do fenômeno social, recairá, sobretudo, nos critérios que definem a escolha dos informantes. Duarte (2008, p. 68) argumenta que a amostra, nas entrevistas em profundidade, não é definida por representações estatísticas de um universo. Ela está mais ligada à confiabilidade e relevância dos sujeitos selecionados para o estudo. Thompson (1992, p. 255) complementa essa ideia justificando que a principal qualidade do informante é ser mais bem informado que o próprio pesquisador. Gil (2009, p. 112) reitera esse argumento recomendando que os informantes sejam escolhidos dado o potencial latente de garantirem informações relevantes para a pesquisa.

Levando em consideração essas orientações, procedemos à seleção de nossos informantes, que se enquadra no perfil de amostra definido por Duarte (2008, p. 69) como intencional, já que a seleção se dá pelo juízo do próprio pesquisador, baseado em seu conhecimento sobre o tema e pela representatividade subjetiva dos entrevistados. Para tal, consideramos como critério primeiro o nível de envolvimento com o fenômeno, ou seja, com o uso e gravação dos vídeos para serem veiculados na versão on-line do periódico.

Nossos entrevistados são jornalistas que realizaram ou realizam os vídeos e cujas funções e cargos estão diretamente relacionados ou foram afetados pela prática do jornalismo móvel ou multimídia no DN. A identificação de jornalistas com esse perfil se deu pelo acompanhamento da veiculação dos vídeos no site do *Diário* e da observação direta na redação, a partir das quais pudemos localizar os profissionais que produziam o conteúdo com mais frequência. Além disso, com o início das entrevistas, os próprios informantes recomendaram outros que poderiam ser entrevistados.

Dessa forma, entrevistamos oito repórteres de diferentes editorias, três editores, dois chefes de reportagem (e dois ex-chefes de reportagem), uma repórter fotográfica, dois jornalistas do on-line e o diretor-editor do jornal. Totalizando assim 19 entrevistas que levaram em consideração a diversidade das fontes, atendendo assim ao que recomenda Duarte (2008, p. 75): “Entreviste o máximo de fontes que possam dar informações diversificadas e relevantes, as que por sua posição, envolvimento, experiência, ação ou responsabilidade sejam conhecedoras do assunto ou parte dele”.

Na amostra que construímos, os editores e repórteres podem ser incluídos no que Duarte (2008, p. 70) considera como informantes-padrões, quer dizer, sujeitos envolvidos diretamente com o fenômeno, mas que podem ser substituídos por outros sem maiores perdas.

Já os jornalistas que ocupam cargos de chefia e confiança, como chefes de reportagem e o próprio diretor-editor encaixam-se no perfil dos informantes-chaves, pois além de estarem diretamente envolvidos com o tema, sua ausência pode representar perdas para a pesquisa (DUARTE, 2009, p. 70).

Esses informantes foram minoria, mas nos proporcionaram ter uma visão mais ampla do fato exatamente por estarem na linha de frente de implementação das mudanças relativas à convergência jornalística e midiática e ainda por atuarem como intermediários entre a esfera institucional e a redação. É interessante ressaltar que dentre os profissionais que compõem nossa amostra, seis já não figuram mais nos quadros da instituição. Na época da realização das entrevistas, conversamos com 15 jornalistas que atuavam no DN, o que resultou em uma amostra composta por 10% do total de profissionais da redação.

Dois de nossos informantes estavam afastados do jornal há muito tempo, mas trabalharam no local por anos e seus relatos serviram de contextualização para identificarmos qual a identidade que o *Diário do Nordeste* construiu ao longo do tempo e foram usados no primeiro capítulo.

Os outros quatro se desligaram recentemente, porém foram mantidos na pesquisa por apresentarem qualidades fundamentais de informantes. Esses ex-funcionários saíram da empresa por iniciativa própria, particularidade que é significativa na medida em que suas falas poderiam estar marcadas por um ressentimento relativo à profissão, de modo geral, ou ao DN, em particular, o que poderia comprometer a qualidade de seus depoimentos para nossa investigação.

No entanto, o que se verificou foi a capacidade de distanciamento que estes apresentaram para analisar o fenômeno à luz de suas vivências no *Diário* e ainda sob a perspectiva do mercado de trabalho de uma forma ampla.

Poderíamos ter optado por substituir esses informantes por outros ainda em atuação na redação, mas nesse caso, estaríamos saindo da seleção intencional e adotando o critério de conveniência (DUARTE, 2008, p. 69), e como levamos em conta ainda o tempo de profissão e mais especificamente o reconhecimento por parte da instituição e dos colegas de redação das competências dos informantes, optamos, então, por mantê-los, já que atenderam a todos os critérios de seleção aqui expostos.

Após a definição das fontes e elaboração do roteiro de perguntas, tivemos ainda que negociar a realização das entrevistas. Ao serem abordados para participar da pesquisa, os colegas se mostraram solícitos e interessados na temática, mas o ritmo intenso de trabalho nos obrigou a remarcar inúmeras vezes os encontros com os informantes por incompatibilidade de

horários. Inicialmente, a intenção era que as conversas se dessem em um lugar neutro, fora do ambiente de trabalho, o que ainda conseguimos realizar com vários deles, mas para outros, essa preferência estava se convertendo em impedimento para a participação na pesquisa. Dados os critérios que usamos para selecionar cada informante, preferimos deixar a definição do local e horário da entrevista com o próprio entrevistado.

Para além de um gesto de cortesia, essa atitude tem caráter metodológico também, como deixa claro Duarte (2008, p. 71): “É sempre possível negociar, mas é fundamental atender às condições do entrevistado”. A escolha do local em que a entrevista ocorrerá faz parte das condições de conforto para o informante de que nos fala Poupart (2008, p. 230). O autor atenta que fazer o entrevistado se sentir confortável é uma prerrogativa para que este fale com facilidade e contemple em sua narrativa questões significativas. Do contrário, sentindo-se desconfortável, o entrevistado pode não expressar suas ideias de modo claro e ainda omitir ou evitar se aprofundar nos temas pelo desejo de encerrar logo o diálogo.

Diante disso, realizamos muitas entrevistas na própria redação, no horário de trabalho, por escolha das fontes. Buscamos locais reservados em que a fonte não se sentisse intimidada pela presença dos colegas ou de seus superiores. Utilizamos “salas de entrevista”, espaços em que os repórteres recebem as fontes que se deslocam até o jornal para conceder entrevista. Por estarem localizadas em um local mais recuado de onde ficam os terminais de computadores e bancadas dos jornalistas, elas proporcionam relativa privacidade, mesmo que, a partir delas, seja possível observar toda a movimentação na redação.

Essa condição não comprometeu a espontaneidade dos informantes nem mesmo a qualidade e validade de suas respostas. Eles criticaram alguns métodos de trabalho adotados pela instituição quando acharam conveniente, não se negaram a responder as indagações, muito menos deixaram entrever fisicamente um estado de desconforto pela situação.

Veza ou outra, algum entrevistado pediu *off* para uma declaração que considerou polêmica, porém, diante da circunstância, consideramos essa atitude mais um vício relativo à profissão que uma demonstração de medo ou represália por parte da instituição, até porque todas as fontes foram informadas, já no contato inicial, que suas identidades seriam preservadas na transcrição ao longo de todo o relatório de pesquisa e, no momento da entrevista, assinaram ainda um termo de consentimento de livre participação na pesquisa, redigido tendo como base o documento fornecido pela comissão de ética da Universidade Federal do Ceará⁶⁹.

⁶⁹ O modelo de documento compõe o anexo D.

Por conta da preservação da identidade dos informantes, ao longo da pesquisa eles serão identificados pelo termo “jornalista” acompanhado de um número. A atribuição dos números foi aleatória e nem mesmo o orientador teve acesso às reais identidades dos entrevistados. Os únicos informantes identificados serão os jornalistas que ocupam cargos de chefia no jornal, já que estes encarnam a versão oficial da instituição, no caso o chefe de reportagem e o diretor-editor.

Os demais informantes seguirão sem identificação, contudo, para que estes não se tornem apenas um número ao longo das discussões, elaboramos, a seguir, um perfil desses entrevistados que tanto serve para comprovar a veracidade de nossa investigação, pois se trata mesmo de informações concedidas por sujeitos notadamente relacionados ao fenômeno, quanto para esclarecer melhor os critérios que levaram a escolha deles em vez de outros profissionais do universo de jornalistas atuantes no *Diário* e, principalmente, para colocar em cena aspectos da subjetividade desses sujeitos que fizeram deles tão singulares e relevantes para nossa investigação.

3.2.1 Quem são os informantes

Nos perfis dos entrevistados, não identificaremos os cargos ocupados por esses profissionais, pois essa informação pode levar ao reconhecimento de quem se trata. Priorizaremos, portanto, dados relativos à trajetória profissional geral de cada um e destacaremos também aspectos do comportamento e preferências que digam respeito ao trato com as novas tecnologias, questões essas que interessam à nossa análise.

Jornalista 1 – Tem 17 anos de profissão e 15 de trabalho no DN. Consome tecnologia, acessa a internet pelo celular, tem perfil em redes sociais como *Facebook* e garante ficar conectado 24 horas por dia. Tem hábito de realizar vídeos para além do conteúdo multimídia do jornal. Lê o jornal tanto pela versão impressa como digital.

Jornalista 2 – Formou-se em 2006 e trabalha no *Diário* há três anos. Não possui perfil em redes sociais, nem usa programa de troca de mensagens instantâneas. Possui celular moderno, mas as únicas funções extras que usa é a gravação de áudio durante as entrevistas e a de *player* musical. Quando está de folga evita acessar a internet e prefere ler o jornal impresso.

Jornalista 3 – Jornalista formado há 19 anos, com 16 anos de atuação no *Diário do Nordeste*. Possui perfil no *Facebook*, blog pessoal e assiste à televisão pelo celular frequentemente, também usa o aparelho para gravar vídeos e fotografar. Seja no trabalho ou nos momentos de folga, está sempre conectado à internet e costuma ler o jornal pela internet também.

Jornalista 4 – Está formado há oito anos, mas trabalha no DN há nove. Tem perfil no *Twitter* e *Facebook*, acessa internet via celular e usa o mesmo para realizar vídeos, fotografias e postar nas redes sociais. Costuma ler a versão impressa do jornal na redação.

Jornalista 5 – Profissional com 22 anos de carreira, dos quais 13 somente no DN. Não possui perfil em redes sociais ou blog, apenas uma conta de e-mail. Prefere ler o jornal em papel, mas acessa constantemente portais noticiosos para se manter atualizado. Não usa outras funções do aparelho celular, a não ser a de voz.

Jornalista 6 - Tem três anos de formado e começou no DN como estagiário, há cinco anos. Possui perfis no *Facebook* e *Twitter* e, apesar de ter um celular multimídia, pretendia trocar por um mais funcional para ficar conectado mais tempo. Prefere ler o jornal pela internet.

Jornalista 7 – Graduiu-se há quatro anos e desde então trabalha no *Diário*. Não possui perfil em redes sociais, apenas e-mail pessoal. Apesar de possuir celular multifuncional, não utiliza as funções para além da comunicação de voz. Demonstra não se importar com o consumo de produtos tecnológicos, nem de estar conectado todo tempo. Opta por ler o jornal impresso quando tem a oportunidade.

Jornalista 8 – Jornalista com sete anos de formação e três de dedicação ao DN. Possui várias contas de e-mail e perfil em três redes sociais. Apesar de possuir um aparelho celular multimídia, não sente a necessidade de utilizar outras funções para além da comunicação de voz e envio e recebimento de mensagens de texto. Costuma ler o jornal impresso, mas acessa notícias de outros veículos de informação pela web.

Jornalista 9 – Profissional com 21 anos de carreira e 12 anos de trabalho no *Diário do Nordeste*. Possui uma conta de e-mail pessoal e está no *Facebook*, confessa não ter interesse na aquisição de tecnologias, mas utiliza a câmera integrada ao celular para fazer registros de

imagens durante o trabalho. Costuma ler o jornal pela internet quando não tem acesso ao exemplar impresso.

Jornalista 10 – Tem apenas dois anos de graduado, mas trabalha na instituição há quatro, quando começou como estagiário. Possui perfil em redes sociais como *Twitter*, *Facebook*, além de usar constantemente programas de trocas de mensagens instantâneas. Está conectado à internet a todo instante por meio do celular e utiliza constantemente as funções fotográfica e de vídeo na dinâmica pessoal, porém, costuma ler o jornal pela versão impressa.

Jornalista 11 – Profissional que há 10 anos iniciou sua carreira e teve o DN como primeiro emprego. Dedicou-se a um blog com assuntos pessoais e também a atualizar um perfil no *Twitter*. Possui celular multimídia com acesso à programação televisiva, porém confessa que não consegue acessá-la, apesar de achar interessante. Recentemente, assumiu o hábito de ler o jornal pela internet, tanto em casa como no trabalho.

Jornalista 12 – Jornalista formado há nove anos que contabiliza oito anos e meio de atuação no DN. Assume ser viciado no *Twitter*, mantém um blog e usa a câmera do celular para produzir fotos e vídeos em diferentes situações da vida pessoal. Prefere ler o jornal no papel, mas consome muitas informações pela internet.

Jornalista 13 – Profissional com 47 anos de carreira. Ingressou no *Diário* meses antes da circulação do primeiro exemplar. Acessa e-mail pessoal e institucional, mas não possui perfil em redes sociais. Utiliza as novas tecnologias digitais na medida em que precisa delas na vida prática. Não realizou os vídeos.

Jornalista 14 – Tem 35 anos de profissão e dedicou-se ao DN durante 18 anos. Possui celular multifuncional e utiliza algumas das funções com frequência, possui e-mail pessoal, mas não tem perfil em redes sociais, prefere ler o jornal impresso considera-se um jornalista “pré-histórico”. Não produziu vídeos para o conteúdo multimídia.

Jornalista 15 - Jornalista com 33 anos de formação. Atuou no DN por oito anos. Considera sua relação com as tecnologias satisfatória. Utiliza a internet como fonte de informação, possui e-mail pessoal, e perfil em redes sociais como *Orkut*. Não se vale da multimídia do aparelho celular e costuma ler o jornal impresso.

Jornalista 16 – Profissional formado há cinco anos e o mesmo tempo de trabalho no *Diário*. Possui perfil em redes sociais e celular com múltiplas funções, das quais a fotográfica é a mais usada. Tem preferência pela leitura do jornal impresso, mas confessa gostar de manusear novas ferramentas tecnológicas.

Jornalista 17 – Com sete anos de formação, há oito trabalha no DN, onde começou como estagiário. Tem grande afinidade com as novas tecnologias de comunicação e informação, possuindo perfil em diferentes redes sociais e celular multimídia e com acesso à internet e lê o jornal por meio de dispositivos móveis.

Erilene Firmino – Assumiu o cargo de chefe de reportagem há um pouco mais de dois anos, no entanto trabalha no DN há quase 17 anos. Possui blog pessoal, perfil no *Facebook*, além de celular multifuncional, dentre as quais, além da função de voz, assistir à televisão é a mais usada, sobretudo, para o monitoramento dos acontecimentos locais.

Ildefonso Rodrigues – Tem 22 anos de profissão assumiu o cargo de diretor-editor no *Diário* há quase sete anos. Possui celular multifuncional e tem perfil no *Facebook*. Já atuou como repórter e produtor televisivo.

É válido ressaltar que a experiência em participar da pesquisa fez com muitos jornalistas aproveitassem a oportunidade para refletir sobre o jornalismo e sua condição profissional no cenário atual. No cotidiano da redação, as conversas entre os profissionais tendem a girar em torno das pautas do jornal e de outros conteúdos veiculados na mídia de um modo geral. Durante as entrevistas aprofundadas, os jornalistas do DN puderam expressar suas opiniões sobre a profissão, sobre a instituição em que atuam e como se sentem em relação a isso, o que, dificilmente, se escutaria em uma conversa despreocupada de corredor ou na hora do almoço.

Talvez, esses assuntos viessem à tona em uma mesa de bar, como forma de desabafo, e se perderiam no dia seguinte, junto com a ressaca. Contudo, no momento em que o jornalista assina o termo de compromisso com o pesquisador, esse desabafo se reveste não de um manifesto, mas, sobretudo, de um relato com valor histórico e científico. Pela primeira vez, muitos desses profissionais não tiveram apenas que ouvir o interlocutor, mas puderam também ser ouvidos, mesmo que por um único colega, mas tiveram a certeza de que suas

experiências para a jornalista que, naquele momento se definia como pesquisadora, tinham valor significativo.

3.3 – A observação empírica e as relações de poder na redação

A entrevista foi a técnica de coleta de dados por excelência adotada em nossa pesquisa, mas também realizamos uma observação direta do fenômeno (DUARTE, 2008, p. 230) ou observação espontânea, nas palavras de Gil (2009), com a inserção na redação do *Diário do Nordeste*.

Embora caracterizada como espontânea, informal e não planejada, esta modalidade também se coloca no plano da observação científica, pois vai além da simples constatação dos fatos. Em qualquer circunstância, exige um mínimo de controle na obtenção dos dados. Além disso, é seguida de um processo de análise e interpretação, o que significa que é submetida à verificação e controle, que são características dos procedimentos científicos (GIL, 2009, p. 72).

Poupart (2008, pp. 254-255) prefere usar apenas o termo observação para se referir ao trabalho de campo no qual o pesquisador se insere no contexto espacial do fenômeno para ver como os sujeitos interagem, não recorrendo apenas às categorias teóricas para ter acesso ao objeto em estudo.

Trata-se de uma técnica direta, já que há um contato com informantes. Trata-se também de uma observação não-dirigida, na medida em que a observação da realidade continua sendo o objetivo final e, habitualmente, o pesquisador não intervém na situação observada. Trata-se, ainda, de uma análise qualitativa, uma vez que entram em jogo anotações para descrever e compreender uma situação, mais do que números para enumerar as frequências de comportamentos (POUPART, 2008, p. 255).

Com essa perspectiva de que a observação tem também caráter não-diretivo, iniciamos nosso trabalho empírico ao longo do ano de 2009. Acompanhamos o desenrolar da produção multimídia da instituição com a observação dos vídeos no site do jornal e também das inovações que se sucederam em termos de interação entre o impresso e o on-line a partir de conversas com jornalistas da instituição e das reportagens publicadas sobre essas novidades.

Os diálogos com os colegas proporcionaram obter informações sobre a continuidade da realização dos vídeos e ainda a respeito do que eles pensavam a em relação às inovações tecnológicas adotadas pelo jornal e como estas repercutiam no cotidiano. Durante esse período, exercitamos o que Duarte (2008, p. 225) considera como os contatos iniciais para o trabalho de campo.

Em dezembro de 2009, pudemos acompanhar o fenômeno de forma mais próxima⁷⁰ com a inserção no cotidiano dos jornalistas e a observação a partir do lado de dentro do estudo. Essas condições aproximaram nossa pesquisa das características da observação participante, procedimento metodológico bastante utilizado no campo da Antropologia para se compreender a organização de um grupo ou comunidade com a participação do pesquisador nas diferentes situações cotidianas vivenciadas pelo agrupamento (GIL, 2009, p. 74).

No entanto, não lançamos mão de medidas e instrumento usuais à observação participante, como o rigor, a sistematização do tempo de observação e os instrumentos de registro da coleta de dados – como o diário de campo. Por conta disso, preferimos adotar, em nosso relatório, a expressão observação empírica, que não carrega o compromisso com objetivos antropológicos - como a observação participante - mas mostra-se um procedimento legítimo para a apreensão do caso em destaque. Afinal, como enuncia Poupart (2008, p. 254), “de modo geral, a observação dos fenômenos, qualquer que seja a sua natureza, constitui o núcleo de todo procedimento científico”.

A entrada no jornal favoreceu a intensificação dessa observação científica e, ao mesmo tempo, colocou a pesquisadora como parte do contexto em que se desenrolava o fenômeno, pois, assim como os outros jornalistas, também estava à mercê das demandas referentes ao projeto multimídia do *Diário*⁷¹. Conforme observa Poupart (2008), a proximidade ou distanciamento do pesquisador em relação ao objeto deve ser levado em consideração durante o percurso científico.

O debate mais amplamente documentado na literatura científica é, sem dúvida alguma, aquele que se referiu e ainda se refere ao papel e à posição do pesquisador no campo de pesquisa. Se esse debate é central, é porque ele toca diretamente na questão da produção de dados, uma vez que, no trabalho de campo, como já o dissemos, o pesquisador se coloca ao mesmo tempo enquanto objeto e sujeito da pesquisa (POUPART, 2008, p. 263).

Diferentes posicionamentos e condutas são apontados como soluções a esse impasse. Poupart (2008) explica que há quem recorra até a observadores múltiplos para se obter várias leituras do contexto em observação. Em nossa pesquisa, não adotamos tal medida, contudo, tivemos a transparência e ética como guias. Em nenhum momento, a identidade de pesquisadora foi omitida, da mesma forma em que não se mostrou necessário reiterar

⁷⁰Nesse período, fui convidada a retornar ao jornal para trabalhar como prestadora de serviços no caderno Eva, suplemento feminino do jornal, publicado semanalmente.

⁷¹Diferente de quando trabalhava na editoria de Cidade, momento no qual realizei muitos vídeos para o conteúdo multimídia do jornal, no caderno Eva, não tive contato com a tarefa novamente. Em contrapartida, desenvolvi outras atividades que se enquadram nos afazeres do jornalista multimídia, como realizar fotografias durante coberturas de eventos fora do Estado.

insistentemente essa outra função dentro da redação, até mesmo para captar a espontaneidade do comportamento dos outros jornalistas ao longo da rotina.

A tendência atual consiste, no entanto, em preconizar a plena participação do pesquisador. Sua ação é, então, concebida como um meio de compreender de dentro os processos sociais em curso, compreensão esta que participa da construção do objeto (POUPART, 2008, p. 266).

Essa participação de que fala o autor possibilitou, sobretudo, a definição dos critérios de seleção dos informantes, pois pudemos localizar os que se encontravam mais envolvidos com a produção dos vídeos. Inicialmente, a ideia era restringir a pesquisa com os profissionais da editoria de Cidade, considerada uma das mais relevantes para o jornal e também a que concentra o maior número de profissionais. Por causa disso, foi escolhida como “piloto” para a realização dos vídeos digitais durante a fase de construção do projeto, ainda em 2008. Contudo, a observação empírica revelou que outras editorias também estavam tão e até mais envolvidas com a prática de registro dos vídeos, a exemplo dos cadernos Jogada, Automóvel e Polícia⁷².

Diante disso, foram incluídos na amostra jornalistas destes e de outros cadernos como fontes-padrão. Essa foi uma das primeiras mudanças relativas ao projeto de pesquisa que a observação proporcionou, confirmando assim sua importância.

A utilização da observação espontânea é adequada aos estudos de caso exploratórios. É útil para promover a aproximação do pesquisador com o fenômeno pesquisado. Com base nessas observações, ele poderá obter uma compreensão mais precisa do problema e também construir hipóteses (GIL, 2009, p. 72).

Dessa forma, o retorno à instituição mostrou-se de extrema relevância, pois favoreceu não só escolher com eficácia os informantes, mas, principalmente, ter acesso às relações sociais construídas no espaço de trabalho e observar de que forma estas também se convertem em relações de poder.

O poder aqui mencionado não é oficial, explícito, nem está relacionado com a função institucional ocupada pelos jornalistas. Trata-se do poder simbólico a que se refere o pesquisador Pierre Bourdieu (1989), uma forma de poder que está, muitas vezes, invisível e não é reconhecida tanto por quem o exerce quanto por aquele que está sob seu jugo.

As relações de poder que se desenham no espaço social da redação giram em torno de questões como: conflito de gerações, realização de projetos editoriais especiais e contratação de novos profissionais. Em cada uma dessas situações, mostram-se como dominantes:

⁷² As matérias relativas ao conteúdo policial são as mais acessadas no jornal. Os vídeos das coberturas de eventos pelos jornalistas do Automóvel costumam ser os mais acessados e o caderno Jogada foi alvo de um projeto experimental com um blog para cobertura exclusiva do campeonato cearense de 2011.

- O jovem que se torna editor ou é transferido para outro caderno enquanto o colega com mais tempo de profissão e empresa permanece no posto de repórter sem perspectiva de mudança.
- O editor ou repórter que é convidado para encabeçar projetos comerciais ou editoriais e acaba conquistando notoriedade na redação e no mercado local pela qualidade do trabalho, seja à frente de uma revista ou série de reportagens.
- O editor que ganha um incremento para sua equipe por meio da contratação formal ou temporária de um novo profissional.

Todos eles, nessas situações, demonstram para o restante do grupo que têm poder e, assim, passam a ser admirados ou invejados pelos outros membros da redação. Essa visibilidade de alguns profissionais e os sentimentos que despertam nos demais podem ser explicados por Bourdieu (1989, p. 12), quando ele observa que: “a classe dominante é o lugar de uma luta pela hierarquia dos princípios de hierarquização”.

Ou seja, os jornalistas dominantes são aqueles que ditam as práticas eficientes e eficazes no que diz respeito não só à competência cognitiva, mas à competência de conduta⁷³ (GUERRA, 2008), na qual se inclui, sobretudo, o relacionamento com a hierarquia superior no espaço da redação, no caso, o diretor-editor.

Consequentemente, aqueles que pleiteiam ou almejam essas transformações a todo custo e não as alcançam ou ainda outros que demonstram uma posição acomodada acabam relegados ao papel de dominados. E, nesse quesito, não se encaixam apenas os repórteres – função mais básica dentro da redação - mas também os jornalistas que ocupam cargos de chefia e comando, o que deixa claro que esse jogo de poder simbólico está para além das hierarquias formais do espaço da redação.

Um editor, hierarquicamente superior a um repórter em termos de delegação de função e até mesmo de remuneração, pode ser simbolicamente inferior ao repórter que goza de status diferente dentro do grupo por estar em uma condição profissional vista como privilegiada pelos próprios pares.

Como ilustração dessa expressão do poder hierárquico na redação, podemos destacar uma situação narrada por um dos informantes. Contratado como repórter, o jornalista 8, assim como muito outros repórteres da instituição, acumula funções relativas à produção do

⁷³ No próximo capítulo, exploraremos as competências dos jornalistas, conforme a discussão de Guerra (2008).

impresso que vão para além da prática da reportagem, incluindo a edição, seja do próprio material produzido ou das matérias dos colegas de editoria. Encarada, geralmente, como uma oportunidade de aprendizado, essa dupla função, no entanto, acarreta conflitos, à medida que a atuação do repórter começa a ameaçar a autoridade do editor:

No caderno onde eu trabalho, eu sou repórter, mas não faço só reportagem, eu edito matérias... Até porque a gente recebe matérias de oito sucursais, então, realmente precisa. É ótimo poder fazer isso, porque você agrega um aprendizado, de cortar texto, de acrescentar texto, de fazer formas, de editar mesmo, é muito legal. Eu tive um ganho muito significativo, mas o meu ponto de conflito é porque, por exemplo, a pessoa me manda editar uma página, ela me atribui essa responsabilidade, mas eu não tenho uma atuação livre em relação a essa responsabilidade. Aí, fica o conflito, porque eu acho que existem dois jeitos de você gerenciar uma equipe, ou você faz isso de forma vertical, como uma pessoa que manda e o restante obedece, ou você faz uma coisa mais horizontal, em que, cada um tem suas responsabilidades. Nessa coisa vertical, a pessoa tem todos os méritos, mas também todas as responsabilidades. Nessa coisa horizontal, os méritos e as responsabilidades são divididos. A questão com meu superior é que o mérito é individual, mas a responsabilidade é coletiva. Muitas vezes, eu vi o seguinte: se saiu uma coisa que não ficou legal na matéria, “Mas porque você não me mostrou?”. Só que ela vê todas as páginas. Quando ela não vê, ela diz assim: “Ah, deixei passar”. Mas, se sou eu que estava responsável pela página, “Ah, mas você não viu. Você não me mostrou”. E, de certa forma, fica aquela coisa que a culpa é sua. E eu acho que falta um pouco de abordagem, de jeito (JORNALISTA 8, 25 de novembro de 2010).

Esse jogo de relações de poder e mesmo as posições de dominação ou de submissão não estão expressas nos manuais ou códigos relativos à profissão, nem mesmo nas teorias do Jornalismo. Eles se constroem e são apreendidos pelos jornalistas na vivência cotidiana, nos interstícios do exercício do que recomendam os guias práticos e teóricos, no que Bourdieu (1989, p. 61) considera como *habitus*: “O *habitus*, como indica a palavra é um conhecimento adquirido”.

O *habitus* jornalístico é composto por repetições e expectativas de ação que dão ao profissional o domínio da situação e das regras estabelecidas pelos sujeitos que, reconhecidamente, podem determinar padrões de conduta e comportamento a serem seguidos pelos demais na redação. Dessa forma, o *habitus* corresponde à materialização das regras, ideais e paradigmas do campo jornalístico no dia a dia da profissão.

Para Bourdieu (1989, p. 64), o campo é um “espaço social de relações objetivas”. Daí porque se pode falar em campo do Jornalismo, pois há códigos, normas e regras que estabelecem, objetivamente, as relações e práticas entre os sujeitos (manuais de redação, código de ética, técnicas de entrevista e apuração, dentre outros). Todo esse conjunto de elementos objetivos que integram a formação teórica do jornalista, quando postos em prática, formam o *habitus* da profissão, manifesto por meio de ações ordinárias indispensáveis para a operacionalização do campo jornalístico.

Contudo, enquanto o campo é objetivo, o *habitus* se reveste de um caráter subjetivo, pois como se manifesta a partir das vivências, por mais que as regras sejam as mesmas para os jornalistas situados em qualquer parte do País, o *habitus* criado pelos profissionais da redação do *Diário do Nordeste* será, indubitavelmente, diferente do *habitus* instituído na redação da *Folha de São Paulo*, por exemplo.

Compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, tornar necessário, subtrair ao absurdo do arbítrio e do não-motivado os actos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir (BOURDIEU, 1989, p. 69).

Baseada na definição de campo social do próprio Bourdieu (1989), Woodward (2000, p. 30) destaca que participamos de diferentes campos sociais e, em cada um deles, gozamos de certa autonomia e de poder de escolha dentre os elementos materiais que o campo nos fornece para ocuparmos um determinado lugar e posição nesse espaço social.

Sendo assim, na medida em que o campo sofre alterações, o lugar que os sujeitos ocupam pode ser modificado também. Daí porque o uso de um celular causou tanta celeuma dentre os profissionais do *Diário*. O aparelho marca um processo de mudança dentro do campo social do jornalismo, o que afeta o posicionamento, o local que os jornalistas ocupam nesse referido campo que é, sobremaneira, demarcado pelas competências intelectual e técnicas do jornalista.

Para compreender como se deu esse processo no *Diário do Nordeste* tivemos que adentrar no *habitus* da redação, conviver com os jornalistas e não só observar, mas experimentar as mudanças advindas com o incremento dos recursos técnicos.

A observação direta do fenômeno e minha presença no campo também como um agente desse processo proporcionaram à pesquisa uma riqueza de detalhes, situações e a contextualização da problemática aqui em estudo. A partir de agora, apresentaremos as particularidades do *habitus* construído pelos profissionais do DN e como estas se relacionam com a problemática que guia nossa investigação.

3.4 – Mudança de *habitus*

O jornalista vive em três espaços ou mundos: o de casa, da rua e o da redação ou do trabalho (TRAVANCAS, 2011, p. 30). No espaço da redação, ele permanece, no mínimo, sete horas, por conta da carga horária oficial de trabalho. Mas, geralmente, essa jornada é mais

extensa, abarcando até 10 horas da vida dos profissionais. Essa vivência intensa do trabalho acaba fazendo da redação mais que um local de exercício técnico, mas também um espaço de trocas afetivas. Sentar, todos os dias, ao lado da mesma pessoa gera, inevitavelmente, um vínculo social entre elas, daí porque uma reforma física que implica a reorganização dos lugares dos jornalistas nesse espaço termina gerando desconforto e descontentamento para muitos profissionais.

Nesse exato momento, final do primeiro semestre de 2011, a redação do DN passa por uma mudança estrutural cujos objetivos passam tanto pela disponibilidade de mais terminais de computadores para o exercício do trabalho, quanto para atender aos novos serviços e atividades que a instituição pretender realizar⁷⁴. Mesmo com o redesenho do ambiente da redação, o espaço continua apresentando algumas características que Isabel Travancas (2011) descreve com base nas visitas que fez às redações de jornais impressos nos anos de 1990, durante sua pesquisa.

Uma redação se resume em uma enorme sala bastante iluminada artificialmente e repleta de mesas, cadeiras muitos terminais de computador e vários telefones. Uma sala fechada com películas solares nos vidros ou persianas que não permitem a entrada de luz, fazendo com que os que nela trabalham percam a noção de tempo, a não ser pelo relógio da parede e pelo próprio ritmo do trabalho, também configura a redação. O ar-condicionado fica ligado a uma temperatura bem baixa por causa dos terminais de computador, e os ruídos são intensos e incessantes. Hoje em dia os ruídos não provêm mais dos sons das máquinas de escrever, mas das conversas em voz alta, da campainha dos telefones e do entre e sai de gente (TRAVANCAS, 2011, p. 24).

Aos elementos observados pela autora, acrescentamos a disposição de telas de TV em toda a extensão da redação, sintonizadas em canais de notícias. Porém, basicamente, a redação do DN atende ao padrão de ambiente descrito por Travancas (2011), o que denota que há um modelo de estrutura de redação adotado por diferentes instituições jornalísticas. Ao longo do tempo, as mudanças ficam por conta da substituição de elementos desgastados, como piso, computadores, aparelhos de ar-condicionado, cadeiras, telefones, impressoras, etc.

Enquanto no plano físico prevalece certa padronização na organização das redações de jornais impressos, no plano simbólico, esses ambientes se tornarão heterogêneos graças ao *habitus* que é experimentado e moldado pelos sujeitos que nela passam a maior parte de seu dia.

Os jornalistas, a partir de suas vivências, fazem com que a redação seja ressignificada tanto do ponto de vista funcional quanto do lado afetivo, contribuindo para que esta deixe de

⁷⁴ A expectativa é que em breve seja construído um estúdio para gravação de material audiovisual que será disponibilizado na versão on-line do jornal.

ser um espaço impessoal e caracterizado pela mobilidade e passagem (a redação funciona em três turnos, portanto, ao longo do dia, diferentes profissionais passam por ela), ou seja, um não-lugar, conforme a definição de Marc Augé (2006), para assumir a feição de um lugar.

Para a antropologia, o lugar é um espaço fortemente simbolizado, ou seja, é um espaço no qual podemos ler, em parte ou sem sua totalidade, a identidade dos que o ocupam, as relações que mantêm e a história que compartilham (AUGÉ, 2006, p. 107).

Em linhas gerais, os não-lugares, de que fala o autor, são espaços em que não são estabelecidas relações sociais duradouras. Dessa forma, para os profissionais que apenas cumprem suas tarefas rotineiras e saem sem estabelecer vínculos sociais mais fortes com os demais, a redação é um não-lugar. Por sua vez, para aqueles que constroem laços fraternos, por exemplo, com os colegas de trabalho, a redação é um lugar. Esses sentidos e vivências diferenciados mostram que o que cada um faz do espaço é que dirá se este se constitui em um lugar ou não (AUGÉ, 2006, p. 111).

Essa discussão é interessante porque demarca a atividade dos sujeitos, pois eles, a partir da experiência cotidiana, atribuem valores e significados ao que está em seu entorno, sejam as estruturas físicas ou mesmo outros sujeitos. Em nossa pesquisa, nos focamos, portanto, nessa cotidianidade que os jornalistas do DN partilham, ou seja, no *habitus* construído por eles, que não se restringe ao espaço da redação, estendendo-se para a rua, no caso dos repórteres, um prolongamento do local de trabalho.

O *habitus*, portanto envolve mais que o espaço, trata-se da articulação simbólica e material das regras do campo do jornalismo, adaptadas às condições materiais, ideológicas e técnicas da instituição e ressignificadas na ação de cada sujeito. Por conta disso, o *habitus* coloca em relevo a posição identitária ocupada pelos profissionais e de que forma esse posicionamento se insere no jogo de relações de poder e de força dentro da redação.

A essas relações serão acrescentadas ainda as formas como os jornalistas negociam o uso das novas tecnologias no ambiente de trabalho. A introdução do uso do celular multifuncional na rotina de produção dos repórteres do *Diário* é uma alteração do *habitus* desses profissionais que irá repercutir diretamente na constituição do campo da profissão. A primeira mudança que esse fenômeno acarreta diz respeito às ferramentas de trabalho usadas pelos repórteres para apuração dos fatos.

Os principais instrumentos de trabalho de um repórter de jornal são papel e caneta ou lápis; já o de televisão, além de papel e caneta, conta com grande aparato técnico, que inclui três auxiliares – um cinegrafista com a câmera de vídeo, um iluminador e um responsável pelo VT, que opera o aparelho (TRAVANCAS, 2011, p. 47).

Apesar de a pesquisa realizada por Travancas referir-se à prática do jornalismo no início dos anos 90, as diferenças para a atualidade não são tantas, sobretudo no caso do jornalista de impresso, que continua saindo para a apuração nas ruas munido de papel e caneta ou de um gravador de áudio (substituído em algumas situações pelo celular, desde que tenha função de registro de áudio). No caso da reportagem para TV, o repórter durante a cobertura factual conta hoje somente com a companhia do cinegrafista que opera a câmera de vídeo.

Os instrumentos de trabalho dos jornalistas são significantes que marcam a posição dos sujeitos no amplo universo da prática profissional. Conforme Woodward (2000), há uma associação entre a identidade dos sujeitos e os objetos que usam, portanto, o bloco e a caneta são símbolos que constituem a identidade do jornalista de impresso, enquanto o microfone, por outro lado, caracteriza a identidade do repórter de televisão.

Dessa forma, a introdução de um novo instrumento no trabalho de apuração do repórter de impresso representa uma mudança significativa no *habitus* da profissão nos séculos XX e XXI. O celular desponta, nesse contexto, como significante dos novos tempos, da emergência de uma nova modalidade jornalística (jornalismo multimídia) e do conjunto de novas regras de trabalho que essa prática está moldando.

Além disso, o aparelho multifuncional simboliza a constituição de um novo perfil de profissional, o polivante (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008), trazendo consigo o incremento da competência cognitiva do repórter de impresso (GUERRA, 2008) e até mesmo caracterizando o que Silva (2009) considera uma nova modalidade jornalística, o jornalismo móvel.

Guerra (2008) observa que cada suporte técnico requer do jornalista o manuseio específico de determinados equipamentos e, conseqüentemente, dos códigos lingüísticos relacionados a ele, que irão lhe possibilitar a construção de um discurso jornalístico específico. “O suporte na esfera da produção tem uma implicação direta para o desempenho geral do trabalho da organização: as possibilidades do suporte definem por si só um padrão técnico de operação para o qual os profissionais deverão dispor de habilidades específicas” (GUERRA, 2008, p. 170).

No caso do impresso, o suporte de veiculação irá requerer do jornalista o domínio do código da escrita, que se faz presente não só na redação final da matéria, mas do próprio processo de apuração. Contudo, a prática do jornalismo multimídia agrega outros elementos à cena técnica desse campo que, necessariamente, não são utilizados para aprimorar o suporte impresso.

O celular multifuncional é usado pelo jornalista para que este vá além da apuração que estava habituado a realizar e produza, na própria cena do acontecimento, no “aqui e agora” da ação, um conteúdo que será levado a público, praticamente da mesma forma que foi realizado, já que os vídeos não são submetidos a uma pós-produção e sim a um processo básico de edição.

Ou seja, se antes, o repórter de impresso era aquele que gozava, dentre os outros profissionais de veículos diferentes, de mais tempo para a realização de seu produto final, agora, com o jornalismo móvel (SILVA, 2009) e o jornalismo multimídia, ele também é submetido à mesma instantaneidade do rádio e da televisão, tendo que sintetizar o que considera o essencial do fato jornalístico em um breve registro audiovisual.

Tais experiências demonstram um alto nível de correlação entre as mídias de massa e as mídias de funções pós-massivas e mudanças nas rotinas produtivas dos jornalistas a partir de um *deadline* distinto do da mídia tradicional tendo em vista a condição maior de mobilidade física e informacional dos repórteres com conexão permanente com o ciberespaço e, por conseguinte, com a redação através de conexões 3G e *Wi-Fi*. Outro fator é a portabilidade destes dispositivos híbridos móveis digitais que permitem que sejam carregados até em um bolso (SILVA, 2009, p. 82).

Do leque de recursos enumerados pelo autor, no DN, o celular converte-se no único instrumento para a prática do jornalismo móvel, que se limita aqui à portabilidade do aparelho, já que a conexão com a redação, por exemplo, não pode ser estabelecida, pois o aparelho é bloqueado tanto para a função de voz quanto para acesso à web, convertendo-se assim em uma câmera.

Apesar de os entrevistados de nossa pesquisa garantirem que a gravação dos vídeos não implicava em um consumo maior de tempo durante o trabalho de apuração, o que se observa, contudo, é que quando os repórteres do impresso saem com o celular para realizar os vídeos, as prioridades, na hora da apuração, começam a entrar em confronto.

A cobertura audiovisual requer imagens, ação, enquanto a apuração para o impresso necessita de checagem de informações, pesquisa, depoimentos de fontes diversas e observação (PINTO, 2009). Diante desse dilema, os repórteres do DN priorizavam a apuração para o impresso, pois dedicavam mais tempo de realização para ela em vez do registro dos vídeos.

Os depoimentos que se seguem mostram claramente a opção de alguns repórteres. O primeiro deles é um profissional com 30 anos de idade e quase 10 anos de atuação somente no *Diário do Nordeste* e cuja experiência lhe possibilitou criar critérios particulares de noticiabilidade (WOLF, 2005) relativos à gravação dos vídeos:

Eu priorizava o bloco, a caneta e o meu celular particular. Porque eu visualizava: eu vou descer agora, aqui não vai ter vídeo pra fazer. Não é todo lugar que rende vídeo, eu não fazia vídeo de tudo (JORNALISTA 4, 29 de novembro de 2010).

O jornalista 7 justifica sua opção em priorizar o impresso com um dos aspectos do processo de apuração de notícias: a observação. O comprometimento da observação dos personagens e da ação na cena do acontecimento é corrente nos depoimentos dos profissionais e caracteriza ainda uma divergência no processo cognitivo de produção da notícia.

A nossa proposta no jornal é tentar cada vez mais humanizar as matérias, então como é que se humaniza se você não conversa? Você precisa observar o momento da ação que está acontecendo e conversar com as pessoas naquele momento, se eu paro para ficar gravando tudo o que está acontecendo, aquilo ali me atrapalha muito. Ou eu gravo ou anoto. Quando eu estou numa situação dessas, eu anoto, eu prefiro ter o meu material do que ficar filmando, entendeu? Então o que é que eu faço? Eu chego, entrevisto a pessoa, faço toda a minha entrevista, quando, por exemplo, é uma apresentação de dança, aí eu filmo. Mas, primeiro, eu faço a minha parte que vai pro meu texto. Como é que eu vou escrever o texto se eu não consegui conversar com a pessoa, captar o sentimento ali, perceber como é que ela está vendo? Então, a minha prioridade fica sendo o meu material, o material impresso (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

O jornalista 9, profissional que somente trabalhou em impresso ao longo dos seus mais de 20 anos de carreira, complementa o exemplo de prioridade do impresso em detrimento da realização do vídeo mesmo quando executava primeiro o vídeo, antes de concluir a apuração para o impresso. Ao cumprir com a “obrigação” do relato audiovisual, ele podia se concentrar na apuração mais elaborada para o impresso:

Quando eu ia, por exemplo, pra um evento interno (reunião, palestra), eu procurava ver o teor, por onde é que se ia, qual era o caminho daquilo ali, qual era o mote. Pra evitar exatamente a desconcentração: “Ainda falta fazer o vídeo, ainda falta fazer o vídeo”. Eu procurava ter logo uma conversa com a principal fonte, pedir pra pessoa dar logo um depoimento e depois eu ia fazer a pauta para o impresso. Comecei a me programar assim (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

Tradicionalmente, no imaginário jornalístico, o domínio do ofício do impresso é identificado com a capacidade de escrever bem, e rápido, sobre qualquer assunto (TRAVANCAS, 2011, p. 71). No entanto, o uso de novos aparatos na rotina de trabalho complexifica o exercício profissional, fazendo com que a maestria profissional não dependa apenas da boa escrita. Essa mudança de parâmetro de trabalho no impresso é significativa também para o exercício do jornalismo em outros suportes, pois, conforme observou Travancas (2011, p. 23), o jornalista dedicado à produção de conteúdos para veiculação em papel ocupa o lugar de modelo, de paradigma para outros profissionais, o que a autora confirmou em sua pesquisa junto a profissionais de impresso, rádio e TV.

O paradigma do impresso justifica-se pelo fato deste ter sido o primeiro suporte de veiculação de ideias utilizado pelo homem. Essa história secular do suporte tem um peso referencial, como destacam Salaverría e Negredo (2008), principalmente junto aos jornalistas mais tradicionais. No entanto, é a responsável também por preconceitos em relação ao trabalho realizado em outros meios e, principalmente, pelo comportamento de resistência ao uso das novas tecnologias no cotidiano da profissão.

Entre muchos periodistas, no por casualidad casi siempre los más veteranos, es frecuente encontrar un prejuicio negativo con respecto a los nuevos medios. El verdadero periodismo, dicen, solo se práctica en los periódicos. En su opinión, los demás medios actúan, en el mejor de los casos, como simples acólitos que siguen la estela periodística de los diarios o, peor aún, como escaparates del sensacionalismo y la banalidad (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 77).

No caso do DN, os jornalistas, pelo menos os mais velhos que participaram da pesquisa, não demonstraram o preconceito de que falam os autores. No entanto, é notório na redação, por entre conversas informais, esse sentimento de que a expressão ideal do jornalismo está no impresso, e de certa hostilidade para com os jornalistas do on-line, sobretudo, aqueles que ingressam na profissão por meio do webjornalismo, expressa em frases como: “eles não sabem nem escrever”. Essa mesma hostilidade já foi destinada a jornalistas de TV, cujo trabalho para muitos profissionais do impresso era tido como “fácil” e “superficial”. Afirmações essas comuns, por exemplo, em coberturas de pautas em que jornalistas de diferentes meios se encontram.

O discurso de diferenciação do impresso não fica restrito somente a comparações com o exercício da profissão em outros meios. Dentro da redação, há hierarquias entre os cadernos e os profissionais. A ideia que paira no senso comum é de que os repórteres e editores que trabalham com a produção de notícias factuais têm uma carga horária maior, ritmo de trabalho mais intenso e, conseqüentemente, são mais cobrados pelas instâncias superiores dos jornais.

Em contrapartida, na visão deles, os jornalistas que atuam nos suplementos ou em outras áreas são privilegiados com um ritmo de trabalho menos frenético, o que, muitas vezes, faz com que essa vertente seja qualificada como “jornalismo fácil”, em detrimento do que é praticado nas editorias de *hard news*, que cobrem assuntos como polícia, cidade, economia e política. Não vem ao caso julgar o mérito dessas opiniões, mas apenas assinalar que há uma teia de micro-hierarquias construída no espaço da redação, determinada, sobretudo, pelas diferenças de hábitos de trabalho.

Dessa forma, a introdução do celular multifuncional, conseqüentemente, desencadeará transformações nessas relações de dominação desenhadas no ambiente de trabalho. **Seriam,**

assim, dominantes os jornalistas que produzem os vídeos e se adequam com mais facilidade e rapidez ao novo *habitus* da profissão?

De acordo com Bourdieu (1989, p. 145), pode-se afirmar que os jornalistas dominantes possuem um capital simbólico. “Os agentes detêm um poder à proporção do seu capital, quer dizer, em proporção ao reconhecimento que recebem de um grupo”. No caso dos repórteres do *Diário*, a desenvoltura na prática do jornalismo multimídia seria uma forma de potencializar o próprio capital simbólico e, conseqüentemente, distinguir-se dos demais situados no espaço da redação.

Bourdieu (1989, pp. 134-135) explica que o poder simbólico exercido pelos sujeitos irá depender dos diferentes tipos de capital acumulados por eles nos vários campos sociais no qual estão inseridos, dentre esses capitais, o simbólico é identificado pelo autor como “o prestígio, a reputação, a fama”. Durante a observação empírica, foi possível verificar que aqueles jornalistas capazes de gravar vídeos de boa qualidade para o conteúdo multimídia do jornal eram admirados, gozavam de prestígio em relação aos demais. Essa particularidade também se mostrou na fala de alguns entrevistados.

O jornalista 2, profissional que hoje desempenha o papel de editor, mas que, enquanto repórter, exercitava a gravação do conteúdo audiovisual, reconhece que não tinha muita afinidade com a nova tarefa e elogia os repórteres com quem trabalha que demonstram essa habilidade:

No meu caderno, o repórter A usa bastante. O repórter B mais esporadicamente. Pro esporte tem um momento em que é interessante que é o momento da entrevista coletiva nos clubes, por que os clubes seguem a rotina do treinamento à tarde e quando dá umas 17h cada jogador vai para a coletiva. Vai um jogador um dia, noutro o técnico com o goleiro, noutro o preparador físico... Aí, o repórter está tranquilo e está gravando. O repórter A faz muito isso, ele grava a coletiva e vai muito pro site. Eu vejo que sempre fica na página inicial do *Diário* (JORNALISTA 2, 04 de novembro de 2010).

O jornalista 3, que também já produziu os vídeos, demonstra a mesma admiração e respeito por um colega que, em sua opinião, produz vídeos com qualidade:

Eu não tenho o hábito de assistir a esse conteúdo multimídia porque não tenho tempo. Tive curiosidade de ver só os vídeos feitos por um repórter específico, porque ela fazia bem, faz bem, você sabe que ele vai trazer um material legal. Aí, eu pegava ali no celular mesmo para ver, “me mostra, fulano”, dizia eu (JORNALISTA 3, 24 de outubro de 2010).

Na resposta do jornalista 2, o fato dos vídeos produzidos pelo repórter A ficarem na página inicial do site do jornal é uma forma de reconhecimento da qualidade do material e, conseqüentemente, da performance do repórter. Já o jornalista 3 é mais explícito ao reconhecer a qualidade da gravação dos vídeos de um dos colegas. No entanto, é o

depoimento da chefe de reportagem do jornal, Erilene Firmino, que comprova enfaticamente como o ato de gravar os vídeos alterou o *habitus* de trabalho e se tornou capital simbólico para alguns repórteres.

Na hora de pautar a equipe para a cobertura factual dos acontecimentos, a chefe de reportagem leva em consideração os critérios de noticiabilidade convencionais ao campo do impresso e ainda a capacidade de que, durante a cobertura desse fato, o repórter tenha condições de produzir também o material audiovisual. Nesse momento, ela toma como referencial a capacidade de saber gravar os vídeos por parte dos repórteres.

Ele saber manusear. Ele ter esse domínio do equipamento. Quando eu falo nesse domínio do equipamento não é só saber como funciona não. É ele saber utilizar a ferramenta, eu saber que ele é capaz de saber fazer o trabalho dele. Primeiro o trabalho dele de repórter de impresso bem e segundo o trabalho para o online bem também. É esse o critério que eu utilizo para que um repórter leve o celular para a pauta e produza um vídeo. Geralmente são pessoas mais novas, que estão começando ou então tem outras que estão há algum tempo e são abertas, então essas pessoas que estão há algum tempo e estão abertas, o material deles é muito bom. Além disso, depende da pauta, porque vai ser assim, a pauta que renda imagem. (ERILENE FIRMINO, 24 de outubro de 2010).

Quando a chefe de reportagem se refere a pessoas que “estão há algum tempo e são abertas” e que o material produzido por elas é bom, o que Firmino ressalta é exatamente que os profissionais com mais experiência, quando têm domínio do equipamento, são capazes de produzir bons conteúdos, tanto impressos quanto audiovisuais. Sendo assim, a conclusão a que chegamos é que o “saber-fazer” os vídeos é um capital simbólico agregado ao “saber-fazer” para o impresso e os profissionais que apresentam essa dupla competência passam a gozar do poder simbólico na redação.

Nesse caso, quando a chefe de reportagem, uma autoridade, reconhece o poder simbólico do repórter, está também construindo uma categorização (BOURDIEU, 1989, p. 116): jornalistas com dupla competência e jornalistas com competência única, voltada para o impresso. Contudo, vale ressaltar que mesmo atendendo aos parâmetros estabelecidos pela chefia de reportagem, o capital simbólico desses repórteres não chega a ser suficiente para que ocupem o lugar de dominantes no espaço social da redação. A razão para isso será explicitada no próximo capítulo. Por enquanto, o que interessa destacar é que o poder simbólico se relaciona com a construção da identidade dos sujeitos.

Para Bourdieu (1989, p. 142), há uma relação direta entre os jogos de classificação e a construção da identidade social dos sujeitos.

Este trabalho de categorização, quer dizer, de explicitação e de classificação, faz-se sem interrupção, a cada momento da existência corrente, a propósito das lutas que opõem os agentes acerca do sentido do mundo social e da sua posição nesse mundo, da sua identidade social.

Com essa reflexão, o autor associa a identidade com a posição que os sujeitos ocupam no espaço social. Sob essa perspectiva, no espaço do jornalismo, encontramos diferentes posições identitárias relacionadas com os *habitus* vivenciados pelos repórteres em contextos diversos do exercício da profissão, vinculados à linguagem, ao suporte de veiculação, ao *modus operandi* da própria instituição, função ou cargo ocupado, dentre outras características particulares.

Com base nesses quesitos, identificamos assim **cinco posições identitárias** relacionadas ao exercício da profissão: **jornalista de impresso, jornalista de rádio, jornalista de TV, jornalista on-line e assessor de imprensa.**

Essas posições identitárias, no entanto, não são excludentes, mas relacionais, afinal, é comum um profissional trabalhar em um expediente no jornal, por exemplo, onde ocupa a posição identitária de jornalista de impresso, e em outro período, atuar como assessor de imprensa em uma instituição pública ou privada, assumindo assim nova posição identitária. Da mesma forma, pode comportar níveis menores de especificidades.

Esse “passeio” por diferentes posições identitárias no campo do jornalismo está relacionado com o deslocamento dos sujeitos na modernidade tardia (HALL, 2006). Com base no conceito de deslocamento de Ernest Laclau (1990), Stuart Hall (2006) observa que a identidade dos sujeitos não é construída em torno de um conjunto de símbolos e discursos estáveis. Na verdade, cada indivíduo se desloca por entre diferentes campos sociais adequando seu repertório social a cada situação, que podem entrar em conflito ou se relacionarem de modo harmônico. “O deslocamento tem características positivas. Ele desarticula as identidades estáveis do passado, mas também abre a possibilidade de novas articulações: a criação de novas identidades, a produção de novos sujeitos” (HALL, 2006, p. 18).

No caso dos jornalistas do *Diário do Nordeste*, podemos verificar então um deslocamento da posição identitária do impresso para a posição identitária de jornalista multimídia. Contudo, esse percurso se processa de forma conflituosa, mesmo para aqueles que assumidamente compactuam com a proposta posta em prática pela empresa. Isso se deve, sobretudo, porque a posição de jornalista multimídia é uma invenção recente no campo profissional, portanto, sem um conjunto de práticas definido e reconhecido por todos os profissionais em atuação no campo, diferente do impresso, cujas regras, normas e vivências ganharam o estatuto de tradicionais dada sua construção histórica.

É interessante ressaltar que, mesmo a posição identitária de impresso não é homogênea. Nela, os jornalistas ainda encontrarão um leque de particularidades que promoverão a diferenciação entre os próprios sujeitos. O caderno, a editoria, a função e o cargo assumidos pelo jornalista lhe proporcionarão um *habitus* diferenciado em relação aos colegas de outros veículos ou do mesmo ambiente de trabalho. Os repórteres partilham de características comuns, enquanto aos editores são requeridas outras atribuições. Assim como o repórter de impresso do caderno de economia possui conhecimentos que podem não interessar ou fazer parte do universo de trabalho de um repórter da área de saúde.

Contudo, vale lembrar que, independente dessas micro-diferenciações, todos estão inseridos no campo do jornalismo impresso, portanto, comungam de um conjunto de regras de ação que norteiam a profissão independente do tipo de veículo (jornal de grande circulação, revista, jornal comunitário, etc.).

Da mesma forma que é possível estabelecer níveis de diferenciação micros para as outras cinco posições identitárias citadas anteriormente, também se deve levar em consideração que há elementos comuns a essas posições que caracterizam o campo jornalístico como um todo e compõem o que são considerados pelos profissionais como um conjunto basilar de regras, normas, orientações, preceitos e códigos que identificam o jornalismo em si, diferenciando-o de outras profissões sociais.

Ciro Marcondes Filho (2009, p. 57), por exemplo, confirma essas diferenciações ao afirmar que a categoria jornalística é diversificada e múltipla e, ao mesmo tempo, enfatiza que há valores jornalísticos que podem ser considerados universais para a profissão. Hall (2006) reconhece que mesmo diante da fragmentação das identidades, os sujeitos precisam de elementos de identificação universais que façam com que eles criem vínculos de pertencimento a um grupo ou comunidade.

O autor desenvolve essa análise em relação à identidade nacional que, apesar de ter sido enfraquecida com a globalização cultural, desponta ainda como um referencial de identificação e pertencimento forte (HALL, 2006, p. 76).

Da mesma forma, a manutenção de uma identidade de jornalista universal, constituída em torno de valores como objetividade, transparência, liberdade, missão democrática e serviço público (MARCONDES FILHO, 2009 e TRAVANCAS, 2011) continuará existindo por conta de seu papel agregador e lugar seguro para esses jornalistas à deriva entre a multiplicidade de posições identitárias e entre as mudanças no cotidiano, no *habitus* da profissão com as quais precisam lidar.

O que podemos observar com o caso do *Diário* é que houve uma reestruturação do *habitus* dos repórteres motivada pelas novas tecnologias e novas práticas associadas ao seu uso. Essa transformação levou alguns jornalistas da instituição a ocuparem duas posições identitárias diferentes, simultaneamente: uma voltada para o impresso e outra para o audiovisual, associada à tarefa de gravar vídeos.

Ao longo da pesquisa, consideramos como jornalistas multimídia os profissionais que conseguem transitar com desenvoltura por entre essas duas posições identitárias. A partir dessa constatação, chegamos à hipótese que destacamos aqui novamente: **a autodefinição do jornalista como profissional multimídia poderá localizar o repórter em uma posição de inclusão (papel dominante, nas palavras de Bourdieu [1989]) dentro da redação, o que lhe trará benefícios simbólicos como a atribuição da alcunha de moderno, já que se encontra em sintonia com as mudanças no campo do jornalismo e com as práticas exercidas em jornais tomados como referencial para o exercício da profissão nos cenários nacional e internacional⁷⁵.**

O contraponto dessa hipótese é exatamente o lugar da oposição à adequação ao novo *habitus* ou à posição identitária circunstancial de jornalista multimídia, que implicaria em perdas simbólicas.

A hipótese aqui posta e que guiou a investigação foi elaborada ainda durante a fase inicial da pesquisa de campo. Apesar de tomá-la como guia, tentamos não nos deixar levar pelo sentimento de certeza que o estudo de caso pode ocasionar pela imersão profunda do pesquisador no fenômeno (DUARTE, 2008, p. 220). Essa vigília científica resultou em um constante diálogo entre a teoria e os dados empíricos, o que nos levou a um retorno a discussões basilares no campo teórico da comunicação que tratam das tecnologias, meios e suportes de comunicação. Aliado a elas, trazemos ainda pontos de vista que questionam a sobrevalorização do desempenho técnico das mídias em detrimento de seu aspecto humano.

No próximo capítulo, apresentamos uma revisão conceitual com diferentes perspectivas teóricas que colaboram para compreender o cenário atual da comunicação, marcado pela ubiquidade tecnológica, e ainda nos aprofundaremos na compreensão de um fenômeno em particular que expressa o dinamismo dessa condição tecnológica: a convergência midiática.

⁷⁵ Exemplos de jornais que também adotam práticas semelhantes: no Brasil, *Folha de S. Paulo*, *O Estadão* e *Extra*. Na América Latina, destaca-se o *Clarín*, na Argentina, e nos Estados Unidos, o destaque fica para o *New York Times*.

Essas abordagens se mostram relevantes, pois, é no contexto de convergência de mídias que está inserido o exemplo do *Diário do Nordeste* e será a partir dos delineamentos desse cenário que poderemos compreender a dinâmica de trabalho dos profissionais e, conseqüentemente, como estes se definem e se posicionam diante de tantas transformações e novidades.

4 – CONVERGÊNCIAS E DIVERGÊNCIAS

As consequências da introdução das novas tecnologias no cotidiano podem ser percebidas em várias esferas da vida social, da produção e difusão de conhecimentos científicos aos relacionamentos pelas redes sociais virtuais. O jornalismo, atividade que desde o surgimento, ainda no século XV, é dependente das inovações tecnológicas, acompanha de perto a efervescência causada pelos dispositivos e suportes digitais e se apropria destes para reinventar a si próprio⁷⁶. Ele ganha novos contornos, sobretudo, com o uso de tecnologias móveis como ferramentas de apuração dos fatos.

Texto, som e imagem juntos em um mesmo meio significam uma grande novidade no mercado da mídia e uma inovação sedutora no campo das linguagens humanas. Ancorado nessa constatação, o jornalismo se diversifica e aprimora qualidades como a multimídia e a mobilidade (APPLEGREN, 2005; SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008) dando origem assim a formas de trabalho novas, recorrendo a utensílios que vão além da caneta, papel e gravador e obrigando os profissionais a repensarem seus critérios de avaliação e julgamento da realidade.

Até mesmo a mídia impressa, a mais tradicional dentre as mídias modernas, ganha novos atributos que extrapolam a materialidade da celulose. O jornal sai do papel e surge nas telas. As notícias tornam-se mais interativas e dinâmicas, adequadas aos novos suportes de veiculação, e o público tem a opção de não apenas consumir os produtos jornalísticos, mas colaborar com estes também (LE MOS E LÉVY, 2010; JENKINS, 2008; SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008) Essa necessidade, aliada às possibilidades que as próprias tecnologias portáteis proporcionam, dá origem a novas práticas, discursos e produtos jornalísticos identificados sob o rótulo de multimídia, que são a materialização do processo de convergência de mídias.

O conceito de convergência é amplo e complexo e não deve ser pensado apenas sob a perspectiva tecnológica, mas levando-se em consideração as mudanças históricas, tanto no âmbito técnico-científico quanto na esfera política, social e econômica, que alicerçaram sua constituição (APPLEGREN, 2005; JENKINS, 2009; SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008). Neste capítulo, trataremos das implicações do processo de convergência midiática para a prática do jornalismo e, principalmente, para os sujeitos que atuam na área.

⁷⁶Primeiro foram os blogs, hoje são as redes sociais virtuais como *Twitter*, *Orkut* e *Facebook* que passaram a integrar o repertório de ferramentas noticiosas de diferentes instituições jornalísticas, dando origem ao que alguns autores chamam de jornalismo 2.0 ou jornalismo de redes sociais.

No entanto, até chegarmos à questão, será preciso rememorar certas Teorias da Comunicação, principalmente aquelas que versam sobre a perspectiva técnica dos meios; discutir o conceito de convergência no âmbito das mídias na atualidade e compreender como essa conjuntura favorece o surgimento de um novo perfil de profissional, cujas competências devem se adequar a esse cenário móvel e tecnologicamente integrado.

4.1 – As abordagens técnica e tecnológica nas Teorias da Comunicação

Discutir o aspecto tecnológico ou a performance técnica (WOLTON, 2007) dos meios de comunicação é praticamente inevitável. No entanto, a sobrevalorização dessa dimensão, em detrimento da qualidade dos conteúdos, das políticas de comunicação, do papel social e cultural das mídias e até mesmo das questões econômicas que movem o universo midiático, pode levar a um reducionismo teórico. A velocidade com que as novas tecnologias sugerem mudanças no cenário da mídia impressiona não só o público leigo, mas os próprios pensadores do universo comunicacional.

A celebração ou os “paetês” (como enuncia Dominique Wolton [2004] em uma de suas obras) jogados em torno das novas tecnologias tendem a ganhar notoriedade nos espaços de discussão intelectual e na própria mídia, seduzindo pesquisadores, empresas de comunicação e ainda os usuários.

A fascinação pelas tecnologias, sua economia e as perspectivas, as modas e os conformismos reforçam o pensamento único. Este tão próximo dos interesses e tão longe dos valores identifica a “revolução da comunicação” com o progresso e com a modernidade (WOLTON, 2007, p. 13).

O discurso que exalta as tecnologias como promotoras do progresso e da modernidade é orientado pela racionalidade tecnológica técnica e origina uma corrente científica determinista. A história das reflexões em torno da comunicação social e midiática mostra como o determinismo tecnológico ou a veia tecnicista se sobrepõe, em momentos específicos da trajetória das teorias, como pensamento dominante.

Na primeira metade do século XX, a expressão desse posicionamento vem na forma de uma “teoria matemática da comunicação”, sistematizada pelos matemáticos Shannon e Weaver (1949). No modelo elaborado por eles, o processo comunicativo é pensado com base em conceitos da Mecânica, Física e da própria Matemática.

As questões a serem estudadas num sistema de comunicação dizem respeito à quantidade de informação, à capacidade do canal de comunicação, ao processo de codificação utilizável para transformar uma mensagem em um sinal, e aos efeitos do ruído (WEAVER, 1987, p. 28).

A teoria referida discute a comunicação com base nos paradigmas e teoremas das Ciências Exatas, em uma filiação clara ao Positivismo. No entanto, o que faz dela tecnicista é exatamente a preocupação em encontrar soluções técnicas que melhorem o desempenho do processo comunicativo, composto por oito elementos: fonte de informação, transmissor, sinal, fonte de ruído, canal, receptor, mensagem e destino.

Weaver (1987, p. 31-2) centra seus esforços na adequação do canal à fonte de informação na tentativa de minimizar os ruídos e garantir a eficiência e a eficácia da comunicação. Nesse sentido, ele chega à conclusão de que, se a capacidade do canal for maior que a da fonte de informação, as chances de erro e ruído serão menores. Por outro lado, quando o canal não suportar a demanda da fonte de informação, a frequência ou possibilidade de erro será bem maior.

Uma teoria técnica (“engineering theory”) da comunicação é como uma funcionária muito eficiente e discreta dos Correios e Telégrafos ao passar nosso telegrama. O significado não a preocupa, seja ele triste, alegre ou embaraçoso, mas ela tem que saber encaminhar adequadamente todas as mensagens que passam por suas mãos (WEAVER, 1987, p. 35).

As discussões do matemático centram-se na fonte de informação (codificador) e na capacidade do canal. Ele sugere que o teorema pode ser aplicado aos estudos da linguagem, mais particularmente nas pesquisas de cunho semântico. Para tal, a informação e o significado despontam como as variáveis-chaves para compreender a articulação lingüística. Nesse momento, Weaver (1987) contempla outro elemento do processo comunicacional – a mensagem, que traz, à reboque, os signos, significados, códigos e contexto, questões que não serão exploradas na teoria matemática e sim no modelo de comunicação semiótico informativo e no semiótico-textual (WOLF, 2005).

É necessário reconhecer o mérito do paradigma matemático ao introduzir nos estudos de comunicação a preocupação com o ruído, ou melhor, em eliminar o ruído das situações comunicativas. Mauro Wolf (2005, p. 109) observa ainda que o modelo proposto por Shannon e Weaver servirá de referencial para diferentes contextos de interação, seja entre máquinas, seres humanos ou entre o homem e a máquina:

Esse esquema analítico – em versões diversas e com leves variações terminológicas – constitui uma presença constante nos estudos de comunicação, provavelmente graças também à sua aplicabilidade a fenômenos muito heterogêneos.

Contudo, a principal deficiência apresentada por essa proposta teórica é o fato de reduzir a comunicação à transmissão de informações. A dimensão social não é posta em discussão e tudo se resume à perfeita combinação entre a escolha de uma mensagem e sua

adequação a um canal específico. Focada na codificação, a reflexão de Weaver (1987) vislumbra a performance técnica da comunicação.

O papel de trazer a dinâmica cultural e social para a atmosfera das mídias coube, com maior destaque, à teoria crítica. Contemporânea à pesquisa norte-americana⁷⁷, na qual está inserida a teoria matemática, essa corrente de pensamento teve como berço a Alemanha, mais precisamente a Universidade de Frankfurt e, como representantes, um coletivo de intelectuais cujos esforços estavam voltados para a construção de uma ampla teoria crítica da sociedade (RÜDIGER, 2001, p. 132).

Apoiados em um referencial marxista, os frankfurtianos consideram a comunicação um processo de mediação social e se dedicam a problematizar a sociedade de massas, a cultura industrializada, a reprodução técnica da arte e as mudanças na esfera pública. Entretanto, é importante ressaltar que essa Escola não se constitui de forma homogênea. Ela será marcada por pensamentos distintos na abordagem sobre os meios de comunicação, o mercado de bens simbólicos e a compreensão da técnica e da arte em seus processos de transformação.

Apesar de os seus expoentes mais populares serem Theodor Adorno e Max Horkheimer, idealizadores do conceito de indústria cultural⁷⁸, há outros dois autores, considerados não tão pessimistas quanto os primeiros, que se voltam para a reflexão sobre a estética e a produção artística a partir dos novos aparatos técnicos de reprodução. É o caso de Walter Benjamin e Siegfried Kracauer:

Kracauer e Benjamin se inserem nesse contexto como uma espécie de proto-frankfurtianos, na medida em que supuseram ser o próprio do progresso técnico uma capacidade de revolucionar a arte (...). Acreditavam que as condições essenciais da máquina e do modo de vida urbano estavam criando uma estética em que se revelam um novo tempo e um novo horizonte cultural para a humanidade (RÜDIGER, 2001, p. 134 – 135).

Como crítico da cultura, Benjamin (1994), mais do que se preocupar com a legitimidade e a autenticidade artística do cinema e da fotografia, busca colocar em relevo em que medida essas novas técnicas alteraram a natureza da arte. Em seu célebre ensaio “A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica”, publicado pela primeira vez em 1936, tenta compreender como essas duas técnicas de reprodução da imagem originam uma nova estética, ancorada na lógica industrial.

⁷⁷ Dizer que os estudos da Escola de Frankfurt são críticos não implica afirmar que as pesquisas norte-americanas desenvolvidas nos anos 40 são acríicas. As reflexões de Roberto Merton e Paul Lazarsfeld, por exemplo, sobre as funções e disfunções, embora funcionalista, já apresenta uma crítica aos *mass media*.

⁷⁸ Para aprofundar o conceito, ver ADORNO, Theodor e HORKHEIMER, Max. *Dialética do Esclarecimento*. Rio de Janeiro: Zahar, 1985.

Essa condição obriga a se repensar o estatuto de conceitos estéticos clássicos como o de aura, ritual e valor de culto. Sem julgar a qualidade das produções artísticas, o filósofo explica como essas novas formas de arte, surgidas no cenário da sociedade de massa, lidam com os padrões e conceitos tradicionais do universo artístico.

Influenciado pelo contexto de emergência de regimes totalitários na Europa, Walter Benjamin (1994) também relaciona as características do cinema e da fotografia com a política e o capitalismo. Apesar de não entrar no mérito industrial do cinema – como o fazem Adorno e Horkheimer (1985) com a música –, o filósofo prefere se ater às transformações culturais advindas com o novo meio.

O cinema é a forma de arte correspondente aos perigos existenciais mais intensos com os quais se confronta o homem contemporâneo. Ele corresponde a metamorfoses profundas do aparelho perceptivo, como as que experimenta o passante, numa escala individual, quando enfrenta o tráfego, e como as experimenta, numa escala histórica, todo aquele que combate a ordem social vigente (BENJAMIN, 1994, p. 192).

Dessa forma, Benjamin (1994) e os outros representantes da teoria crítica contribuem para o campo da comunicação ao trazerem a questão social, cultural, política e técnica para a esfera de reflexão crítica. Como destaca Rüdiger (2001, p. 145), mesmo ao criticarem a tecnologia, esses pensadores não o fizeram por medo, incompreensão ou saudosismo e sim por ela estar a serviço “do militarismo, da razão de estado e do poder econômico organizado”.

Se, para os frankfurtianos, as características tecnológicas dos meios de comunicação interessavam por conta dos usos políticos aos quais se prestavam, para dois pesquisadores em particular, os meios, os suportes de comunicação e suas constituições técnicas serão centrais no desenvolvimento de um pensamento comunicacional que hoje, por conta da efervescência causada pelas novas mídias, vem sendo retomado e discutido com afinco.

Marshall McLuhan (2007) e Harold Innis (1996), durante as décadas de 1950 e 1960, empreenderam a construção de uma teoria da comunicação vista com base nas tecnologias, valendo-se, assim, do paradigma da centralidade dos meios para explicar as transformações sociais e culturais. As transformações vivenciadas pelos países capitalistas com o pós-guerra, marcadas pelo dinamismo da comunicação, expansão econômica e cultural das grandes potências e entrada em cena de um novo meio – a televisão – motivaram reflexões, na esfera da produção acadêmica, em torno da atualidade dos meios de comunicação social.

Assistindo a essas mudanças, Innis (1996) empreendeu uma pesquisa que ambicionava sistematizar a história da comunicação a partir da análise dos meios como elementos de organização social. Esse objetivo pode até não ter sido alcançado pelo autor, conforme observa Luiz C. Martino (2008); contudo, sua contribuição para o campo da comunicação foi

de significativa relevância. O primeiro mérito, não só de Innis (1996), mas da escola de Toronto⁷⁹ como um todo, decorre do deslocamento do foco das pesquisas das mensagens para os meios. Essa mudança fica evidente em um dos “corolários” de McLuhan (2007): “o meio é a mensagem”. A afirmação, conforme Martino (2008), mais do que dividir opiniões, é a síntese da proposta de pesquisa da escola de Toronto.

Essa é uma das polêmicas constatações de McLuhan (2007) e seu fundamento para a reflexão em torno das características técnicas dos meios de comunicação e como estas afetam a percepção e a vida humanas. “O meio é a mensagem porque é o meio que configura e controla a proporção e a forma das ações e associações humanas (...). Na verdade, não deixa de ser bastante típico que o conteúdo de qualquer meio nos cegue para a natureza desse meio” (MCLUHAN, 2007, p. 23).

O meio é a mensagem no sentido de que a própria existência do meio, sua dimensão tecnológica, independente do conteúdo que veicula (mensagens de cunho de esquerda ou direita, que reforçam estereótipos ou preconceitos, reacionárias ou progressistas etc.), incide diretamente nas dimensões sociais e cognitivas do homem.

Com as mídias digitais, a máxima de McLuhan (2007) encontra eco na sociedade atual. As possibilidades comunicativas abertas com esses novos meios estão, inegavelmente, alterando nossos sentidos, cognição e modo de nos relacionarmos em sociedade. Parafraseando McLuhan, Manuel Castells (2003) afirma que estamos inseridos na galáxia da internet – meio por excelência da era digital. Para o autor, o meio se torna a própria mensagem a partir do momento em que este, por suas qualidades técnicas, possibilita ao homem transformar seu modo de comunicar (CASTELLS, 2003, p. 10). Sendo assim, independente do que o indivíduo comunica, mais relevante é saber como ele comunica.

Essa é apenas uma das muitas apropriações da máxima mcluhaniana, para quem os meios de comunicação são extensões do corpo humano, ou melhor, dos sentidos do homem. Com isso, McLuhan valoriza a sensorialidade estimulada a partir do contato com um dado meio, diferente de seu contemporâneo Harold Innis (1996), que explora a materialidade dos meios, ou seja, suas características físicas. Analisando a produção de Innis, Tremblay (2003) não encontra nenhuma menção aos aspectos sensoriais das mídias, o que marca a diferença entre esses dois autores.

⁷⁹ A tradição dos estudos em comunicação com foco nos meios e nas tecnologias, na Universidade de Toronto, perdura até hoje.

Não encontramos traços de nenhuma teoria da percepção na obra de Harold Innis, nela as mídias não são concebidas como extensão dos sentidos humanos. O viés que elas implicam, as características que elas apresentam, dependem da natureza do seu suporte (pesado ou leve, durável ou efêmero, etc.), da sua maior ou menor facilidade de acesso (raridade dos lugares de produção dos papiros, descentralização da produção do papel, etc.), de suas condições de produção (vagar da escultura sobre pedra; rapidez de execução dos signos sobre a argila que seca rápido; proximidade e abundância das reservas de água para a produção do pergaminho; etc.) e do saber necessário a essa produção (TREMBLAY, 2003, p. 17).

Innis (1996) se diferencia ainda de McLuhan (2007) por se preocupar com os rumos culturais que o desenvolvimento de um meio específico em um dado período histórico pode acarretar. Dessa forma, ele remonta às grandes civilizações (que denomina impérios) para compreender a influência dos meios de comunicação na organização social. Para tanto, o autor elabora o que vem a ser uma das suas contribuições mais produtivas para o estudo das mídias, os *bias* da comunicação.

Segundo Innis (1996), cada meio de comunicação possui um *bias* ou viés - conforme Tremblay (2003) - (aqui tratado como inclinação), que irá incidir em sua capacidade de controlar o tempo ou o espaço. Os meios cuja materialidade é durável, mas que são pesados e difíceis de transportar a longas distâncias, são os *time biased-medias*, meios que perduram ao longo do tempo (SOULES, 1996). Como exemplos, Innis (1996) destaca a pedra e a argila. O papiro e o papel são apresentados pelo teórico como meios que resistem ao espaço, *space biased-media*, dado o fato de serem leves e portáteis e de fácil transporte a longas distâncias.

A partir dessas características, o autor irá avaliar como as civilizações se organizaram utilizando ora meios que resistem ao tempo, ora os que favorecem o deslocamento espacial. Assim como McLuhan (2007), Innis (1996) dedicou grande parte de suas reflexões à avaliação do impacto da escrita na história da humanidade. Ele encontra no papel a explicação para o crescimento de impérios políticos e econômicos. Para Innis (1996), ao privilegiar meios temporais ou meios espaciais, cada sociedade construirá um suporte cultural diferente, que está diretamente relacionado com a forma de produção e transmissão do conhecimento e também de seu poderio político. “A análise de Innis pode ser complexa e multi-dimensional porque ele entende que a longevidade dos impérios depende da capacidade deles de se estenderem no tempo e no espaço. O que implica, freqüentemente, uma questão de equilíbrio” (SOULES, 1996. Tradução nossa)⁸⁰.

Conforme Innis (1996), o equilíbrio das sociedades irá depender da coerência entre o uso de meios que se prolongam no espaço ou de outros que privilegiam o tempo. Contudo, o

⁸⁰ Innis analysis can be complex and multi-dimensional because he understands that the longevity of empires depends on their ability to extend themselves over both time and space. It is often a question of balance.

próprio autor reconhece certo desequilíbrio das mídias com a chegada da modernidade. As mídias espaciais modernas a que Innis (1996) se refere são exatamente a televisão e o rádio que, aliados ao impresso, conseguem romper as barreiras territoriais da comunicação. No entanto, os meios eletrônicos não favorecem a permanência temporal das mensagens. Depois da emissão, elas não podem ser recuperadas.⁸¹ Por outro lado, essas mesmas mídias também exercem um controle sobre o tempo, ao passo que percorrem longas distâncias em poucos minutos, quiçá segundos.

A velocidade da comunicação movida à eletricidade foi o que mais chamou a atenção de McLuhan (2007), fazendo com que dedicasse grande parte de seu trabalho em *Understanding Media* (1964) à comparação entre a era de Gutenberg (do impresso) e a emergência dos suportes elétricos. “A velocidade elétrica mistura as culturas da pré-história com os detritos dos mercadologistas industriais, os analfabetos com os semi-letrados e os pós-letrados” (MCLUHAN, 2007, p. 31).

É a partir dessa comparação do homem letrado com o homem tribal que McLuhan (2007) irá formular o seu conceito de aldeia global e retribalização do homem pela eletricidade, ainda nos anos de 1950. Essas ideias se popularizaram ainda mais com o advento da internet⁸². Em linhas gerais, para o autor, os meios eletrônicos aproximam os homens que se encontravam dispersos e isolados pela vigência secular de uma cultura letrada e baseada no meio impresso. Dessa forma, as mídias eletrônicas promovem o retorno de um sentimento tribal, da oralidade, sendo que agora em dimensões maiores, globais (MCLUHAN, 2007, p. 27).

A metáfora da aldeia global teve inúmeros desdobramentos até os dias atuais e ilustra as transformações que a eletricidade provocou na comunicação e mesmo na organização político-social. A celeuma em torno das mídias digitais trouxe-a novamente para o centro dos debates. Da mesma forma, as ideias de Innis (1996) também devem ser repensadas à luz do novo contexto.

A internet e os outros suportes de convergência midiática favorecem, simultaneamente, o controle do tempo e do espaço. Tomando como base os *bias* midiáticos, pode-se afirmar que os avanços tecnológicos se direcionam no desenvolvimento de suportes físicos cada vez mais leves – adjetivo empregado aqui no sentido de portabilidade e mobilidade. Celulares e computadores, por exemplo, se tornam menores e menos pesados, no

⁸¹ Não estamos levando em consideração os suportes de registro de imagens e sons como as fitas K-7, VHS, CD ou DVD. Afinal, quando Innis construiu sua reflexão, estes suportes não existiam.

⁸² Para Tremblay (2003), a metáfora da aldeia global não abarca a complexidade da comunicação em rede proporcionada pela internet e por outras mídias digitais.

sentido físico do termo. Além de possibilitar a comunicação em qualquer parte – assumindo assim o papel de meios espaciais –, eles também viabilizam a transmissão de informações de qualquer lugar, a qualquer momento e de forma rápida e precisa, desde que estejam capacitados para tal⁸³, aumentando assim a velocidade dos processos de comunicação.

Essa característica faz deles meios que também aceleram o tempo. Dessa forma, aos poucos, muitos suportes midiáticos foram sendo substituídos ao ponto de se tornarem artigos de colecionadores, como é o caso dos *long plays* (LPs). Os meios estão se transmutando para uma única materialidade: o digital. Mudança esta que, apesar de ser de caráter físico, tem implicações nas relações econômicas, na esfera da sociabilidade e da produção e consumo cultural. Levando-se em consideração que as mídias estão convergindo para um único suporte – a internet – ou adquirindo uma materialidade única – o digital –, então, para compreender a atualidade midiática e empreender uma pesquisa orientada para a centralidade dos meios de comunicação na organização da sociedade em rede é preciso voltar-se para o estudo da internet e de sua articulação com outros suportes. Decorre deste fato a intensa produção científica contemporânea que toma as novas tecnologias e a internet como objetos de estudo⁸⁴.

Como observa Thomas Kuhn (1962), o conhecimento científico é limitado pelo contexto espaço-temporal. A ciência, seja ela exata ou humana, e os sujeitos que a produzem não estão isolados do cenário histórico. Portanto, a escolha de um dado objeto de estudo e os paradigmas e teorias resultantes da investigação científica têm relação com o universo exterior aos muros dos laboratórios e bibliotecas. Dessa forma, é compreensível que muitas pesquisas em comunicação na atualidade façam das novas tecnologias objeto de estudo e optem por centrar suas análises no desempenho dos suportes e das ferramentas tecnológicas. No entanto, isolar o conhecimento na análise do que Dominique Wolton (2007) chama de *performance técnica da comunicação* acaba sendo uma postura reducionista.

Reduzir a produção teórica de todo um campo ao determinismo tecnológico é ir de encontro à própria ciência. Afinal, conforme Kuhn (1962), o conhecimento científico é produzido de forma descontínua e sob influência de lutas e tensões entre os sujeitos e suas ideias. Assim, cultivar a diversidade de pensamentos e reflexões torna a área de estudos ainda mais rica. Daí porque pensadores como Wolton (2004, 2007 e 2010) cobram posturas teóricas

⁸³ As qualidades necessárias, nesse caso, são uma placa wireless, que já vem acoplada de fábrica e, portanto, faz parte da natureza dessas novas mídias, além de um pacote de transmissão de dados.

⁸⁴ Em uma rápida pesquisa com a palavra-chave “novas tecnologias”, no banco de teses e dissertações da Capes, foram encontradas 1.144 teses e dissertações produzidas em diferentes áreas do conhecimento, tendo como base o ano de 2009. A busca com a palavra “internet” gerou, por sua vez, 546 resultados.

para além da análise da performance dos aparatos tecnológicos e que incluam as dimensões política, social e cultural da comunicação.

No caso dos estudos empreendidos pela Escola de Toronto, tanto Innis (1996) como McLuhan (2007), em algumas passagens de suas obras, acabam enveredando pelo determinismo. Para Martino (2008, p. 132), Innis assume essa posição ao sobrevalorizar os meios como suporte material e não enfatizar que estes operam no plano do simbólico, estando relacionados também com articulações discursivas, ideológicas e, conseqüentemente, políticas. Já para Gaëtan Tremblay (2003), McLuhan veste a carapuça do determinismo ao menosprezar os fatores sócio-políticos diante da técnica, valorizando assim o caráter mecânico e industrial da comunicação.

Está claro no discurso de McLuhan (2007) que a ele não interessa precipuamente compreender as tecnologias e suas operações simbólicas, mas – dentro da tese de que os meios de comunicação são extensões do homem – como essas tecnologias ativam a sensorialidade humana. Além disso, o autor adota um tom pessimista ao atribuir às tecnologias um poder onipotente ao qual somente os artistas são capazes de resistir e enfrentar.

Não é possível revisar a tradição teórica desses pesquisadores sem ressaltar o determinismo tecnológico presente em seus estudos que, no campo da prática, pode assumir a feição de uma racionalidade técnica reducionista. Contudo, Martino (2008) adverte que, para além disso, ou da imprecisão epistemológica presente nos conceitos trabalhados por Innis (1996) e McLuhan (2007), há uma contribuição referencial para o campo da comunicação. Os ganhos com as ideias dos dois autores, de fato, se sobressaem ao tom determinista de seus estudos. Até porque, diante dos movimentos intelectuais de vanguarda em torno da cibercultura, que se assentam no conceito do pós-humanismo, as profecias midiáticas de McLuhan (2007) não soam como tão improváveis.

Os futuristas ou profetas da era ciber vislumbram a superação do homem pela tecnologia, sua transformação em ciborgue, em uma demonstração de fusão completa com as máquinas. Essas linhas de pensamento são apresentadas e problematizadas pelos pesquisadores Lúcia Santaella (2007) e Francisco Rüdiger (2008), que concordam ao enunciar que o pós-humanismo é a expressão da complexidade do tempo presente. Para Rüdiger (2008), a contemporaneidade é marcada pela força do pensamento tecnológico e ainda por uma cultura de massas que ganha feição *high-tech* ao ser transposta para a internet.

É no seio da cibercultura – e graças a uma indústria cultural que atualiza fantasias futuristas em torno da dominação maquínica e da luta humana para ter de volta o controle não

só das máquinas, como do próprio destino⁸⁵ – que surge e ganha adeptos no meio científico e empresarial o conceito de pós-humano:

Encontra-se já entre nós todo um pessoal para quem não há mais razão para continuarmos postulando a defesa de um ser que se mostrou imperfeito em suas realizações e que, do ponto de vista evolutivo, chegou a seu limite, merecendo a justo o título um abandono ou esquecimento em favor de uma forma de existência mais avançada. Para eles, a figura do ciborgue, do organismo cibernético, meio homem, meio máquina, é apenas o estágio intermediário de um processo que deve culminar com a montagem de um aparato totalmente maquinístico, para onde devemos transferir o melhor da memória e da experiência humana (...). Durante muito tempo, temeram-se os efeitos desumanizadores da máquina. Agora, verifica-se que essa se tornou nosso paradigma. Cresce a sensação de que somos uma engrenagem simultaneamente técnica e antropológica (RÜDIGER, 2008, p. 35).

A centralidade das tecnologias em nosso cotidiano e o avanço científico na seara da Biologia e ainda da Cibernética inspiram intelectuais, cientistas e *business men* a idealizarem um tempo em que o homem terá suas capacidades físicas e até mesmo mentais potencializadas pela associação com aparatos mecânicos. Assim, o pós-humanismo desponta como um movimento de vanguarda da cibercultura, cuja inovação reside no abandono da racionalidade técnica moderna, a qual prega que o progresso científico deveria estar orientado para o bem da humanidade. A razão técnica que guia esses vanguardistas subjuga o homem à máquina: “O projeto em curso atualmente é de suplantiar o homem mediante a sua própria transcendência maquinística” (RÜDIGER, 2008, p. 165).

Rüdiger (2008) localiza as raízes desse conceito no futurismo, já Santaella (2007) identifica a emergência do termo com os movimentos ciberpunks da década de 80, momento em que a internet ganha força como empreendimento comercial. A autora observa que na esteira do pós-humano surgem outras expressões que denotam a inquietação dos artistas e intelectuais em relação à simbiose entre o homem e as tecnologias.

O tema comum a todas essas expressões, tais como “autômato bioinformático”, “biomaquinal”, “pós-biológico”, encontra-se no hibridismo do humano com algo, maquinico-informático, que estende o humano para além de si. Assim, a condição pós-humana diz respeito à natureza da virtualidade, à genética, à vida, à inorgânica, aos ciborgues, à inteligência distribuída, incorporando biologia, engenharia, sistemas de informação. Por isso mesmo, os significados mais evidentes, que são costumeiramente vinculados à expressão “pós-humano”, associam-se às inquietações acerca do destino biônico do corpo humano (SANTAELLA, 2007, p. 38).

O ciborgue, um homem cujo corpo sofreu algum tipo de interferência tecnológica ou maquinística para ter suas capacidades físicas ou mentais ampliadas, é a figura mais utilizada, seja na ficção ou nos círculos acadêmicos, para representar o pós-humano. Contudo, Santaella (2007, p. 40), particularmente, prefere o uso do termo “biocibernético”:

⁸⁵ Essa questão é tratada, por exemplo, no filme *2001: Odisséia no Espaço*, de Stanley Kubrick.

Porque biocibernético expõe a hibridização do biológico com o cibernético de maneira mais explícita, além de que não está culturalmente tão sobrecarregado quanto ‘ciborgue’ com as conotações triunfalistas ou sombrias do imaginário fílmico e televisivo.

Enquanto Santaella (2007) se detém mais na relação do pós-humano com a produção artística e cultural, Rüdiger (2008) desenvolve ainda o viés político do conceito. Segundo o autor, o discurso em torno do pós-humano encontra adesão tanto em movimentos progressistas quanto reacionários. Há pós-humanistas, por exemplo, que acreditam na extinção da espécie humana, pregam a eugenia ou ainda apóiam pesquisas científicas com vistas à melhoria das condições de vida de um modo geral. O que há em comum entre esses posicionamentos, como observa o pesquisador, é a defesa da liberdade do homem para modificar sua condição, seu corpo, a partir do uso da tecnologia.

Essa tese central inscreve o pós-humanismo no eixo da biopolítica⁸⁶: “Noutros termos, a biopolítica significa a entrada dos fenômenos próprios da vida de nossa espécie no campo interconexo do saber e do poder” (RÜDIGER, 2008, p. 182). Em torno desse princípio norteador, desenvolvem-se diferentes correntes de pensamento pós-humanistas⁸⁷. Para o autor, nenhum desses projetos é passível de realização. Rüdiger (2008, p. 197) ressalta que a discussão em torno do pós-humano é relevante para compreender tanto os delírios quanto os limites da biopolítica. O que é plausível e material nos argumentos defendidos por essas correntes é que não tardará para os governos se verem obrigados a definir o que é o humano.

Nesse sentido, Santaella (2007, p. 49) observa que a definição de homem é desvencilhada de uma associação com a natureza e com a biologia a partir do momento em que se reconhece o poder da fala como diferencial humano. Este que, conseqüentemente, leva ao desenvolvimento da linguagem.

A fala nos arranca do mundo natural e nos coloca, sem retorno possível, no artifício. Falar não é natural. Natural é sugar, chupar, comer, respirar. Falar, cantar, beijar, chorar e rir são funções inseparáveis de um mesmo artifício, o artifício da maquinaria simbólica que está instalada em nosso próprio corpo. Dessa primeira maquinaria, de cuja fabricação não participamos, pois ela foi paradoxalmente instalada em nós pela natureza, todas as outras maquinarias, técnicas, artifícios ou tecnologias são prolongamentos.

⁸⁶ A biopolítica foi estudada de modo aprofundado e em articulação com as manifestações sociais de poder no século XX por Michel Foucault. Para saber mais sobre o tema: FOUCAULT, Michel. *Nascimento da biopolítica*. São Paulo: Martins Fontes, 2008.

⁸⁷ Conforme Rüdiger (2008), a noção de pós-humano está presente em diferentes discussões ao longo da história, desde o campo político ao das artes. Em 1947, o termo aparece nas obras de ficção-científica da autora Van Vogt; em 1985 é usado também pelo escritor do mesmo gênero, Bruce Sterling; também aparece nas obras de James Joyce e migra ainda da literatura para a Cibernética com John Von Neuman; na contemporaneidade, aparece em movimentos como os dos transtropianos e prometeístas (RÜDIGER, 2008, p. 144-153).

Rüdiger (2008. p. 213), por sua vez, observa que a definição do homem é histórica e que o corpo, alvo principal das transformações tecnológicas, é apenas um dos elementos em torno dos quais se construiu a identidade do homem ocidental. “O homem não é, portanto, um fato bruto e incondicional, muito menos um dado natural, mas uma entidade relacional, cuja identificação, sempre precária, variável e relativa é função do processo histórico universal”.

Conforme o autor, o que caracteriza o homem, independente de seu nível evolutivo (pré ou pós), é a capacidade de pensar e de criar de maneira irracional. Dessa forma, não é a identidade ou o corpo que fazem o homem diferente dos outros animais, de outros seres vivos e até mesmo das matérias inorgânicas⁸⁸, e sim o pensamento, a linguagem, a ação e a criação.

Por outro lado, mais do que destacar a necessidade de se repensar o que caracteriza a humanidade, a problematização do pós-humano nos obriga a pensar a relação do seres humanos com a natureza:

A natureza orgânica e a inorgânica são híbridas. Portanto, o pós-humano tem de ser pensado como uma realidade híbrida não apenas do humano com a tecnologia, mas também do humano com o inorgânico da natureza. Em suma, um ser miscigenado e hipercomplexo está emergindo. Esse é, a meu ver, mais um dos sentidos possíveis do pós-humano (SANTAELLA, 2007, p. 54).

Essa ideia pode levar ao abandono da racionalidade técnica moderna, favorecendo a construção de uma nova racionalidade que albergue não só o meio físico-químico e biológico, mas, sobretudo, os territórios, culturas e homens que se constroem por meio de combinações binárias. A partir disso, o que fica como conclusão posta pelo conceito de pós-humano é que ele materializa o que pode ser chamado de crise existencial desencadeada pela expansão tecnológica.

A grande preocupação que a imbricação da tecnologia em nossas vidas causa em alguns indivíduos não é propriamente a conversão do homem em máquina, em um ciborgue ou ser biocibernético. A questão não está na profundidade das marcas físicas deixadas nos corpos, mas sim nas fissuras provocadas na sociedade e na cultura.

O temor aqui colocado é de que, mesmo sem fios ou próteses, o homem se perca num torpor tecnológico e tenha sua capacidade criadora anulada pelas facilidades, praticidades e imersões que alguns aparatos proporcionam – sobretudo aqueles que prometem conexão ininterrupta com o mundo, com outros seres humanos, com a tecnologia. Essas questões

⁸⁸ Santaella (2007, p. 52), com base nos estudos de Freud, observa que o homem também possui características não-humanas. Ao descobrir a pulsão de morte, o psicanalista identificou o que há de inumano em nós. “Somos habitados por uma tendência para o inorgânico. Pulsão de morte é tendência para a repetição, aquilo que não sai do lugar, tendência para a inércia, algo que Lyotard chamou de ‘inumano’”.

fazem com que seja urgente não só pensar a técnica em si, mas no contexto histórico em que esta se situa, no caso, o capitalista, como o faz Rüdiger (2008).

As discussões travadas por Rüdiger (2008) e Santaella (2007) não são apenas de ordem conceitual. Elas encontram correspondência material, por exemplo, quando o *Diário do Nordeste* constrói sua identidade com base na aquisição de tecnologias e exalta a si próprio a partir do seu potencial tecnológico, deixando os sujeitos “atrás das máquinas”, ou seja, em um segundo plano frente à tecnologia. Foi diante dessa realidade que optamos por, em nossa pesquisa, trazer os sujeitos para o primeiro plano. Afinal, estes é que são os verdadeiros agentes e protagonistas das mudanças sociais e culturais. A tecnologia é apenas um meio, como observa Manuel Castells (1999).

O autor destaca que a tecnologia, por si só, não determina a evolução histórica e a transformação social. Os aparatos tecnológicos não possuem características intrínsecas que os tornem propícios à dominação ou à autonomia. Contudo, podem muito bem servir a processos dessas naturezas a partir do momento em que são utilizados para tal finalidade. Assim como podem também ser utilizados com fins educacionais; como exercício da liberdade de expressão ou, ainda, como manifestação de resistência a regimes totalitários.

Por mais que as vanguardas da cibercultura queiram suplantar o homem apregoando sua submissão à máquina, elas também trazem à tona toda a tradição humanista, nem que seja para considerá-la ultrapassada. Aproveitando deixas como essa, Dominique Wolton (2006, 2007 e 2010) traça sua jornada intelectual construindo uma teoria que clama pela valorização da dimensão humana da comunicação. É exatamente essa dimensão humanista dentro do jornalismo que queremos colocar em relevo por meio de nossa pesquisa.

Para Wolton (2006), a tecnologia deve ser usada em prol do encontro entre os sujeitos e não para apartá-los ou fazer deles ciborgues. “Nunca será demais dizer que na ponta das redes e dos satélites há homens e sociedades, culturas e civilizações” (WOLTON, 2006, p. 12). O autor preocupa-se tanto com a perda do humano nas discussões do campo que afirma ser preciso salvar a comunicação e, para essa operação, utiliza como bússola o que considera serem os sentidos essenciais da comunicação: expressar-se e através disso relacionar-se com outros homens (WOLTON, 2006, p. 14).

Enquanto Shannon e Weaver (1949) consideravam a comunicação um processo de transmissão de informação – ponto de vista esse que prevaleceu nas teorias de cunho funcionalista –, Wolton (2006) diferencia as duas, ressaltando que considerar comunicação e informação como sinônimos é uma maneira de compactuar com a ideologia tecnicista. “A informação é a mensagem. A comunicação é a relação, que é muito mais complexa. O desafio

é menos de compartilhar o que temos em comum do que aprender a administrar as diferenças que nos separam” (WOLTON, 2010, p. 12).

A informação faz parte da dimensão funcional da comunicação, conforme observa Wolton (2006, p. 15). Em sua abordagem teórica, contudo, o autor enfatiza a dimensão normativa da ação comunicativa.

A dimensão normativa remete ao ideal da comunicação: informar, dialogar, compartilhar, compreender-se. A dimensão funcional, como seu nome indica, ilustra o fato de que, nas sociedades modernas, muitas informações são simplesmente necessárias para o funcionamento das relações humanas e sociais.

O autor explica que a dimensão normativa e a funcional se materializam nos campos técnico, econômico, social e cultural. Para Wolton (2007, p. 13), o desequilíbrio da contemporaneidade reside exatamente na sobrevalorização da dimensão funcional e do aspecto técnico da comunicação. Esse recorte gradativamente se impõe no campo teórico e, segundo o pesquisador, também está presente em três discursos sociais de grande circulação: o dos empreendedores (empresários), o dos jornalistas e o dos políticos.

A prova empírica do que Wolton (2007) nos fala está no discurso do jornal *Diário do Nordeste*. Quando a instituição ancora sua identidade na modernidade e na aquisição de tecnologias como um sinal de progresso, deixa evidente a exaltação da performance técnica da comunicação. Contudo, o que mais nos interessa nessa pesquisa é verificar se os jornalistas do DN também adotam essa postura de valorização da técnica em virtude da nova prática de registro de vídeos digitais disponibilizados como conteúdo multimídia do site do jornal⁸⁹. Posicionamento este que Wolton (2007, p. 34) denomina de “adesismo tecnológico” e que circula no meio social em paralelo com outros que desconfiam e condenam a grande mídia (jornal, TV e rádio) e agora também as novas mídias, sobretudo a internet.

Para o mal ou para o bem, ambos os argumentos centram-se na técnica. “Se todos estes têm legitimidade, eles permanecem, no conjunto, parciais. Não por tratarem apenas de uma parte do problema, mas porque têm a tendência de se tornarem, por si mesmos, ‘teorias’, ou ao menos de se apresentarem como auto-suficientes” (WOLTON, 2007, p. 46).

A maior parte dos discursos em torno do potencial das novas tecnologias assume o tom celebratório. Contudo, a falácia que Wolton (2006 e 2007) atribui a eles é o fato de apostarem na melhoria do desempenho (eficácia) da comunicação humana pela via tecnológica. Acredita-se que as ferramentas de interação e participação disponibilizadas pelas

⁸⁹O discurso desses profissionais em torno das mudanças sofridas no campo do jornalismo pelo uso das novas tecnologias permeará todo esse relatório de pesquisa, porém, será explorado com mais densidade no quarto capítulo.

mídias digitais colocam emissor, receptor e mensagem em um mesmo patamar, tornando o processo comunicativo entre eles limpo e linear. Isso quando, como enfatiza o autor, o ruído é imprescindível a qualquer forma de comunicação e se dá tanto no plano técnico – com a falha em um programa de troca de mensagens instantâneas – como no domínio cultural⁹⁰.

Este último é visível nos debates travados no microblog *Twitter* sobre religião ou preferências culturais, por exemplo, em que os argumentos acabam tendo um direcionamento passional e são mais ancorados em estereótipos do que em uma discussão e persuasão que não recaiam no descredenciamento do outro por sua aparência física, trejeitos ou orientação sexual.

São exatamente esses elementos do “circuito” de comunicação que não foram previstos por Shannon e Weaver (1949) quando investigaram as formas de evitar as falhas de um processo comunicativo. Hoje, os teóricos do campo comunicacional de viés culturalógico ou humanista (CASTELLS, 2003; MARTÍN-BARBERO, 2004; WOLTON, 2006, 2007 e 2010; THOMPSON, 2008) indicam que o revés da comunicação está presente sempre e depende mais das questões culturais e sociais do que do suporte ou do código em que estas mensagens são materializadas. Dessa forma, atingir a eficiência ou a eficácia de uma ação comunicativa - o que fez Weaver (1987) enveredar pela Física Quântica - já não é o cerne do problema. Evitar a incomunicação, um processo maior, relacionado ao contexto global, às desigualdades culturais e à condição do sujeito conectado a toda hora e em todo o lugar é o grande desafio de quem se propõe a pensar a comunicação nos dias atuais.

Pensar a incomunicação é respeitar o outro, compreender em que repousa a alteridade. Pensar a incomunicação constitui o estágio supremo da comunicação. Construir a coabitação é refletir sobre as condições de um mínimo de inter-relação que respeite as diferenças (...) Pois reconhecer a incomunicação é admitir a liberdade do outro, com suas diferenças e suas identidades. É ser fiel à ideia da igualdade entre os parceiros. Construir a coabitação é justamente encontrar condições que permitam um mínimo de intercompreensão, que levem em conta a irredutível alteridade existente entre os seres, os grupos, as sociedades (WOLTON, 2006, p. 147-148).

Para Wolton (2006), essa condição é o que caracteriza a “terceira globalização”, marcada pela necessidade de se considerar a comunicação e a cultura tão relevantes para a promoção da paz mundial quanto os fatores econômicos e sociais. Além disso, ao apontar a coabitação como a saída para a incomunicação e, em consequência disso, o que irá salvar a comunicação, Wolton (2006, p. 153) reforça o modelo democrático e traz para a cena de debate a questão da identidade. “A identidade mudou de estatuto: em um universo aberto ela

⁹⁰ Não entramos aqui no âmbito da discussão sobre o acesso às novas tecnologias por uma grande parte da população, sobretudo nos países latino-americanos, nem do letramento desse público para os usos das ferramentas de acordo com suas necessidades. Temas estes que são abordados por Wolton (2010) e Jenkins (2009).

não é mais um obstáculo à comunicação, ela é mesmo a condição desta última. É nisto que o conceito de identidade deve ser repensado e valorizado”.

Em nossa pesquisa, ao investigarmos as transformações da identidade de jornalista de impresso diante do cenário de emergência de práticas jornalísticas relacionadas ao uso das novas tecnologias, estamos, de certa forma, dando vazão ao que prega Wolton (2006). Afinal, para que esses intermediários de um mundo aberto, fragmentado e enredado em informações possam estimular a coabitação cultural em seus discursos e, conseqüentemente, desempenhar seu papel social, é preciso que a vivenciem na prática.

Ou seja, experimentar na própria rotina de trabalho a tolerância, a coabitação e o respeito de suas identidades, sejam elas atreladas à prática do jornalismo impresso ou do jornalismo multimídia. É exatamente essa dinâmica das identidades em um momento de transição vivenciado no campo jornalístico que exploramos nesse empreendimento científico.

Se no entrecruzamento da cultura com a comunicação, a coabitação e a convivência entre os sujeitos e suas identidades culturais são exercícios fundamentais na contemporaneidade, essa fórmula também se aplica ao cenário das estratégias midiáticas. Conforme Wolton (2007), um dos desafios enfrentados pelas mídias tradicionais ou de massa e as novas mídias é a superação da oposição entre elas. O autor aposta na complementaridade entre esses diferentes meios – afinal, tanto as mídias de massa quanto as novas mídias estão inseridas no mesmo modelo de sociedade, que caracteriza como uma sociedade individualista de massa.

Contudo, não se pode negar que os meios de comunicação guardam diferenças entre si, sobretudo em relação às lógicas de emissão e de mensagens produzidas. As mídias de massa operam com base na lógica da oferta, enquanto as novas mídias centram-se na demanda. No entanto, para Wolton (2007, p. 193), isso não implica dizer que uma seja superior à outra. A ressalva que o pesquisador faz está mais voltada para a qualidade dos produtos. A seu ver, as mídias generalistas (de massa) precisam melhorar suas produções para continuar desempenhando o papel de promotoras de vínculo social entre os públicos.

A força da imprensa escrita generalista, do rádio e da televisão, está em reunir, por um tempo sempre limitado, públicos a quem tudo separa. Isto é visível a cada acontecimento esportivo ou político de envergadura. Aí reside a grandeza das mídias de massa: controlar as duas pontas da cadeia, dimensão individual e a dimensão coletiva (WOLTON, 2007, p. 192).

O autor elenca uma série de desafios comuns e específicos às duas categorias de meios de comunicação. Um deles, por exemplo, é repensar o papel do “receptor”, nomenclatura essa que caiu em desuso, pois costumava ser associada à suposta passividade do público. As

autoras Denise Cogo e Liliane Brignol (2010) concluem que o termo receptor está atrelado a uma tradição nos estudos de comunicação marcada pela lógica vertical de comunicação, ou seja, de um modelo comunicacional “um para todos”.

Para além da descentralização do processo e da circularidade informacional, é o reconhecimento das alterações nos pólos da produção e recepção que revela a dinâmica da complexificação do processo comunicacional que, no contexto de uma sociedade em rede, aparece expressa na própria dificuldade de nomear o sujeito que faz uso da internet (COGO E BRIGNOL, 2010, p. 29).

A busca por um termo que traduza a nova relação dos sujeitos com mídias como a internet é uma inquietação, sobretudo, para quem trabalha na perspectiva dos estudos de recepção. Conforme as autoras, o termo internauta está tão ultrapassado quanto o próprio conceito de receptor; já a categoria “usuário”, corrente e comum no vocabulário hodierno, também se mostra como um conceito redutor, pois apenas distingue lugares de “produção e de consumo (usos)”, sem abranger o papel ativo desses sujeitos conectados. Mesmo assim, Cogo e Brignol (2010) preferem trabalhar com a terminologia usuário, na falta de outra mais apropriada. Orientação essa que também seguimos em nossa pesquisa⁹¹.

Essa querela semântica é um exemplo da necessidade de se repensar conceitos célebres no campo político, cultural e da comunicação e revela ainda que não é mais possível analisar a contemporaneidade dos meios de comunicação da mesma maneira que se tratavam as mídias massivas (VILCHES, 2004).

Para André Lemos e Pierre Lévy (2010, p. 47), as mídias têm agora uma função pós-massiva: “Função personalizável, interativa, estimulando não só o consumo, mas também a produção e distribuição da informação”. Essas três etapas ganham nova feição com o processo de convergência, indo além do papel das mídias massivas. A nova atribuição dos meios de comunicação demonstra a reconfiguração pela qual as mídias e a cultura, de um modo geral, passam (LEMOS E LÉVY, 2010, p. 46).

Os autores elencam ainda como características das mídias pós-massivas a capacidade de construção de uma memória digital e de bancos de dados com informações dos mais diferentes tipos. As ferramentas que possibilitam o acúmulo de mensagens são as mesmas que também favorecem aos usuários escolher a hora e local de consumo dessa informação, alterando assim a noção de tempo real com que operavam as mídias massivas ou tradicionais (LEMOS E LÉVY, 2010, p. 78).

⁹¹ Há ainda outros dois termos usados para designar os receptores da contemporaneidade: usuário-produtor e interagente. Cada um deles, contemplando uma faceta da ação dos sujeitos nos novos espaços de ambiência da sociedade em rede (COGO E BRIGNOL, 2010).

A substituição do tempo real, do “aqui e agora”, pelo tempo de escolha é válida, inclusive, para o consumo das produções das mídias massivas. Com o recurso de assistir ao capítulo final da telenovela pelo *YouTube*, o telespectador não precisa mais se programar para ver o programa no momento de sua emissão, o que lhe possibilita mais liberdade em relação aos horários da programação das emissoras. Por outro lado, isso destrói o laço social imaginário entre os sujeitos que Wolton (1990) identificava nas emissões da TV aberta. Agora, os telespectadores podem encontrar esse vínculo social em comunidades virtuais ou na interconexão por meio de redes sociais e softwares de conversação, exemplares da mídia pós-massiva e da liberação do polo da emissão, como nos falam Lemos e Lévy (2010).

A mudança do receptor de um estágio menor de interação⁹² para o da colaboração e ação com as novas mídias altera toda uma tradição teórica no campo da comunicação e é apontada por pesquisadores como Wolton (2006, 2007 e 2010), Lorenzo Vilches (2004) e Henry Jenkins (2009) – só para citar autores com os quais estamos trabalhando – como a grande benesse advinda com as novas tecnologias de comunicação e informação.

Aliás, a participação do público, ou melhor, dos usuários, é o que mais chama a atenção de Henry Jenkins (2009) em suas reflexões sobre o encontro das mídias tradicionais com as novas mídias, característico de um momento cultural em que convergência é a palavra de ordem nos discursos empreendedores e também intelectuais.

Diante da revisão desses e de outros conceitos até então cristalizados no campo teórico da comunicação, Wolton (2007, p. 186) sugere a construção de uma arqueologia do conhecimento produzido na área comunicacional no Ocidente, o que permitirá compreender como as dimensões técnica e cultural dos fenômenos evoluíram, paralelamente, ao longo da história da humanidade. Assim, evita-se adotar um ponto de vista reducionista, que considere as revoluções técnicas mais importantes para a comunicação que as revoluções sócio-culturais. Ao mesmo tempo, coloca-se em relevo a constituição de um programa comunicacional que leve em conta o horizonte da incomunicação, a necessidade de coabitação e o reforço das identidades culturais.

Ou seja, as teorias do campo não podem se restringir ao desempenho das ferramentas comunicativas, mas levar em conta os sujeitos, estejam eles do lado da recepção ou da emissão. Em nossa pesquisa, focamos as reflexões e análises em sujeitos que estão a serviço da produção de conteúdos midiáticos: os jornalistas. Mas não podemos nos furtar de comentar as condições em que estes sujeitos estão exercendo a profissão. Inseridos em um cenário

⁹² Para os estudos de recepção, o receptor nunca foi passivo, ele se apropriava dos conteúdos das mídias e os utilizava em sua vivência social.

tecnológico, portátil e móvel, eles tornam-se também protagonistas do tempo presente, marcado, sobretudo, pelo fenômeno da convergência midiática.

4.2 – As mídias dialogam

O sentido denotativo que os dicionários da Língua Portuguesa trazem para convergência não consegue dimensionar a complexidade que envolve o uso desse termo no campo midiático nos dias atuais. Apesar de corrente no cotidiano e nas próprias discussões acadêmicas, conceitualmente falando, não há o que se pode chamar de consenso acerca dos contornos que abrangem esse fenômeno. Para esclarecer a questão, fomos buscar algumas definições que primam por considerar a convergência midiática um processo cultural. Para tanto, é necessário adotar um posicionamento de alerta e não cair na tentação de interpretar a convergência somente na perspectiva técnica. A preocupação é não restringir a uma questão de suporte (impresso x digital, por exemplo), o que para autores como Jenkins (2009) e Esther Applegren (2005) consiste em um processo com causas e consequências econômicas e sociais.

Jenkins (2009) utiliza o termo convergência para identificar a passagem de conteúdos produzidos inicialmente em uma mídia para outra, como também a fusão e cooperação entre diferentes indústrias midiáticas e, principalmente, o comportamento dos consumidores que, ao migrarem para a cena digital, passam a ser agentes, criando seus próprios conteúdos. “Bem-vindo à cultura da convergência, onde as velhas e as novas mídias colidem, onde a mídia corporativa e mídia alternativa se cruzam, onde o poder dos produtos de mídia e o poder do consumidor interagem de maneiras imprevisíveis” (JENKINS, 2009, p. 29).

Asa Briggs e Peter Burke (2004), por sua vez, registraram o uso do termo convergência em diferentes momentos da história social da mídia. Nos anos de 1990, é adotado como multimídia, sentido este que perdura em muitos discursos até os dias atuais, mas que não é suficiente, como demarcam Salaverría e Negrodo (2008), para defini-lo.

Na década de 1970, por exemplo, convergência era usada em referência à união de computadores e redes de telecomunicações. Contudo, a popularização do termo se deu mesmo nos anos 80, com os debates na imprensa em torno da emergência da sociedade da informação (BRIGGS e BURKE, 2004, p. 270-272) e, sobretudo, com a publicação da obra *Technologies of Freedom*, do cientista do MIT⁹³, Ithiel de Sola Pool, considerado por Henry Jenkins (2009) um profeta da convergência.

⁹³ Massachusetts Institute of Technology (Instituto de Tecnologia de Massachusetts) é um centro educacional e de pesquisa norte-americano referência na vanguarda dos estudos tecnológicos.

Marshall McLuhan (2007), ainda nos anos 50, ao tratar da expansão das redes elétricas e dos meios eletrônicos, já lançava as bases para o que vamos identificar como convergência na atualidade. O autor acreditava que o cruzamento entre diferentes meios de comunicação tinha a capacidade de liberar uma grande força, energia. Ele chamava esse processo de hibridização dos meios e podia se dar por fissão ou fusão (MCLUHAN, 2007, p. 67). A fusão corresponde à convergência e a fissão à divergência. Mais uma vez, o polêmico autor demonstra, mesmo que de modo não tão sistemático, sua capacidade de vislumbrar o futuro das mídias.

O híbrido, ou encontro de dois meios, constitui um momento de verdade e revelação, do qual nasce a forma nova. Isto porque o paralelo de dois meios nos mantém nas fronteiras entre formas que nos despertam da narcose narcísica. O momento do encontro dos meios é um momento de liberdade e libertação do entorpecimento e do transe que eles impõem aos nossos sentidos (MCLUHAN, 2007, p. 75).

Lorenzo Vilches (2004) se apropria das reflexões de McLuhan (2007) para descrever e compreender as mudanças decorrentes da migração da cultura analógica para a digital, dentre as quais também ressalta a fusão e a fissão entre os meios de comunicação tradicionais e as novas mídias. “Esse traslado, que alguns chamam de convergência telemática, pressupõe o movimento massivo de tecnologias e conteúdos analógicos e industriais para os digitais e virtuais” (VILCHES, 2004, p. 33).

O registro de um esboço do que vem a ser hoje a convergência de mídias nos escritos de McLuhan (2007) denota que o conceito, na história social das mídias, é atrelado aos momentos de expansão das tecnologias de informação e comunicação. Contudo, Rosely Fragoso (2006) enfatiza que a convergência de linguagens entre os meios é bem anterior à expansão dos suportes digitais.

A convergência de diferentes linguagens para um mesmo suporte, desde pelo menos a televisão, já catalisava a sinergia entre as diferentes mídias (como as conhecemos hoje). Formatos como a telenovela e o telejornal são evidências de um hibridismo que sempre existiu entre as mídias e que a portabilidade, resistência e longevidade das unidades digitais de armazenamento apenas veio, mais recentemente, potencializar. A este respeito, é fundamental ter em mente que as mídias nunca existiram em isolamento. Componentes de um sistema complexo, co-existem afetando-se mutuamente desde sempre e funcionam como referência essencial para qualquer nova tecnologia que se pretenda midiática (FRAGOSO, 2006, p. 02).

Lúcia Santaella (2003), por sua vez, explica que tudo é uma questão de lógica cultural. O aparecimento no mercado de suportes e equipamentos de armazenamento e distribuição de conteúdos possibilitou que os meios de comunicação de massa passassem a oferecer produtos

para segmentos específicos de público e não mais para uma “massa”⁹⁴ indistinta de consumidores. “Essas tecnologias, equipamentos e as linguagens criadas para circularem neles têm como principal característica propiciar a escolha e consumo individualizados, em oposição ao consumo massivo” (SANTAELLA, 2003, p. 27).

Esse cenário irá favorecer a emergência de uma formação cultural identificada pela autora como “cultura das mídias”, que se localiza entre a cultura de massas e a cultura digital. É a cultura da oferta segmentada e também das linguagens híbridas com o entrecruzamento entre os meios de comunicação, de modo a produzirem conteúdos compostos por linguagens diferentes. Apesar de se aproximarem a ponto de fundirem suas linguagens, os meios, no estágio da cultura das mídias, não convergem. “Uma diferença gritante entre a cultura das mídias e a cultura digital, por exemplo, está no fato muito evidente de que, nesta última, está ocorrendo a convergência das mídias, um fenômeno muito distinto da convivência das mídias típica da cultura das mídias” (SANTAELLA, 2003, p. 27).

É a emergência da cultura digital que irá favorecer o fenômeno da convergência midiática, apesar de, como destaca a autora, convivermos com essas três formações culturais (de massa, das mídias e digital). Conforme Santaella (2007), há seis lógicas vinculadas a sistemas midiáticos que se relacionam de modo intrínseco na cultura contemporânea. São elas: a cultura oral, a escrita, a impressa, a cultura de massas, a cultura das mídias e a cibercultura (SANTAELLA, 2007, p. 121). A identificação da convivência dessas lógicas é importante para ressaltar que o surgimento de um novo sistema midiático não implica no desaparecimento de seus antecessores. Isso porque, ainda segundo o raciocínio de Santaella (2007), as linguagens pelas quais os diferentes meios operam não desaparecem, mas se adaptam às novas condições de reprodução, armazenamento e veiculação de signos.

No entanto, ela destaca que o que se verifica é uma hegemonia da mídia mais recente e da lógica cultural atrelada a ela. O que explica a efervescência da aquisição e uso de novos dispositivos móveis que mantêm os sujeitos conectados a qualquer hora e em qualquer lugar, além dos hábitos associados ao uso da internet, que vão desde a troca de correspondências eletrônicas a experiências sexuais mediadas. Daí porque os jornais impressos, por exemplo, não desapareceram com o advento da internet e buscam, de diferentes maneiras, se adequar à

⁹⁴ Uma sociedade formada por um grande contingente populacional, mas onde os indivíduos encontram-se isolados pela organização do trabalho e não possuem um elo que promova a identificação ou o sentimento de pertença a um grupo. Tendo como norte esse conceito de sociedade, os estudos funcionalistas da comunicação concluirão que os conteúdos midiáticos atingem o público de forma uniforme porque o isolamento, a perda da identidade dentro da massa, impede que um indivíduo seja influenciado por outros. Neste sentido, ele está só, à mercê das mídias.

lógica digital dominante por meio de estratégias que investem no uso de novos suportes (dispositivos móveis) e novos produtos (vídeos, podcast, fotografias etc).

É a atual convergência das mídias no mundo ciber, na coexistência com a cultura das mídias e com a cultura de massas, juntamente com as culturas precedentes, a oral, a escrita e a impressa, todas ainda vivas e ativas, que tem sido responsável pelo nível de exacerbação que a densa rede de produção e circulação de bens simbólicos atingiu nos nossos dias e é uma das marcas registradas da cultura digital (SANTAELLA, 2007, p. 130).

Para a autora, o resultado da coexistência dessas diversas lógicas culturais é a constituição de uma cultura híbrida, caracterizada pelas misturas entre as mídias e entre as diferentes linguagens, cuja materialização pode ser observada nos produtos chamados de multimídia (SANTAELLA, 2007, p. 132).

Daí porque Bolter & Grusin (2000), por exemplo, preferem trabalhar com o conceito de *remediation* do que com o termo convergência propriamente. Conforme os autores, a internet – meio por excelência da cultura digital – nada mais faz do que repaginar (*refashion*) mídias surgidas anteriormente, a exemplo da revista, do jornal e mesmo da publicidade. A esse processo de “representação de uma mídia em outra”, Bolter & Grusin (2000) dão o nome de remediação (*remediation*), para eles uma característica potencializada pelas novas mídias digitais.

Fragoso (2006, p. 01) arremata a questão da “convivência” entre as mídias, afirmando que:

A convergência de diferentes linguagens para um mesmo suporte, desde pelo menos a televisão, já catalisava a sinergia entre as diferentes mídias (como as conhecemos hoje). Formatos como a telenovela e o telejornal são evidências de um hibridismo que sempre existiu entre as mídias e que a portabilidade, resistência e longevidade das unidades digitais de armazenamento apenas veio, mais recentemente, potencializar. A este respeito, é fundamental ter em mente que as mídias nunca existiram em isolamento. Componentes de um sistema complexo, co-existem afetando-se mutuamente desde sempre e funcionam como referência essencial para qualquer nova tecnologia que se pretenda midiática.

Se as mídias convivem e convergem, linguisticamente falando, desde sempre, o ineditismo que as tecnologias digitais acrescentam ao cenário midiático é, de acordo com Fragoso (2006), a convergência dos modos de codificação; dos suportes e dos modos de distribuição dos produtos midiáticos.

Segundo a autora, os avanços técnicos proporcionaram às instituições midiáticas explorar com mais afinco o diálogo entre as mídias, não se restringindo apenas em remediar a velocidade da TV no projeto gráfico de um jornal, mas convergindo no uso do mesmo sistema informático para produção dos conteúdos e também na complementação de serviços e produtos entre dois meios, por exemplo.

A tecnologia favorece maior intimidade entre as mídias, que é reforçada pelas estratégias de mercado e influencia, inclusive, a rotina de trabalho dos profissionais, como no caso dos jornalistas do *Diário do Nordeste*, cuja aproximação entre o impresso e o on-line fez com que passassem a desempenhar, simultaneamente, a função de repórteres de impresso e também de produtores de conteúdos audiovisuais. Portanto, é preciso olhar para as diferentes vertentes do processo de convergência e não reduzir a questão à dimensão tecnológica, como também não encerrá-la na constatação de que a internet é o meio de celebração da fusão das mídias por natureza.

Esther Applegren (2005, p. 41) também concorda que o termo convergência tem uma significação ampla. “Os processos de convergências de mídias podem envolver dispositivos, conteúdos, mercados e redes e, além disso, o consumo e a produção midiática”⁹⁵. Para a autora, convergência é o uso direcionado de mais de uma mídia para o alcance de um objetivo ou de uma finalidade específica.

A produção de conteúdo para a internet por parte de um veículo que inicialmente atuava no segmento impresso responde a duas dessas categorizações: convergência de serviços (no caso do *Diário do Nordeste*, corresponde ao fato de que produções audiovisuais, inicialmente providas por outros atores, passam a ser disponibilizadas no site do veículo) e convergência de conteúdos. Quando o *Diário* ou qualquer outro jornal impresso transpõe o conteúdo do papel para o suporte eletrônico, já é possível falar em um processo de convergência. O caso pode ser tomado como uma forma rústica de diálogo entre o impresso e o on-line que, nos dias atuais, passa a ser combinada com estratégias mais dinâmicas, envolvendo, sobretudo, a oferta dos conteúdos do impresso em dispositivos móveis.

Esse exemplo se enquadra ainda na perspectiva de Ramón Salaverría e Samuel Negrodo (2008, p. 106), para quem a convergência se materializa, na atualidade, pela complementaridade entre os meios para a produção de conteúdos a partir das características mais fortes que cada uma das mídias envolvidas carrega. Essa ação dos meios se complementarem com vistas a oferecer novos produtos e serviços é o que Aníbal Ford (1999, p. 302) chama de sinergia: “É um princípio de complementaridade. Usos múltiplos de um mesmo produto, ou utilização dos mesmos fatores de produção para realizar bens diferentes”.

Para Ford (1999), as mídias contemporâneas convergem para uma “massa amorfa”, em que telefonia, audiovisual, serviços bancários, entretenimento e informação se encontram de modo planejado. No campo do jornalismo, o processo sinérgico tem como um de seus

⁹⁵ “The processes of media convergence can involve devices, content, markets and networks, and thus furthermore involve both media consumption and media production”.

resultados o infoentretenimento, que corresponde à mistura entre informação e entretenimento em um mesmo produto, de forma visível ou tão híbrida a ponto de não se saber onde começa um e termina outro. A informação travestida de entretenimento ou a diversão com ares de informação marcam o surgimento do que vem a ser chamado por Ford (1999, p. 305) de pós-jornalismo.

Nas reflexões de Jenkins (2009), as transformações a que Aníbal Ford (1999) se refere originam o que ele chama de transmídia, um novo modelo de negócios, de narrativa, de cultura midiática. Os conteúdos dos meios de comunicação se complexificaram a tal ponto que uma mídia apenas, um meio, não comporta a gama de estratégias simbólicas contidas nele. É a partir desse princípio que um mesmo filme se transmuta para um jogo de videogame, origina um seriado de televisão ou torna-se uma franquia que congrega a venda de uma grande variedade de produtos para os fãs ávidos por consumo.

Jenkins (2009) reconhece que a transmídia é um recurso atrativo, sobretudo para os jovens consumidores, a exemplo do filme Matrix, composto por um emaranhado de citações e referências que só adquirem sentido quando investigadas entre os produtos subsequentes que surgiram para auxiliar os espectadores a compreender a trama cinematográfica. (JENKINS, 2009, p. 142). No entanto, o autor também acredita que essa estratégia será o estágio conseqüente da cultura de convergência, podendo ser utilizado em conteúdos ainda da área do entretenimento, mas voltados para outros públicos.

A interatividade e o papel dos usuários são também a chave para a compreensão da cultura da convergência nas reflexões de Henry Jenkins (2009). Para ele, as mídias digitais possibilitam a todos os usuários o status de participantes, apesar de haver graus diferentes quanto ao modo de participação e influências que cada um pode exercer.

Em vez de falar sobre produtos e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. Nem todos os participantes são criados iguais. Corporações – e mesmo indivíduos dentro das corporações da mídia – ainda exercem maior poder do que qualquer consumidor individual ou mesmo um conjunto de consumidores. E alguns consumidores têm mais habilidades para participar dessa cultura emergente que outros. A convergência não ocorre por meio de aparelhos, por mais sofisticados que venham a ser. A convergência ocorre dentro dos cérebros dos consumidores individuais e em suas interações sociais com outros (JENKINS, 2009, p. 30).

Quando o autor pontua que a convergência não se restringe a uma questão puramente tecnológica, ele desautoriza o discurso que molda a convergência como sendo a ação de reunir diferentes atividades, funções ou serviços em um único aparelho. Essa argumentação é bastante utilizada pela publicidade para a venda de produtos e pelas empresas midiáticas

quando estas decidem adotar novidades tecnológicas. A multimídia que é a que esse discurso verdadeiramente se refere, é sim uma consequência do processo de convergência que, como bem coloca o autor, é mais abrangente e depende, sobretudo, da interação e participação dos sujeitos para se concretizar.

Com o olhar voltado para os sujeitos, os potenciais e possíveis protagonistas da cultura da convergência, Jenkins (2009, p. 190) diferencia interatividade e participação. A primeira ação é determinada pela tecnologia. As mídias massivas, por exemplo, reservam ao público um grau básico de interação – é o que se observa quando os telespectadores são “convidados” a decidir o destino dos participantes de um *reality show*. As regras do jogo não lhe permitem eliminar qualquer jogador, mas um dentre três que foram “selecionados” para tal.

As novas mídias, porém, possibilitam um *feedback* maior entre usuário e meios. O *Tivo* é uma expressão de maior liberdade de interação e de interferência do usuário na constituição do produto midiático. Esse gravador digital permite que a programação televisiva seja armazenada sem os anúncios publicitários. Dessa forma, o telespectador altera a natureza da programação com apenas um clique, adequando-a a seus horários e preferências.

Contudo, a participação dos consumidores na produção midiática não é celebrada por todos os entes do mercado da comunicação. Enquanto as mídias tradicionais se colocam em uma posição proibicionista, limitando e até mesmo punindo as ações dos usuários; novas empresas de mídia apostam no cooperativismo, tratando os “fãs” de determinada produção (filme, seriado televisivo, jogos de videogame) como colaboradores (JENKINS, 2009, p. 191).

A série de filmes de ficção *Star Wars*, do diretor norte-americano George Lucas, é citada por Jenkins (2009, p. 188) como exemplo de produção que gerou uma legião de fãs, dos quais muitos enveredaram pelo cinema e cujas produções, mesmo amadoras, despertaram o interesse comercial de grandes estúdios ou de outras empresas do ramo do entretenimento.

O amadorismo a que o autor se refere trata-se de um contraponto às grandes organizações midiáticas. As produções que carregam o título de amadoras, em linhas gerais, são idealizadas por sujeitos anônimos e feitas com recursos tecnológicos inferiores aos usados pela indústria das mídias. Contudo, isso não quer dizer que sejam, necessariamente, de baixa qualidade. No entanto, é preciso reconhecer que a maior parte dessa produção amadora não prioriza a formalidade estética.

A maior parte do que os amadores criam é terrivelmente ruim; no entanto, uma cultura próspera precisa de espaços onde as pessoas possam fazer arte ruim, receber as críticas e melhorar. Afinal, boa parte do que circula pelas mídias de massa também é ruim, sob qualquer critério, mas as expectativas de um acabamento profissional tornam o ambiente menos hostil para os novatos aprenderem e

progredirem. Uma parte do que os amadores criam será surpreendentemente boa, e os melhores artistas serão recrutados para o entretenimento comercial ou para o mundo da arte (JENKINS, 2009, p. 193).

Nesse contexto, os vídeos produzidos pelo *Diário do Nordeste* acabam se enquadrando nesse código do amadorismo tão corrente na internet e que discutiremos a seguir.

4.3 – A entrada do DN na cultura da convergência

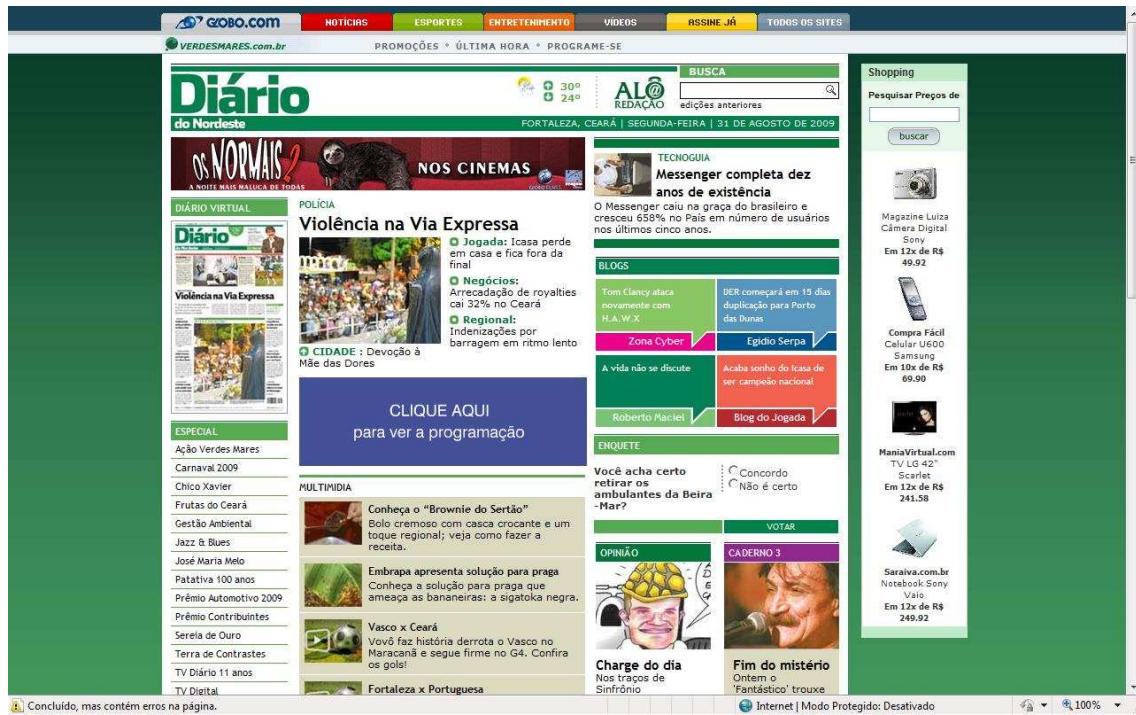
Apresentados como uma ferramenta de interação com os leitores, os vídeos digitais começaram a ser produzidos pelos repórteres do DN em março de 2008. A repentina atribuição de outra tarefa – gravação de vídeos – gerou inquietação entre os jornalistas.

Os vídeos, mesmo não sendo o objeto do nosso estudo em particular, são de extrema relevância para a compreensão da problemática aqui construída e ainda marcam a entrada do DN na era da convergência jornalística e midiática. Daí a importância de explicitar o valor e o sentido que a instituição atribui a eles por meio, por exemplo, do espaço que ocupam no site do jornal⁹⁶.

Inicialmente, os vídeos ficavam disponíveis em uma seção da versão on-line do DN denominada “Multimídia”. Eles dividiam as atenções dos usuários com outros conteúdos audiovisuais – no caso, matérias televisivas veiculadas na *TV Verdes Mares* ou na *TV Diário*, emissoras do mesmo sistema de comunicação do qual o *Diário do Nordeste* também faz parte e, ainda, com os vídeos amadores enviados por usuários pelo canal de colaboração “Vc repórter”, disponível no *Portal Verdes Mares*. A seção “Multimídia” comportava também uma galeria de fotos relativas a alguma das matérias do jornal.

⁹⁶ www.diaridonordeste.com.br

Figura 1 – Primeira forma de apresentação dos vídeos no site



Fonte: Diário do Nordeste on-line (www.diariodonordeste.com.br)

Figura 2 – Novo layout do site vigente a partir de 2010



Fonte: Diário do Nordeste on-line (www.diariodonordeste.com.br)

Em abril de 2011, com a reformulação visual do site do jornal, a forma de apresentação desses vídeos foi modificada. O nome da seção mudou para “Vídeos” e há uma clara hierarquia entre os quatro exemplares disponibilizados. O primeiro, com mais destaque, pode ser considerado assim o que traz o tema mais importante.

Figura 3 – Novíssimo layout do site, modificado em 2011



Fonte: Diário do Nordeste on-line (www.diariodonordeste.com.br)

A ideia original de gravação dos vídeos partiu do diretor-editor do *Diário do Nordeste* e teve como base a iniciativa de um jornalista da versão on-line do periódico. Com uma câmera digital amadora, o jornalista on-line registrou em vídeo uma entrevista para ser disponibilizada no site junto com um conteúdo que estava sendo produzido tanto para o impresso quanto para a internet.

Depois de sucessivas conversas entre o editor do *Diário On-line* e o diretor-editor, optou-se por tornar essa ação sistemática. Nas palavras do próprio Ildelfonso Rodrigues, diretor-editor do DN, a ação foi influenciada pela conjuntura do momento e não se tratou do resultado de um estudo aprofundado, de uma pesquisa.

Essa idéia surgiu exatamente quando a câmera começou a entrar no celular, as resoluções de imagens começaram a melhorar. Eu percebi que isso era uma coisa que a gente poderia trabalhar dentro da redação. A questão da mobilidade, a questão da facilidade, o meio, tudo isso fez com que fosse interessante a gente trabalhar dentro da redação. Uma vez, em um congresso jornalístico, um congresso em que eu estava lá fora, eu, comentando com alguns editores de jornais da região Sudeste, falei que estava fazendo isso, e eles ficaram super espantados. “Como é que você

está fazendo isso? O pessoal tem habilidade para fazer isso?” Eu disse: “Nenhuma”. “E como é que tu está fazendo?” “Rapaz, é o seguinte eu estou fazendo uma experiência, eu não sei. Eu estou botando o pessoal para fazer isso porque eu acho que é uma coisa muito interessante”. E eu disse: “Olha, é uma experiência que a gente está fazendo. Eu não estou exigindo que as pessoas façam isso, eu estou solicitando que, em dado momento da matéria, se ela vir que cabe, tem tempo, pode fazer, então faz só para a gente ver qual o resultado”. E assim, a gente tem tido experiências boas (ILDEFONSO RODRIGUES, 28 de janeiro de 2011).

A explicação sobre a gênese da prática dada pelo diretor-editor do DN mostra que se trata de um projeto com teor experimental. Ao mencionar a admiração dos editores de veículos da região Sudeste – vanguardas no que diz respeito a inovações jornalísticas no País, Ildefonso Rodrigues ressalta o ineditismo da ação do jornal cearense na imprensa nacional e a particularidade que nos chamou a atenção para a realização dessa pesquisa. O ato de colocar repórteres do impresso para também gravarem vídeos, mesmo sendo algo sem precedentes no cenário nacional, encaixa-se no conjunto de estratégias de diálogo entre o meio impresso e on-line que vêm sendo adotadas em jornais mundo afora.

Conforme Applegren (2005), o que há de mais inovador em termos de convergência praticado por empresas da área de impresso na Suécia é a colaboração entre TV e impresso, que tem como resultado conteúdos audiovisuais ou uma web TV agregados ao espaço on-line dos periódicos. A autora investiga a ocorrência desse fenômeno na Europa desde 2002, enquanto no Ceará, especificamente, verificamos a movimentação nesse sentido a partir do final da década passada, com a iniciativa do *Diário de Nordeste*.

Dentre as três abordagens de convergência para a produção de conteúdo audiovisual por parte dos jornais, elencadas por Applegren (2005, p. 44), apenas uma é praticada pelo DN. Trata-se da mais comum entre as empresas de mídia impressa brasileiras:

Cooperação com um canal de TV, que regularmente produz conteúdos difundidos em canal aberto a partir de um estúdio que pertence ao próprio jornal. Além disso, o estúdio é usado para a produção de conteúdos exclusivos para a edição online do jornal.

Conforme Salaverría e Negredo (2008, p. 127), a convergência entre o impresso e o on-line é a mais comum no cenário jornalístico. As consequências básicas desse processo são a produção de notícias de modo contínuo (24 horas por dia, sete dias na semana) e a mudança dos profissionais de monoplateforma (produtores de conteúdos para um único suporte – impresso) para multiplateforma (produtores de conteúdos de diferentes naturezas – impresso, audiovisual etc – para a internet). Os autores observam ainda que a convergência abrange também a colaboração entre o impresso, o on-line e a TV, essa não tão comum ainda no cenário local.

O *Diário* faz parte de um sistema de comunicação que conta com diferentes veículos, como emissoras de televisão e de rádio. No espaço multimídia do site do jornal, podem ser encontrados também conteúdos provenientes das duas TVs do sistema. O diferencial é que, até o momento, o DN não se utiliza da infra-estrutura das televisões para produzir vídeos para seu site ou para o *Portal Verdes Mares*. Ao contrário, optou por encarregar os repórteres do impresso de realizarem também vídeos para a seção multimídia⁹⁷, fazendo com que estes passassem a desempenhar um papel de produtores multiplataforma, de acordo com a definição de Salaverría e Negrodo (2008).

Segundo Applegren (2005), o investimento na oferta de conteúdos audiovisuais em parceria com o impresso é uma forma de a empresa fortalecer sua posição no mercado e atingir um nicho de público específico com esses conteúdos. Ela também observa que projetos dessa natureza costumam ser taxados de “testes” pelo fato de não contarem com a garantia de recursos financeiros. Em sua maioria, são implantados visando o baixo custo, seja com o aproveitamento de conteúdos já veiculados na TV aberta ou com o uso da mão de obra dos repórteres do impresso. Porém, como ressaltam Salaverría e Negrodo (2008), a redução dos custos não deve ser a finalidade que guia o projeto de convergência de uma instituição, sobretudo no que diz respeito aos gastos com recursos humanos.

Representando esse fenômeno descrito por Applegren (2005), mas sem assumir formalmente o discurso em torno dele, o DN oferece ao público seu conteúdo extra. A produção foi iniciada com a editoria de Cidade. A escolha se deu porque esta é a área que apresenta a maior concentração de repórteres e um volume de produção noticiosa intenso, já que é responsável pela cobertura factual dos acontecimentos na Capital e na Região Metropolitana de Fortaleza.

Esta presença constante no cotidiano dos leitores transforma a editoria de Cidade numa poderosa ferramenta de sobrevivência. E para cumprir este papel – mais do que qualquer outra área de um jornal ou de uma emissora de TV e rádio – a Cidade é a editoria que mais necessita de estrutura de produção, de equipe e de equipamento. Cobrir o que acontece de relevante numa grande cidade é, cada vez mais, um desafio diário de logística, de planejamento e de capacitação técnica e jornalística (RODRIGUES, 2002, p. 80).

Conforme destaca Ernesto Rodrigues (2002), a editoria de Cidade é uma das mais relevantes do jornalismo exatamente por se converter em um espaço onde se experimentam as inovações relacionadas ao exercício da profissão. No DN, a editoria contava, à época em que

⁹⁷ De acordo com informações em *off* de alguns jornalistas do DN, a próxima inovação relativa ao projeto multimídia do jornal é a construção de um estúdio dentro da redação do impresso para a produção de vídeos para a web, configurando o que Applegren (2005) considera como web TV. Para tal, foi iniciada uma reforma na estrutura física da redação no mês de abril de 2011.

foi iniciada a atividade, com 10 repórteres, dois chefes de reportagem, um sub-editor e uma editora. Hoje, esse quadro foi alterado em relação ao número de profissionais dedicados à reportagem, reduzido para nove⁹⁸. Destes, quatro atuam no período da manhã, outros quatro à tarde e um durante a noite.

Apesar da realização dos vídeos ter sido iniciada em Cidade, logo outras editorias aderiram ao projeto, por recomendação do diretor-editor. Hoje, quase todas as 20 editorias e cadernos do jornal já realizaram vídeos. Algumas delas, como as editorias Jogada, Automóvel e Polícia, estão hoje na dianteira do processo com um grande volume de produções e encabeçam a lista dos vídeos mais acessados rotineiramente no site. No entanto, quando a atividade foi iniciada, a Cidade havia sido delegada de fato para ser o guia do processo.

Os repórteres da editoria recebiam, no momento da pauta, um celular da marca *Nokia*, modelo *N95*, considerado o melhor em circulação no mercado, quando do início da ação. No entanto, o aparelho não estava habilitado para a função telefônica. Seu uso era exclusivo para a captação de imagens e áudios. Para se comunicar com a redação, eles recebiam outro celular, que se somava ao telefone pessoal que já carregavam.

A redação contava com dois aparelhos para a realização dos vídeos. Estes ficavam sob a responsabilidade dos jornalistas do on-line. Nos primeiros meses de realização da nova tarefa, o procedimento, dia após dia, era o seguinte⁹⁹:

- O jornalista do on-line conversava com o chefe de reportagem sobre as matérias que seriam realizadas pelos repórteres. Dentre os temas apresentados, era avaliado, em conjunto, quais poderiam ser interessantes para o registro em vídeo.
- Em seguida, o chefe de reportagem distribuía as pautas e, junto com elas, os dois aparelhos celulares.
- O repórter, de posse do aparelho, tinha que realizar, no mínimo, dois vídeos, um para cada matéria ou pauta para a qual era designado¹⁰⁰.
- Para receber instruções sobre o funcionamento e manuseio do aparelho, o repórter deveria procurar o jornalista do on-line responsável pelos aparelhos. Este, em menos de cinco minutos, fornecia instruções que incluíam

⁹⁸ No período em que comecei a trabalhar no *Diário*, em meados de 2004, a editoria de Cidade contava com 14 profissionais divididos em três turnos. Ou seja, em menos de uma década, o quadro foi reduzido em quase 10%.

⁹⁹ As informações que seguem são resultados da observação do trabalho dos jornalistas em campo, da minha experiência com a gravação dos vídeos, no ano de 2008, e de um monitoramento da postagem do conteúdo multimídia no site, realizado durante um mês, de 30 de dezembro de 2010 a 30 de janeiro de 2011.

¹⁰⁰ Na editoria de Cidade, cada repórter recebe duas pautas por dia, ou seja, precisa escrever duas matérias. Diante disso, podia-se ter até 10 vídeos digitais registrados diariamente.

conhecimentos práticos em: ligar e desligar o aparelho, acionar o modo vídeo, iniciar e encerrar a gravação. Para ter acesso às funções adicionais, o repórter tinha que descobrir por conta própria.

- Os vídeos tinham, em média, um minuto de duração. Mas é possível encontrar casos com gravações de mais de três minutos.
- Ao voltar para a redação, após a apuração na rua, o repórter tinha que se dirigir novamente ao jornalista do on-line para entregar o equipamento. Nesse momento, ele repassava ao colega algumas informações sobre a pauta, como o acontecimento central, nomes e funções de fontes entrevistadas para o vídeo ou ainda uma breve descrição das cenas gravadas.
- A ingerência do repórter do impresso sobre o conteúdo audiovisual terminava na entrega do celular. A partir de então, o conteúdo era editado e veiculado no site pelos profissionais do on-line.

É interessante ressaltar que os repórteres não receberam nenhum tipo de treinamento para o exercício da linguagem audiovisual que lhes era cobrado para a produção dos vídeos. De certa forma, a ação deles era “amadora”, baseada na memória em torno dos ensinamentos sobre linguagem audiovisual e telejornalismo apreendidos ainda na formação acadêmica ou mesmo no hábito de assistir a reportagens telejornalísticas e de observar os colegas de TV em ação nas pautas.

Houve repórteres que recorreram, inclusive, à bagagem cinematográfica pessoal (enquanto espectador da sétima arte) ou ao repertório de conteúdos audiovisuais da cultura pop (videoclipes) para ter um referencial em que basear as gravações.

Hoje, apesar do *modus operandi* do registro dessas imagens ser bem diversificado de editoria para editoria, o que ainda é comum em todas as produções é o caráter amador decorrente da ausência de um domínio do código audiovisual por parte dos jornalistas, que poderia ser aprimorado com um projeto de formação. Essa realidade incomoda alguns repórteres e se mostrou presente na fala de todos os nossos entrevistados. O sentimento da maioria deles era de insegurança em relação ao desempenho da atividade, por falta dos conhecimentos básicos relativos à linguagem audiovisual. Sensação esta que não ficou restrita aos meses iniciais de introdução da função, persistindo até hoje, em menor intensidade, na rotina dos jornalistas.

Por outro lado, essa mesma faceta amadora, que causa incômodo aos repórteres, é apontada pelo diretor-editor do *Diário* como algo inerente aos objetivos atrelados a essa nova

prática, dentre os quais destaca a promoção da familiaridade dos jornalistas do impresso com as novas mídias. A gravação de vídeos pelos repórteres é parte de uma série de ações que vêm ganhando amplitude no jornal e foi a maneira encontrada para fazer com que os profissionais percebessem que um jornal impresso não é mais feito apenas de textos:

Nós fomos o primeiro jornal que procurou fazer com que o jornalista sáísse com um celular e através desse celular pudesse fazer isso. A gente sabe que, no começo, tudo é uma adaptação. E até porque a gente procura fazer também com que isso não seja mais um meio de ocupação, aonde o profissional venha a demandar tempo para ter que fazer isso. Então, quando a gente percebe que há uma pauta em que ele pode fazer uma imagem ou uma entrevista de cinco minutos com o entrevistado, ele faz isso através do celular. Mas a gente vem fazendo isso de uma maneira muito lenta, onde ele perceba que isso é importante. O internauta vai para a internet, ele busca uma notícia de forma mais completa, ele busca as imagens daquela matéria. Então isso tudo tem sido muito interessante porque a gente percebe que os nossos acessos pela internet crescem. Crescem bastante, muito. Então quando você vê isso, mostra que o trabalho tem retorno, isso é uma tendência do jornalismo. Todas as redações do mundo estão caminhando para isso. Caminhando para que os jornais possam conciliar e possam trabalhar com essas vertentes. A gente está vivendo em uma sociedade que é mais complexa, então essa complexidade requer um meio de informação mais complexo. Não somente aquele meio de informação que só enxergava... o papel, que só enxergava a escrita, não é? (ILDEFONSO RODRIGUES, 28/01/2011).

De acordo com a fala do diretor-editor, a produção dos vídeos para o site do *Diário* é o passaporte de entrada dos profissionais para a cultura da convergência jornalística. Os repórteres do DN acabam sendo, deste modo, os agentes do processo de convergência da instituição. Ao gravarem os vídeos usando um celular multifuncional, esses sujeitos estão vivenciando o trânsito entre a cultura das mídias e a cultura digital, como observou Santaella (2003). Processo esse marcado ainda pelo fluxo de mão de obra e de conteúdos entre diferentes mídias, características que Jenkins (2009, p. 29) identifica como parte do processo de convergência midiática.

4.2.1 – Uma questão cultural

Quando o material produzido pelos repórteres do *Diário* é postado no site do jornal, a instituição midiática acaba por oferecer aos usuários um produto a mais, para além dos conteúdos encontrados no impresso. Com isso, o DN tenta ampliar seu mercado por meio da diferenciação ou, como observa Lorenzo Vilches (2006), agregando mais valor ao seu produto final na internet¹⁰¹.

¹⁰¹ Conforme Vilches (2006), as empresas de mídia buscam diferentes formas de diferenciação no mercado diante da concorrência e da rápida multiplicação de conteúdos. Uma das estratégias trabalhadas é o que ele identifica como “criação de valor”, ou seja, oferecer um algo mais para os consumidores, de preferência com baixos custos de recursos e mão de obra.

Especialistas no impresso, os jornalistas do *Diário* que registram fatos com o uso de um celular multifuncional acabam se convertendo em amadores quando se aventuram com a linguagem audiovisual, o que confirma o ponto de vista de Jenkins (2009) de que a cultura da convergência é também a cultura do amadorismo.

Enquanto autores como Jenkins (2009) celebram as possibilidades interativas que a web 2.0¹⁰² proporciona aos usuários, Andrew Keen (2009) preocupa-se com o que estes novos produtores de conteúdos irão criar diante de toda a liberdade que o acesso às tecnologias digitais oferece. Tecendo uma análise radical sobre o amadorismo que impera na internet, Keen (2009), que já foi um entusiasta do Vale do Silício¹⁰³, hoje questiona a validade e qualidade dos conteúdos gerados por blogueiros, jornalistas-cidadãos e literatos da web.

O que a revolução da web 2.0 está realmente proporcionando são observações superficiais do mundo à nossa volta, em vez de análise profunda, opinião estridente, em vez de julgamento ponderado. O negócio da informação está sendo transformado pela internet no puro barulho de 100 milhões de blogueiros, todos falando simultaneamente de si mesmos (KEEN, 2009, p. 19-20).

Generalizações à parte, o autor alerta para duas condições que merecem ser discutidas de modo aprofundado: a superficialidade e a credibilidade das informações. Ambas relacionadas com o papel cultural dos intermediários, dos mediadores da realidade. Para Keen (2009), a exaltação das produções amadoras em circulação, sobretudo na internet, abala a noção de verdade e, conseqüentemente, a confiança que depositamos não só nas mídias, mas também nos próprios sujeitos.

O poder que os usuários passam a exercer com mais afínco a partir da popularização das ferramentas colaborativas da web 2.0 tem uma incidência direta na prática jornalística. O fato de o usuário desempenhar agora o papel de produtor de informações ameaça o estatuto do jornalista enquanto mediador da realidade social, como sujeito que reconstrói aspectos da realidade por meio de diferentes códigos e discursos, elaborados por sua vez com o uso de ferramentas tecnológicas.

Diante disso, há quem argumente que o jornalismo e os profissionais da área estejam fadados ao desaparecimento. Contudo, o que se tem de concreto até o momento é a apresentação de um novo desafio para os jornalistas, estejam eles lotados nas redações das velhas mídias ou das novas mídias.

¹⁰² A web 2.0 é caracterizada como uma segunda geração da rede que favorece a maior participação dos usuários por meio de ferramentas colaborativas como os blogs e as plataformas wikis. O termo foi cunhado pelo empresário norte-americano Tim O'Reilly, em 2004, durante uma conferência. Desde então, passou a figurar tanto no vocabulário do mercado quanto nos estudos sobre cultura digital.

¹⁰³ Região dos Estados Unidos onde, a partir da década de 1950, foram instaladas empresas de desenvolvimento tecnológico. É o lugar de origem do chip, por exemplo.

Para Castilho essas mudanças são: 1) o jornalista está perdendo o controle da informação, já que hoje o leitor pode buscar informações em outras fontes; 2) os leitores ganham instrumentos de vigilância em relação ao trabalho do profissional de jornalismo; 3) as experiências de *copyleft* e *creative commons* estão explodindo o conceito de direito autoral que orientava a propriedade de texto, áudio e vídeo; 4) multiplicam-se experiências de produção de conteúdo pelos próprios leitores; 5) o ambiente web traz um novo conceito de notícia, transformada “num processo contínuo de informação”; 6) a convergência de mídia muda radicalmente as funções do profissional de mídia (RODRIGUES, 2009, p. 19).

O cenário descrito por Castilho (2005) é de transformações e adequações, estas que, na opinião de Dominique Wolton (2007), fortalecerão o papel do jornalista, um intermediário de “qualidade” necessário para selecionar o que interessa em meio ao contexto de excesso de informações. Na opinião de Wolton (2007), essa figura se faz necessária para fazer valer o direito à informação nas sociedades democráticas.

O obscurantismo que deve ser eliminado é o seguinte: admitir que, do ponto de vista da liberdade e da democracia, um acesso direto à informação tanto em relação ao fornecimento quanto à utilização, sem controle, sem intermediários não constitui progresso para a democracia, mas, ao contrário, uma regressão e uma ameaça. Não existe relação entre acesso direto e democracia. A democracia é, ao contrário, ligada a *intermediários* de qualidade (WOLTON, 2007, p. 111).

O jornalista é um desses intermediários de que fala o autor: um profissional envolto por um conjunto de regras práticas e normas (legais ou culturalmente estabelecidas) que asseguram seu comprometimento com a produção de informações. Wolton (2007) cita ainda os professores e os documentalistas como exemplos de outros intermediários que têm como papel social orientar o acesso à rede. Afinal, como coloca, ter acesso às informações, à web, não é suficiente para levar os usuários à ação.

Democratizar o acesso à internet é sim uma questão de direito à informação e um fato a ser celebrado, sobretudo para quem esteve sempre à margem dos meios de comunicação massivos. No entanto, como frisa Wolton (2007, p. 137), e com o que concorda Keen (2009), o acesso não assegura a qualidade da informação – afinal, o usuário leva para a rede todas as suas dificuldades e desigualdades culturais e cognitivas.

Nesse ponto, entra em cena a ação dos intermediários que contribuirão com o desenvolvimento da competência cultural dos indivíduos para as novas mídias. No caso dos jornalistas, essa contribuição vem na forma da qualidade de informações a serem noticiadas on-line. Para autores como António Fidalgo (2009, p. 27), não se trata apenas de utilizar as potencialidades da rede com conteúdos multimidiáticos, mas de dominar as “velhas” práticas, princípios e regras jornalísticas, reforçando assim a responsabilidade social da profissão.

Talvez essa seja uma explicação para a popularidade de alguns blogs jornalísticos e de opinião no *Twitter*. Os perfis dos blogs dos jornalistas Marcelo Tas, Rosana Hermann, Daniel

Castro, Anselmo Gois e Ricardo Noblat possuem mais seguidores que os perfis dos 10 maiores jornais brasileiros (BLOGS JORNALÍSTICOS E DE OPINIÃO SUPERAM POPULARIDADE DOS MAIORES VEÍCULOS NO TWITTER, 04 de abril de 2011). Conforme Salaverría e Negrodo (2008), a expertise e a credibilidade que a empresa e os próprios jornalistas gozam no espaço offline estende-se para a atuação destes no ambiente online. Ou seja, ancoram-se nos valores e práticas do exercício jornalístico para se diferenciarem dos demais produtores de conteúdos na rede.

Conforme Guerra (2008), o trabalho jornalístico requer o domínio de três técnicas – cognitiva, de conduta e de produção – que irão nortear o comportamento, a elaboração dos conteúdos e a responsabilidade social desses profissionais.

Essas técnicas têm um componente normativo e conceitual (as técnicas cognitivas), que definem como deve ser realizado o trabalho, e um componente prático (as técnicas de conduta e de produção), que visam efetivar a orientação normativa e conceitual no processo de produção jornalística. Em função disso, podemos dizer que as técnicas de conduta e de produção representam a ação metodologicamente orientada pelas técnicas cognitivas. Quanto mais eficaz e eficientemente os profissionais manejarem essas técnicas, maior a chance de obterem um desempenho satisfatório (GUERRA, 2008, p. 173).

Apesar de o autor frisar que o desempenho eficiente do trabalho do jornalista e a qualidade do que produz não dependem unicamente de sua competência de produção, ela é necessária para o êxito dessas duas ações. Nesse ponto, o jornalista tem seu papel legitimado diante dos amadores que colaboram para a profusão de informações na web. Pois, além de dominar o uso das ferramentas tecnológicas, eles apresentam também comprometimento ético e, principalmente, possuem saberes relativos ao universo da profissão como objetividade, relevância e verdade¹⁰⁴, que norteiam a construção do percurso interpretativo das notícias. Esses conhecimentos são acessíveis somente àqueles que passaram por uma formação profissional na área, o que representa uma bagagem que muitos amadores não dispõem.

Essa é uma das diferenças entre os jornalistas profissionais e o movimento que vem sendo denominado jornalismo-cidadão. Castilho e Fialho (2009) acreditam que o jornalismo-cidadão é uma forma de aproximar o exercício jornalístico das comunidades, de assuntos locais e próximos e, sobretudo, de dar vazão à produção de grupos que sempre encontraram barreiras para adentrar o espaço da grande mídia: “A produção colaborativa em ambiente comunitário permite captar conhecimento tácito, a chamada cultura popular, e transformá-lo

¹⁰⁴Guerra (2008) observa que o paradigma da objetividade, que divide a opinião dos fatos, assim como a postura de neutralidade e a capacidade de julgar um fato relevante para ser noticiado são valores e qualidades tradicionais da profissão e fazem parte da competência de conduta dos jornalistas.

em conhecimento explícito, capaz de ser publicado e recombinado” (CASTILHO E FIALHO, 2009, p. 120).

Conforme os autores, como exemplos de contribuições viáveis dessa natureza em termos técnicos e financeiros tem-se: weblogs noticiosos e pessoais; de autoria coletiva, em que vários colaboradores publicam notícias em uma mesma página da web ou usam sistemas de produção colaborativa, como a plataforma wiki; reportagens e textos colaborativos e *newsletters* impressas. Nesses casos, os produtores têm autonomia para definir os conteúdos e, em se tratando de produções coletivas, não há um controle ou hierarquia entre os colaboradores (CASTILHO E FIALHO, 2009, p. 137).

Na perspectiva dos autores, o jornalista profissional não perde sua legitimidade em relação aos jornalistas-cidadãos. Ele continuará figurando como um mediador responsável diante da vasta produção informativa em regime de colaboração na web.

Essa necessidade de afirmação do papel social do jornalista na atualidade constitui-se em uma das inúmeras transformações as quais os profissionais da informação estão experimentando no cenário de convergência midiática e, mais particularmente, no contexto de convergência jornalística. As possibilidades abertas pela web 2.0, que possibilitam aos usuários transitarem com desenvoltura entre os polos da produção e recepção de conteúdos, colocaram em evidência que os jornalistas não são os únicos mediadores cognitivos da realidade cotidiana.

Aliada a essa situação, está a desregulamentação da profissão com a não obrigatoriedade do diploma de graduação para exercício do jornalismo¹⁰⁵, além das novas práticas de trabalho e serviços adotados pelas empresas jornalísticas que se valem dessa colaboração para se aproximar do público com a criação de canais específicos para a participação dos usuários. A união desses fatores desencadeou diferentes conflitos no campo da profissão, fazendo com que os profissionais e a própria sociedade reavaliem o papel do jornalista na atualidade. O jornalismo impresso, em particular, trabalha para tentar recuperar em qualidade dos conteúdos e credibilidade, o que perde em velocidade, sobretudo, frente à internet. E, para tal, evita o confronto direto com web e as novas mídias, optando pelo viés da colaboração, esta que está na base do processo que vem sendo denominado como convergência jornalística.

¹⁰⁵ No dia 17 de junho de 2009, o Supremo Tribunal Federal votou pelo fim da obrigatoriedade do diploma de jornalismo para exercício da profissão.

4.4 – Convergência jornalística

O conceito é recente, difícil de ser demarcado, mas factível. Conforme Salaverría e Negredo (2008), o fenômeno de convergência midiática ocasiona uma série de mudanças no campo jornalístico que incidem nas esferas da produção de conteúdos, da organização empresarial e do modo de trabalho dos profissionais – esta última, a que nos interessa conhecer em profundidade. Contudo, não podemos nos eximir de comentar as consequências e reordenamentos que a convergência provoca na organização empresarial e editorial e no caráter das mensagens jornalísticas. Conforme os autores, a convergência jornalística tem um viés tecnológico, outro relativo à linguagem e ainda um que incide sobre a organização da empresa.

La convergencia periodística es un proceso multidimensional que, facilitado por la implantación generalizada de las tecnologías digitales de telecomunicación, afecta al ámbito tecnológico, empresarial, profesional y editorial de los medios de comunicación, propiciando una integración de herramientas, espacios, métodos de trabajo y lenguajes anteriormente disgregados, de forma que los periodistas elaboran contenidos que se distribuyen a través de múltiples plataformas, mediante los lenguajes propios de cada una (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2009, p. 45).

No jornalismo, a instância tecnológica da convergência consiste no uso de ferramentas e sistemas de produções digitais comuns entre diferentes meios. Ou seja, no impresso, na TV ou no rádio, os jornalistas irão dispor de um programa informático que lhes auxiliará na realização do trabalho. Alguns deles, por exemplo, estão integrados de tal forma que servem tanto ao uso do impresso quanto ao do on-line. Para as empresas, é uma realidade a qual precisam se adaptar por questões de sobrevivência e rotina, conforme explica o diretor-editor do *Diário do Nordeste*:

O que é um programa de editoração convergir? É ele conversar, é ele estar interligado, é ele produzir para o papel e ele produzir também para a internet. Você poder fazer esse fluxo dentro de um programa de editoração. É onde eu digo que essa questão da interação, da convergência é uma coisa muito mais complexa (ILDEFONSO RODRIGUES, 28 de janeiro de 2011).

O programa de editoração usado no DN é o mesmo adotado por outros grandes jornais de circulação nacional, como o jornal *O Estado de S. Paulo*¹⁰⁶, cuja experiência no processo de convergência midiática fez dele um dos casos explorados pelos pesquisadores Salaverría e Negredo (2008).

Além de se utilizarem das mesmas ferramentas de trabalho, a convergência tecnológica proporciona aos meios jornalísticos partilhar conteúdos entre si. Uma

¹⁰⁶ Em 2008, *O Estadão* expande sua convergência midiática com a fusão do impresso, on-line e rádio (SALAVERRRÍA E NEGREDO, 2008, p. 119).

demonstração desse aspecto ocorre quando o jornal publica na página impressa um QR Code que, ao ser fotografado com celular, é identificado como um link da internet – desde que o usuário tenha em seu aparelho o aplicativo que proporciona a leitura – e dá acesso ao conteúdo extra (imagens, textos e vídeos) relativo a uma dada matéria publicada no jornal.

Figura 4 – Exemplo de uso do QR Code pelo Diário do Nordeste para promover a transição de conteúdos do impresso para o on-line



A prática começou a ser adotada em abril de 2011. Fonte: Diário do Nordeste

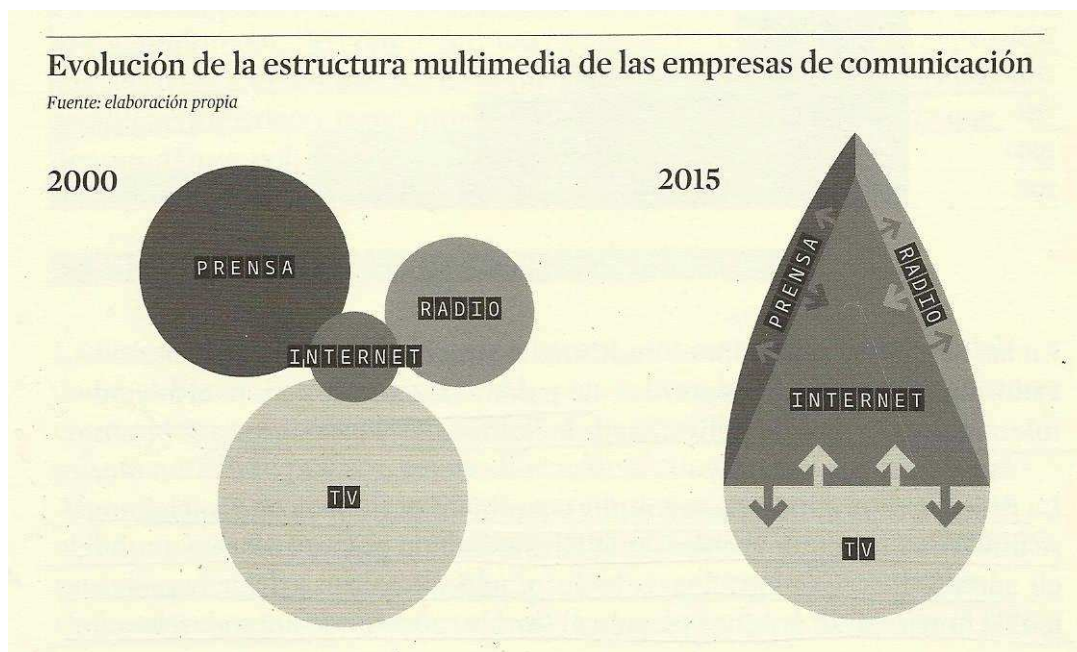
A convergência de tecnologias de produção entre as mídias demarca que a diferença entre os meios jornalísticos continua restrita mesmo ao suporte de difusão dos produtos:

En realidad, la única fase en la que las tecnologías periodísticas siguen siendo claramente divergentes es la que atañe a la difusión de los contenidos: poco o nada tienen que ver entre sí una rotativa, un emisor de radio, una antena de televisión y un servidor web (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 47).

No aspecto empresarial, as diferenças entre os meios também vêm sendo gradativamente superadas. De acordo com os autores, aos poucos, pequenas editoras têm se convertido em conglomerados de comunicação multiplataformas. Esse fenômeno teve início já nos anos 2000, mas sob um formato em que os meios tradicionais mantinham zonas de interseção com a internet. Hoje, como observam Salaverría e Negredo (2008, p. 47), esse modelo aponta para uma interação total dos meios entre si. A ideia é fazer com que as mídias

colaborem, umas com as outras, dentro do campo de expertise particular que cada uma delas possui.

Figura 5 – Organização da estrutura em torno da colaboração entre os diferentes meios



Fonte: SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 47

Na dinâmica dos conteúdos, a convergência jornalística se manifesta claramente com a multimídia, ou seja, a qualidade de produzir conteúdos multimídia. Estes, por sua vez, são produtos que se valem de diferentes linguagens (texto, imagens e audiovisual), materializadas em um suporte (internet/digital) para informar (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 55). A produção multimídia, como já demarcamos anteriormente, é o que caracteriza de modo mais enfático a entrada do *Diário* na era da convergência jornalística por meio da realização dos vídeos digitais para serem veiculados no site do jornal. No entanto, atrelada a essa ação, há uma série de iniciativas que a instituição coloca em prática gradativamente e que denotam o exercício de adequação ao cenário de convergência jornalística.

Dentre essas, está o que Salaverría e Negredo (2008) consideram como multiplataforma, outra dimensão da convergência de conteúdos jornalísticos:

Tan pronto está lista, una noticia puede ser difundida de forma simultánea a través de cualquier medio basado en tecnologías digitales (web, RSS, teléfonos móviles...). De hecho, esa misma noticia puede incluso ser redifundida en múltiples ocasiones a través de medios tanto digitales como analógicos, aunque en este caso la simultaneidad de difusión resulta ya imposible (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 53).

Os autores completam destacando que a diversidade de notícias multiplataforma tem como objetivo atender a um público mais fragmentado e diferente em relação àquele que, tradicionalmente, consome o jornal impresso. Um exemplo de estratégia de oferta de notícias multiplataforma é a disponibilidade dos conteúdos do impresso para dispositivos móveis.

Aos poucos, as empresas de mídia impressa buscam essa diversificação de produtos e serviços. O DN, por exemplo, inaugurou essa estratégia de convergência em 2008, com a postagem dos vídeos feitos pelos repórteres do impresso no site do próprio periódico. Em seguida, foi a vez de o jornal apostar em uma versão personalizada para smartphones e tablets, disponibilizada ao público no ano de 2010, inovação esta que foi sucedida pelo uso do QR Code, em 2011.

Dessa forma, o *Diário* tanto acompanha as tendências do mercado jornalístico quanto atualiza seu ethos calcado nos investimentos em torno da performance técnica do meio que, agora, não se restringe somente a melhorias no parque gráfico ou no layout do impresso, mas, sobretudo, ao processo de migração para o meio digital. “Único do NE com versão para o Kindle e o primeiro do CE com aplicativos para o Android; além de novas ferramentas nas versões para iPhone e novo layout da home” (NOTÍCIAS NA PALMA DA MÃO, 3 de abril de 2011).

Depois de unidos os conteúdos e os suportes tecnológicos, para que a convergência jornalística se complete é necessário aproximar e fundir também as ações nos planos empresariais e editoriais, o que irá deflagrar, conseqüentemente, mudanças nas práticas e comportamentos dentro das instituições informativas. A mais evidente delas é o processo que vem sendo conhecido como integração das redações de impresso e on-line, que corresponde à fusão de duas ou mais equipes jornalísticas em uma só, no mesmo espaço físico, sob a mesma orientação editorial e com uma infra-estrutura tecnológica comum (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 51).

No *Diário do Nordeste*, os rumos que a convergência jornalística vem tomando indicam que a integração das redações é um dos direcionamentos para o futuro. Os contornos desse processo visíveis no presente tratam-se da reforma física para abrigar a equipe integrada, que já foi iniciada em abril de 2011, e a reorganização de cargos e funções. Contudo, para os repórteres do impresso, esse cenário está envolto em uma densa névoa de dúvidas e incertezas que vão desde questionamentos como: “Onde ficará meu computador?” a “O que precisarei fazer a mais a partir de agora?” E culminam com a questão central que deu forma a nossa pesquisa: “Sou repórter de impresso ou multimídia?”. Essa é exatamente uma das implicações da convergência jornalística para os profissionais, esta que, como explicam

Salaverría e Negredo (2008), não é vista pelos jornalistas como problema. As divergências entre os profissionais se apresentarão quando o processo de integração for levado a cabo.

Los periodistas no discuten la convergencia; son conscientes de que sería como negar la existencia de la fuerza de la gravedad. La convergencia es un fenómeno que indefectiblemente arrastra al periodismo por mil y un factores. Ahora bien, muchos de esos mismos periodistas se muestran reticentes, cuando no abiertamente opuestos, a la integración de las redacciones (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 73).

A resistência de que falam os autores é uma reação, de certa forma, “esperada e previsível”, pois a integração das redações, em particular, e a convergência jornalística, de um modo geral, são processos incisivos que alteram o comportamento, a rotina de trabalho dos sujeitos e, ainda, em algumas situações, colocam em xeque os saberes tradicionais relativos à profissão. As transformações são de tal forma profundas que desencadeiam a construção de uma nova cultura jornalística, marcada pela união de instrumentos, tecnologias, espaços, métodos de trabalho e linguagens (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 50).

Apesar da instauração dessa nova cultura jornalística se dar de forma processual, ela não está isenta de ser permeada por conflitos e tensões. Como observa Giddens (1991), mudanças profundas na rotina da modernidade desencadeiam momentos de crises. Em se tratando da integração das redações, a crise estaria na resistência declarada às novas ações que o modelo suscita. Salaverría e Negredo (2008, p. 73) analisam que a resistência ao processo de integração se manifesta em maior medida entre os jornalistas, sobretudo, os mais velhos. Nos argumentos contrários estão: a superficialidade dos conteúdos multiplataforma e multimídia e ainda a extinção de cargos e funções dentro dos jornais, seja pela inadequação ao uso das novas ferramentas tecnológicas ou pela redução de custos por parte da empresa.

Os posicionamentos de jornalistas contra e empresários a favor, que os autores observaram como um padrão nos periódicos pesquisados¹⁰⁷, denotam não um caráter reacionário dos jornalistas, mas a profundidade das transformações que a convergência jornalística ocasiona, a ponto de fazer os profissionais questionarem, inclusive, sua própria identidade relativa à posição que ocupam no cenário profissional.

No *Diário do Nordeste*, a prática de realização dos vídeos digitais pelos repórteres do impresso desencadeou esse repensar da identidade dos profissionais envolvidos com a nova atividade. O lugar ou posição que os jornalistas do DN ocupam a partir da instauração desse novo cenário de convergência jornalística foi o que investigamos por meio de entrevistas com

¹⁰⁷ Os autores descrevem, na obra, o processo de integração de oito jornais impressos de grande visibilidade internacional, dentre os quais está o *Estado de São Paulo*.

os jornalistas da instituição e da observação dos novos hábitos instaurados na rotina de trabalho da redação com as sucessivas transformações que a convergência vem ocasionando.

Conforme observa Applegren (2005), a convergência consiste em um processo conflituoso, cuja execução pode tanto conduzir à aproximação entre os elementos e sujeitos envolvidos quanto ao afastamento entre eles, gerando divergências. Sendo assim, aplicando essa lógica à situação dos repórteres do *Diário do Nordeste* que produzem os vídeos para o conteúdo multimídia do jornal, pode-se afirmar que eles experimentam uma convergência no modo de produção. A nosso ver, o fato de os repórteres terem que produzir notícias para plataformas diferentes (impresso e on-line) e ainda valerem-se de dois tipos de linguagens (escrita e audiovisual), de duas ferramentas (gravador ou papel e caneta e celular multifuncional), tudo isso, de forma simultânea, caracteriza um processo de convergência.

Trata-se de uma convergência de funções jornalísticas, pois esses repórteres acrescentam ao exercício do impresso conhecimentos e práticas do jornalismo audiovisual, seja de modo intuitivo ou consciente. Todavia, a mesma ação que leva o repórter a desempenhar simultaneamente o papel de redator para o impresso e produtor audiovisual pode ser tida também como divergência de atenção. A nova tarefa de registrar vídeos pode comprometer, em algumas circunstâncias, a apuração dos fatos para o impresso.

Apesar de o diretor-editor da redação, Ildefonso Rodrigues (2011), garantir que a nova atribuição foi pensada de forma a não desviar o foco do trabalho para o impresso, na ótica dos profissionais a função tem um potencial divergente latente. Uma reclamação corrente entre os entrevistados era o incômodo em ter que carregar mais um aparelho, além do celular pessoal e do celular para comunicação com a redação. Aliado a isso, estava ainda o temor de assaltos, sobretudo por parte dos repórteres que trabalhavam na cobertura de pautas para a editoria de Cidade, pois muitos tinham que realizar reportagens em áreas com altos índices de violência.

Contudo, o que a fala desses entrevistados deixa entrever é a divergência que a nova atividade acarreta em relação ao processo cognitivo de apuração das notícias (GUERRA, 2008). Nos trechos a seguir, os dois jornalistas concluem que a tarefa de realização do vídeo atrapalha a observação do fato que, aliada à pesquisa, entrevista, documentação e checagem, compõe os elementos básicos enumerados por Pinto (2009) para a apuração jornalística de um modo geral e para o impresso especificamente. Conforme a autora, olhar atentamente para o comportamento dos sujeitos durante a apuração proporciona ao repórter descobrir contradições entre o discurso e a realidade, encontrar novos enfoques ou novas pautas e recolher mais detalhes e informações que enriquecem o texto (PINTO, 2009, p. 103).

Esses elementos, na opinião do jornalista 8, um profissional há sete anos em atuação no impresso - mas também com experiência em televisão - são ameaçados diante da necessidade de registrar o vídeo durante o momento da apuração. Ele considera que o comprometimento da observação irá incidir no resultado final de seu trabalho, na qualidade informativa do texto, do relato jornalístico.

Atrapalha a apuração e a concentração. Porque escrever não é uma coisa fácil. Nós, jornalistas, não é que somos melhores ou temos um dom especial, nosso diferencial é a prática, mas não há prática no mundo que substitua a observação dos fatos, do que está acontecendo, do assunto que eu vou reportar para os leitores e também os seus conhecimentos, sua experiência, o cabedal de informações, de saberes, que você traz das suas leituras, das suas vivências. Não há tecnologia que substitua isso (JORNALISTA 8, 25 de novembro de 2010).

É interessante observar que, no depoimento do jornalista 8, a observação é um elemento relevante para que ele possa escrever o texto. Ao afirmar que escrever “não é uma coisa fácil” e que os jornalistas se destacam dos demais profissionais porque têm “a prática”, ele está se referindo à prática de escrever e generalizando essa qualidade para todos os jornalistas, não só os de impresso. Com isso, o jornalista 8 compactua da ideia, observada por Travancas (2011), de que o jornalismo impresso é o referencial para toda a profissão.

Ao partilhar desse modelo, o profissional coloca a escrita em uma posição fundamental. Nesse sentido, o vídeo, outra forma de linguagem, não faria parte do universo de trabalho idealizado por ele. Podemos apreender ainda da fala desse personagem - que já trabalhou em televisão - que ao repórter, seja ele de impresso ou TV, cabe a apuração para escrita de um texto e não registro de imagens, atividade essa que no telejornalismo fica a cargo de outro profissional, que não é jornalista.

O jornalista 9 também considera a gravação do vídeo como um empecilho à apuração para o impresso. Com 21 anos de trabalho em jornal e uma rápida passagem pelo rádio, esse profissional observa que o uso da câmera de vídeo compromete a apuração porque o aparelho se interpõe entre seu olhar, o fato e os entrevistados, assumindo assim uma postura que toma o jornalismo impresso como parâmetro para a profissão:

Ela atrapalha, porque você é do jornal impresso. No máximo, você leva um gravador, está ali, é seu, de repente não dá, vai na caneta mesmo. Aí você tem que produzir, prestar atenção, porque não é só gravar. Você tem que prestar atenção, olhar a fonte, olhar a cena, sentir a emoção do outro. Não é só ligar uma coisa, uma máquina e passar isso pro texto. Você tem que sentir o olhar do outro, sentir a emoção, ver se a pessoa chorou, se a pessoa sorriu. Você faz isso na observação e a máquina te tira da concentração. O jornalismo que eu acredito não é só ligar a máquina. Muitas vezes, a gente sai com as máquinas fotográficas, o fotógrafo, e o pessoal pergunta: “Que horas vai passar, hein?”. Quer dizer, até confundem máquina fotográfica com televisão e altera. Uma coisa é você estar ali na observação, vendo aquela coisa. Quando coloca uma máquina, a pessoa já muda (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

No depoimento, o profissional considera que o uso da câmera proporciona um distanciamento em relação ao fato e às pessoas envolvidas. Ele deixa entrever também que a presença do aparato técnico, por menor que seja, acaba alterando de modo significativo o processo de mediação da realidade, constatação essa que Umberto Eco (1984) já observara em relação à presença da televisão nas cenas dos acontecimentos – o que, a seu ver, desconstrói a “transparência” entre o relato midiático e a realidade. Transparência essa tão defendida, no campo jornalístico pela teoria do espelho (WOLF, 1999).

Apesar de nem todos os entrevistados apresentarem as opiniões acima expostas – para muitos, a gravação dos vídeos não compromete a apuração –, o simples fato de elas terem sido manifestadas demonstra uma vertente conflituosa do processo de convergência jornalística implantado pelo *Diário do Nordeste*. As falas dos entrevistados nos mostram a divergência no âmbito do exercício prático e do cotidiano dos repórteres que a nova tarefa pode ocasionar.

Essa divergência se manifesta ainda por meio do desacordo, por parte dos profissionais, com a forma como o processo é conduzido pela instituição. Divergência de opinião que pode conduzi-los a um comportamento negativo diante da nova tarefa. Contudo, não é possível afirmar com precisão que as divergências cognitivas que a atividade de gravação do vídeo aciona são as únicas responsáveis pela rejeição ou não adequação ao empreendimento do jornal, no caso dos profissionais do *Diário do Nordeste*.

Em nossa pesquisa, observamos ainda outra circunstância que pode contribuir para o posicionamento cauteloso ou contrário dos profissionais à convergência jornalística. Trata-se do medo do desconhecido, ou seja, da falta de informações e de entendimento sobre o processo, não só no sentido de como está sendo posto em prática pela instituição, mas sobre o que significa falar em convergência de mídias e convergência jornalística na atualidade.

Esse desconhecimento fica evidente na declaração do jornalista 3. O profissional com 18 anos de trabalho, dos quais 16 foram dedicados ao *Diário do Nordeste*, define o processo, mas com certa insegurança:

Não tenho certeza se sei explicar. É mais ou menos assim: é como se pegasse uma informação só, uma matéria. Vamos dizer, e a abordasse a partir da utilização de todas as ferramentas disponíveis de cada veículo. O texto e a foto do impresso sendo utilizado também para o online. Ao mesmo tempo, o texto do impresso junto com um vídeo para o online. A imagem do online congelada para o impresso. Por aí... (JORNALISTA 3, 24 de outubro de 2010).

A definição do jornalista 3 repete-se de diferentes formas nos discursos de muitos dos entrevistados. Com isso, percebemos que os repórteres dominam dois aspectos da convergência, a multimídia e a multiplataforma. É o que se repete no depoimento do jornalista

7, iniciante na carreira, com apenas três anos de trabalho e cuja única experiência na profissão se deu no DN:

Deve ser a junção de várias “mídias” no momento de transmitir uma informação. Como por exemplo, a possibilidade de informar o leitor usando o meio impresso, a internet, a televisão, o rádio, enfim, usando texto, imagem, som etc. (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

Completa essa mesma ideia a declaração do jornalista 8, apresentado anteriormente:

Quando diversas mídias (vídeo, texto, infográfico etc.) são utilizadas na cobertura jornalística, garantindo o máximo de informação e também uma abordagem diferenciada de um determinado assunto (JORNALISTA 8, 25 de novembro de 2010).

Para a maior parte dos entrevistados, multimídia é sinônimo de convergência. Foram poucos os que tiveram uma ideia mais abrangente, tentando captar outros aspectos do fenômeno tecnológico que não apenas o uso de diferentes linguagens em um único suporte. É interessante ressaltar que dentre aqueles que demonstram um olhar mais abrangente sobre o fenômeno está o profissional de número 6, um jornalista com cinco anos de profissão, experiência em televisão e atualmente webjornalista:

Convergência nos dá uma idéia de união, ligação de vários pontos (no caso, os veículos de comunicação) para um só. Uma espécie de agregador. O jornalismo convergente, no caso, seria a prática do impresso, do tele e do radiojornalismo em benefício/parceria do/com webjornalismo (JORNALISTA 6, 13 de dezembro de 2010).

O depoimento do jornalista 6 poderia nos levar à conclusão de que sua experiência no meio on-line o capacitou com um olhar diferenciado para a questão, em contraponto aos demais entrevistados, todos formalmente vinculados ao impresso. Contudo, o depoimento que transcrevemos abaixo, concedido pelo jornalista 9, nos impede de fazer essa afirmação. Habitado unicamente ao trabalho com o meio impresso, esse repórter, contudo, é quem melhor define os contornos da convergência jornalística, contemplando a esfera das linguagens, dos suportes e ponderando, mesmo que de forma breve, o papel do profissional e de suas competências nesse novo cenário:

Entendo que a convergência é para onde caminham as áreas de comunicação, telecomunicações e informática, via internet. Acredito que seja esse não o futuro, mas a presente forma de relação entre o profissional e o seu leitor. Com isso, o mercado exige cada vez mais profissionais qualificados e polivalentes, que utilizem novas ferramentas (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

Nesse depoimento, vem à tona o lugar que o profissional ocupa no cenário da convergência midiática, questão que nos interessa em particular. É interessante ressaltar que, nos corredores do *Diário do Nordeste*, é mais comum o uso do termo jornalismo multimídia que jornalismo convergente. Quase todos os entrevistados – exceto um repórter, que teve

opinião contrária – foram unânimes em afirmar que o termo mais comum no cotidiano de trabalho é multimídia. Essa popularidade do vocábulo pode ser comprovada pelas definições que os repórteres dão para o termo:

Multimídia o nome já fala: são várias mídias. É você ter a foto, o texto, a imagem, o áudio, se for o caso, o infográfico (JORNALISTA 6, 13 de dezembro de 2010).

Eu acho que a produção multimídia do jornal é quando ele faz essa reunião de várias espécies de mídia, por exemplo, ele tem o texto impresso que está na internet, junto com o vídeo, que tem o áudio. Eu acho que é essa junção dos vários meios. Para mim, isso é uma coisa multimídia, não sei nem se está certo? Porque a ideia que eu tenho de multimídia é assim, por exemplo, se você vai falar é um jornalista multimídia, é um jornalista que sabe lidar com as várias mídias. Você tem o domínio das diferentes formas de meios de comunicação, seja ele pela escrita, pela foto, pela imagem, pela voz... (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

Eu acho que é pra fazer pra várias mídias. Rádio, que ainda é forte, e até pra internet. Eu acho que são muitos braços, muitas pernas. Sabe aquela coisa do polvo, ele caminha certinho, mas já pensou se cada perna for pra um canto? (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

As respostas de praticamente todos os entrevistados em relação ao que entendem por conteúdo multimídia giraram em torno da multiplicidade de mídias que podem ser usadas de modo complementar para a construção de um relato jornalístico mais completo a ser disponibilizado na versão on-line do periódico. Essa definição mostra a influência do discurso da instituição, que ancora seu projeto jornalístico em torno da convergência jornalística e no uso das novas tecnologias na ideia da multimedialidade e dos conteúdos multiplataforma.

No entanto, mais do que novos serviços e conteúdos, a convergência midiática e jornalística motiva reflexões e ações em torno do perfil de profissional que o mercado passa a exigir. Conforme Salaverría e Negrodo (2008), o processo de integração das redações do impresso e do on-line faz surgir a figura do jornalista multimídia, um perfil de profissional ainda envolto por mitos e idealizações, mas cujo alicerce conceitual está embasado na certeza de que as competências e práticas jornalísticas, da forma como foram tradicionalmente conhecidas ao longo da história do jornalismo moderno, estão sofrendo transformações gradativas.

Essa metamorfose no fazer jornalístico incide na subjetividade dos profissionais que, em busca de adequação aos novos tempos ou não, passam a se questionar sobre sua identidade enquanto jornalistas: Somos do impresso ou somos multimídia?

4.5 – Jornalistas do presente

Foi-se o tempo em que para ser bom jornalista bastava escrever bem. Os saberes relativos à profissão estão mudando, ou melhor, novos saberes se agregam aos conhecimentos (teóricos e práticos) de que os jornalistas precisam, muitas vezes, lançar mão na atualidade para exercer a profissão. Essa mudança caracteriza a constituição de um perfil de profissional diferenciado, que expande seu “saber-fazer” para além da elaboração de textos.

O caso do *Diário do Nordeste* nos mostra exatamente que os jornalistas do presente precisam dominar outros códigos lingüísticos, lidar com novas ferramentas de trabalho e coordenar toda essa bagagem conceitual e técnica com uma conduta exemplar, ou seja, condizente com as expectativas que a sociedade tem em relação ao jornalismo.

Guerra (2008, p. 139) observa que há um contrato de confiança entre o jornalismo e a sociedade. Nesse contrato, o jornalismo se compromete a mediar cognitivamente a realidade, enquanto o público responde com confiança e credibilidade e também cobrando fidelidade dos entes do campo jornalístico a padrões de ação e de conduta estabelecidos pelo próprio campo e com os quais estão habituados¹⁰⁸.

O autor atenta também para o fato de que as competências dos jornalistas são responsáveis por viabilizar esse contrato do jornalismo com a sociedade. Ou seja, para realizar a mediação cognitiva da realidade, os profissionais precisam dominar um conjunto de saberes normativos e práticos que Guerra (2008) identifica como: competência cognitiva, competência de conduta e competência de produção. Conforme o autor, todos os profissionais da área apresentam essas três competências, que se relacionam e complementam mutuamente. No entanto, cada uma delas comporta especificidades que variam de acordo com as normas da organização jornalística ou mesmo do suporte de veiculação dos conteúdos.

Daí porque um jornalista de TV deverá apresentar saberes e práticas que se diferenciam daqueles exercidos por um jornalista de impresso, por exemplo. Recorremos aqui à diferenciação dos profissionais por meio do suporte para o qual trabalham, mas as competências deles não dependem apenas da materialidade do canal de veiculação das notícias. Elas estão relacionadas também com o tipo de instituição na qual atuam e ainda com as funções que desempenham.

Retomando as posições identitárias que os jornalistas ocupam, apresentadas anteriormente, podemos afirmar então que para se deslocar com desenvoltura por diferentes

¹⁰⁸ A objetividade e a neutralidade são exemplos de padrões elegidos pelo jornalismo para compor seu código social e com os quais o público se habituou.

posições identitárias, o profissional precisa apresentar as devidas competências (cognitiva, de conduta e de produção) relativas a cada uma das posições, do contrário, se encontrará deslocado em algum momento do exercício da profissão.

Apesar dessas diferenciações e particularidades que as competências jornalísticas comportam, há elementos que são comuns a todos os profissionais, independente da empresa ou do suporte para o qual produzem notícias. Estes compõem o que chamamos aqui de um perfil de jornalista universal.

Isabel Travancas (2011), ao longo de sua pesquisa, interrogou jornalistas conceituados de diferentes periódicos do Rio de Janeiro, que considerou como “eternos jornalistas”, sobre o perfil ideal de profissional. Dentre as qualidades necessárias a um jornalista foram elencadas: talento para escrever, conhecimento intelectual, capacidade investigativa e independência.

Mais de 20 anos depois, nossos entrevistados acrescentam a essas qualidades, outras que, em suas opiniões, definem a essência do jornalismo e, conseqüentemente, do jornalista. São elas: informar com qualidade (quatro ocorrências da expressão e uma construção sinônima: produzir conteúdos de qualidade), curiosidade, identificar no cotidiano fatos passíveis de virarem notícia, transparência (aparece duas vezes), imparcialidade, capacidade de revelar o que está oculto e independência.

Para os profissionais do DN, essas são qualificações gerais que os jornalistas devem apresentar para serem mediadores da realidade. Relacionando esses fatores às competências descritas por Guerra (2008), teríamos a independência, a transparência, a revelação do que está oculto e a identificação de fatos noticiáveis no cotidiano como elementos da esfera da competência cognitiva; na seara da competência de conduta estariam a curiosidade e a imparcialidade, e na da competência de produção a capacidade de informar com qualidade.

Poderíamos elencar aqui outra variedade de elementos que são compartilhados por todos os jornalistas durante o exercício da profissão. No entanto, nossa intenção não é mapear esses fatores, mas ressaltar que os profissionais têm ciência da existência deles e que estes acabam por colaborar para a formação de uma identidade essencial, ideal de jornalista.

Apesar de Stuart Hall (2006) enfatizar que não se pode falar em uma identidade única e estável, pois, na pós-modernidade, as identidades são múltiplas e estão em constante movimento, ele também reconhece que há iniciativas e projetos culturais que visam à constituição de identidades essenciais com a intenção de proporcionar um mínimo de segurança e estabilidade para os sujeitos. “Existem também fortes tentativas para se reconstruírem identidades purificadas, para se restaurar a coesão, o ‘fechamento’ e a Tradição, frente ao hibridismo e à diversidade” (HALL, 2006, p. 92).

Na obra “Da Diáspora: identidades e mediações culturais”, Hall (2003) discute a tendência dos movimentos étnicos, como o de cultura negra, em se ancorar num purismo identitário para legitimar seu próprio projeto político. Nesses casos, o caráter histórico e as diferenças que perpassam a construção da identidade cultural de negro são preteridos em detrimento de uma naturalização ancorada em fatores biológicos e genéticos.

Esse purismo ancorado em argumentos biológicos é uma das duas variações de essencialismo que Woodward (2000, p. 37) afirma estarem presentes em diferentes teorias do campo cultural. A outra manifestação dessa posição está arraigada em um passado glorioso e romântico e nas raízes históricas de um movimento de povo ou mesmo Nação.

Independente dos elementos discursivos em que as identidades culturais essenciais se baseiam, a ressalva que deve ser feita é que estas promovem uma naturalização da história.

Como sempre acontece quando naturalizamos categorias históricas (pensem em gênero e sexualidade), fixamos esse significante fora da história, da mudança, da intervenção política. E uma vez que ele é fixado, somos tentados a usar “negro” como algo suficiente em si mesmo, para garantir o caráter progressista da política pela qual lutamos sob essa bandeira – como se não tivéssemos nenhuma outra política para discutir, exceto a de que algo é negro ou não é (HALL, 2003, p. 327).

Além de desconsiderar os fatores históricos, a identidade cultural essencial é excludente, deixando de fora de sua política tudo e todos aqueles que não são iguais a ela, ou seja, que não partilham dos mesmos significantes culturais. Os diferentes são assim o polo oposto da identidade. Woodward (2000) alerta que as classificações tendem a considerar a identidade como o oposto da diferença, enquanto, como ela mesma ressalta, e também outros pesquisadores que lidam com o tema, a identidade depende da diferença, devendo assim se relacionar de forma aditiva e não exclusiva.

Com essa discussão, queremos atentar para o fato de que é compreensível que os jornalistas busquem no passado e tradição da profissão elementos que sejam inerentes a todo e qualquer profissional. No entanto, estes precisam ser postos em diálogo com a contemporaneidade e com as transformações que o tempo presente nos apresenta. Do contrário, a identidade de jornalista ficará estagnada, congelada em um tempo anterior, nos primórdios da modernidade.

Reconhecer que há qualidades universais ao jornalismo é uma forma de legitimar a profissão, porém, apegar-se a elas única e exclusivamente e fazer delas padrões referenciais incontestáveis é uma maneira também de produzir exclusão e discriminação, na medida em que os sujeitos que apresentarem características desviantes forem tidos como diferentes, mas não num bom sentido do termo.

Decorre dessa situação, a necessidade de se atualizar as competências técnicas dos jornalistas. Estas que são universais enquanto significantes, mas cujos significados se constroem historicamente, adequando-se às mudanças relativas aos suportes, às mensagens produzidas e ao próprio estatuto social da profissão.

4.5.1 – As competências do jornalista em tempos de convergência

As condições de trabalho decorrentes das ações de convergência jornalística colocam em evidência a construção de um novo cenário em que o jornalista se vê diante de novas circunstâncias no campo profissional que o impulsionam a revisar seus parâmetros de trabalho.

Ramón Salaverría e Samuel Negredo (2008) afirmam que a integração das redações do impresso e do on-line requer dos jornalistas mais destreza para lidar com conteúdos informativos a serem veiculados em diferentes suportes, fazendo com que assumam cada vez mais tarefas e se tornem, em muitos momentos, profissionais polivalentes. “Hoy no es extraño que un periodista de prensa desempeñe simultáneamente labores de reportero, redacción, edición, documentación, maquetación, reporteo y edición fotográfico” (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 48).

Os autores explicam que esse acúmulo de funções no jornalismo vem se processando, há, pelo menos, 50 anos. As mudanças na rotina e no modo de trabalho com a introdução das novas tecnologias de informação e comunicação não são exclusivas do jornalismo. Manuel Castells (1999) observa que o mercado de trabalho, de um modo geral, é alvo de gradativas transformações desde o início da “revolução da tecnologia da informação”¹⁰⁹.

Segundo o autor, na sociedade em rede, as “antigas” profissões não desaparecem, mas são adaptadas ao contexto produtivo atual, que favorece também o surgimento de novos tipos de serviços e de empregos, adequados ao cenário no qual o conhecimento e a informação são fontes de produtividade e crescimento. O resultado dessas transformações, no mercado de trabalho jornalístico, é o reordenamento de cargos e funções dentro das redações.

Nos anos 90, por exemplo, como cita Travancas (2011, pp. 25-26), havia 11 funções diferentes, ocupadas por jornalistas, nas redações de impresso. Muitas delas desapareceram ou

¹⁰⁹ Castells compara a revolução tecnológica à revolução industrial, pois implica em mudanças, discontinuidades – conforme escreve o autor – que atingem os campos econômico, social e cultural simultaneamente (1999, p. 50).

passaram a ser desempenhadas por um único profissional. A função de pauteiro¹¹⁰ é uma dessas atribuições que foram eliminadas com o passar do tempo. Hoje, a atribuição de elaborar pautas cabe ao chefe de reportagem, ao editor e ao próprio repórter.

O uso de aparatos móveis na rotina produtiva dos jornais, como estratégia de convergência jornalística, contribui para a atualização desse processo. Salaverría e Negredo (2008) observam que, nas modernas redações multimídia, os profissionais passam a ser polivalentes. Eles acrescentam ainda que essa polivalência pode se dar de duas maneiras: funcional e midiática.

La primera se produce, por ejemplo, cuando un periodista que inicialmente se limitaba a producir crónicas textuales es urgido por su empresa a producir además materiales gráficos y, incluso, audiovisuales; es decir, la polivalencia funcional se produce cuando el simple redactor de antaño (o locutor, fotógrafo...) pasa a asumir labores instrumentales distintas de las de su especialidad (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, pp. 48-49).

A atividade dos jornalistas do *Diário do Nordeste* de produzir uma matéria para o impresso e também um vídeo para o on-line caracteriza a polivalência funcional definida pelos autores. Por sua vez, quando esses mesmos profissionais produzem textos sobre um único assunto para serem veiculados no impresso e também no blog do caderno ou editoria para o qual trabalham, vinculado à versão on-line do periódico, temos assim a polivalência midiática. Essa união de funções ocorre quando um jornalista, especialista em um tema, produz diferentes conteúdos relativos a esse campo temático para os diversos veículos do grupo midiático para o qual trabalha (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 49).

Essa capacidade dos jornalistas de dominarem conhecimentos relativos a uma determinada área de cobertura compõe os aspectos técnicos da profissão. Conforme Guerra (2008), as técnicas cognitivas se referem aos saberes que orientam a prática do trabalho, materializados por meio das técnicas de conduta e de produção. Os conhecimentos que os jornalistas possuem relativos tanto ao exercício da profissão quanto às áreas temáticas de cobertura (esportes, cultura, moda, economia, política, dentre outras) compõem o terreno das técnicas cognitivas.

O que caracteriza a técnica cognitiva profissional do jornalista é o domínio conceitual e normativo dos aspectos institucionais e organizacionais, por um lado, e dos aspectos relativos à área temática e à audiência, por outro. No primeiro caso, são definidas as Técnicas Cognitivas do Processo: o domínio conceitual e normativo (institucional e técnico) da atividade assim como o domínio das possibilidades organizacionais de sua implementação. No segundo caso, são definidas as Técnicas Cognitivas de Conteúdo, o domínio dos conceitos e normas das instituições e organizações (não jornalísticas) que operam na área temática objeto da cobertura e o domínio conceitual e normativo das possibilidades relacionadas às expectativas que

¹¹⁰ No *Diário do Nordeste*, até o ano de 2004, ainda existia um jornalista cuja função exclusiva era a de produzir pautas para diferentes editorias e assim complementar as produções dos chefes de reportagem e dos editores.

provém da audiência e do público. E nos dois casos, também deve ser considerado um terceiro aspecto: o ambiente de convivência, tanto da própria organização na qual o jornalista atua quanto das organizações objeto de sua cobertura (GUERRA, 2008, p. 173).

Conforme a definição das técnicas relativas ao trabalho jornalístico que nos apresenta Guerra (2008), podemos observar que a polivalência funcional requer o implemento das técnicas cognitivas de processo dos jornalistas do *Diário do Nordeste*, pois é cobrado desses profissionais que saiam do lugar da especialização midiática e passem a elaborar conteúdos diferentes do que eram acostumados a produzir. Ou seja, além de repórteres de impresso, eles assumem a função de repórteres audiovisuais.

No que se refere à polivalência midiática, concluímos que esta se encontra situada no domínio das técnicas cognitivas de conteúdo, pois requer do jornalista tanto o aprofundamento em uma área temática quanto a capacidade para produzir relatos em formatos diferentes (textos, fotos, vídeos, podcast, etc.) a partir das ferramentas disponibilizadas pela instituição e que se encaixem aos seus diversos veículos.

O profissional que apresenta essas polivalências estaria exercendo assim o ideal de um jornalista multimídia. Contudo, Salaverría e Negredo (2008) advertem que esse “super repórter” é praticamente um mito nas redações. Primeiro porque esse profissional teria que produzir conteúdos em diferentes formatos, para diferentes veículos, o que demanda o domínio de vários códigos linguísticos. E, segundo, porque são repórteres que implicam em custos para a empresa, pois para exercerem todas suas potencialidades necessitam de apoio técnico e tecnológico da organização.

Por outro lado, como colocam os autores, o perfil de profissional comum que se encontra nas redações integradas ou que estão em processo de convergência jornalística são os jornalistas multitarefas.

Alguien sobre el que recae un sinnfin de labores periodísticas que antes realizaban por separado distintos profesionales. Son periodistas a los que se les mide más por el número de labores desempeñadas y la cantidad de producto informativo generado, que por sua calidad periodística (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 76).

Ser multitarefa é acumular diferentes funções, seja a apuração para o impresso e a gravação do vídeo durante a realização da pauta ou desempenhar atribuições de editor, mesmo ocupando o cargo de repórter. No Brasil, como observa Marcelo Kischinhevsky (2009), essa condição de trabalho passa a ser chamada de multi-habilidade ou multi-função. Apesar das ressalvas de Salaverría e Negredo (2008) e de Kischinhevsky (2009) sobre a definição de jornalista multimídia, um perfil de profissional que o mercado tenta moldar, tomaremos a liberdade de utilizar essa terminologia ao longo do trabalho, pois é assim que o *Diário do*

Nordeste e muitos jornalistas que lá trabalham reconhecem como sendo o profissional que a instituição e o mercado, de uma forma geral, querem formar a partir do uso de novas mídias e dispositivos na rotina de trabalho.

Para Kischinhevsky (2009), esse perfil de trabalho é mais adotado por jovens em início de carreira que almejam rápida visibilidade, o que acaba, de certa forma, comprometendo a qualidade do processo de apuração do repórter.

A convergência por meio da integração total das redações de impresso, on-line, rádio, TV pressupõe um pesadelo trabalhista. Ao receber a incumbência de cobrir o mesmo fato em texto, áudio e vídeo, um repórter se vê diante do desafio de cumprir a missão em tempo hábil, como em uma gincana, pressionado pela chefia em relação a horários de fechamento distintos – sem contar a burla à legislação, que exige formação específica para o exercício das funções de repórteres fotográfico e cinematográfico. Muitas vezes, embora resista a admitir abertamente, o jornalista acaba deixando em segundo plano a profundidade na apuração, abrindo mão de novas entrevistas que poderiam garantir maior qualidade na informação, para não estourar (em demasia) a jornada de trabalho legal (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 69).

Nossos entrevistados, ao serem questionados se por conta da gravação dos vídeos demoravam mais na execução da pauta, garantiram que o gasto de tempo relativo à atividade não era tão significativo a ponto de representar uma extensão prejudicial da jornada de trabalho. A avaliação dos profissionais do DN foi de que a gravação dos vídeos não comprometeu a qualidade do trabalho final, no caso, a produção para o impresso, pois muitos deles, claramente, como já mostramos, priorizavam a apuração para a versão impressa e, a depender das circunstâncias, realizavam o vídeo.

Ao longo de nossa pesquisa não nos detemos na análise dos conteúdos ou da qualidade técnica dos vídeos. Ainda no projeto de pesquisa inicial, tínhamos incluído essa perspectiva em nossa investigação, contudo, por requerer outra discussão teórica e conceitual para além da identidade acabou se mostrando inviável, pois tínhamos assim dois objetos de análise: os vídeos e a construção da identidade. Portanto, optamos pela reflexão em torno da identidade dos profissionais, mas trazemos aqui breves considerações sobre os conteúdos audiovisuais produzidos pelos repórteres do DN.

Na maioria das produções, o resultado tanto do vídeo, quanto da reportagem para o impresso, eram satisfatórios, mas, em outros momentos, a qualidade estética e mesmo de conteúdo do produto audiovisual ficava aquém do esperado. Pelo menos, é o que revela o jornalista 6, profissional que já editou os vídeos produzidos pelos repórteres do impresso, ao afirmar que a maioria do material não era aproveitada por aspectos técnicos.

Era uma luz estourada, um vídeo que não agregava nada. Por exemplo, choveu torrencialmente e a pessoa começou a gravar a chuva. Quem vai querer ver a chuva?

É aquele lance que a fotografia cumpre o papel, não precisava do vídeo. Não agrega, então não precisa fazer (JORNALISTA 6, 13 de dezembro de 2010).

O fato de um vídeo não ter qualidade para ser levado a público denota a falta de competência cognitiva do jornalista para lidar com a produção de notícias multimídia. Diante dessa realidade, a orientação que o jornalista 6 e outros profissionais do on-line tinham era de dar dicas para os repórteres realizarem gravações melhores.

E a gente deixava claro, porque não é uma coisa imposta: “Leve esse celular e faça um vídeo, porque a gente tem que publicar”, não era assim. A gente tentava: “Essa pauta rende um vídeo? Dá pra fazer o quê? Uma entrevista com fulano, sicrano...”. A gente tem uma dimensão, baseada em experiências, um *feeling* de que aquilo pode render. Aí tem uma palavra importantíssima: pode. Não é que tem que render, vai render. Às vezes, a pessoa chega frustrada porque não rendeu. Não tem problema, fica pra um próximo. Só que você passa a ver que não rendeu porque ela não quis, porque ela não quer entrar nessa coisa, “eu não sou do online, não vou produzir material extra”. Mas a gente explicava que podia render uma entrevista, etc. Dava um apanhado geral de como podia render, explicava como funcionava o celular, que também era muito fácil (JORNALISTA 6, 13 de dezembro de 2010).

Salaverría e Negredo (2008, p. 77) reconhecem que a prática multitarefa acaba por interferir negativamente na informação veiculada, tanto em seus aspectos técnicos quanto de conteúdo. O comprometimento da qualidade desses conteúdos pode ser justificado tanto pela sobrecarga de trabalho, quanto pelo fato dos profissionais, em particular no caso do DN, precisarem acionar novos conhecimentos para o exercício dessa tarefa que não fazem parte do repertório cognitivo de muitos deles.

O fato de os vídeos serem um produto jornalístico exigia dos repórteres a capacidade de combinar uma interpretação simbólica (texto verbal) e outra icônica e indicial (vídeo) dos fatos, sem falar no manuseio do aparelho, na qualidade estética do registro e nos critérios de seleção dos fatos que seriam narrados audiovisualmente.

Salaverría e Negredo (2008, p. 166) observam que é a capacidade de produzir narrativas em texto ou em audiovisual que diferencia os repórteres na atualidade. Se, antes, os repórteres eram identificados pela vinculação a uma mídia (impressa, radiofônica e televisiva), hoje, com a tendência à produção multimidiática para ser veiculada na web, a plataforma de todas as mídias, o que irá diferenciar esses profissionais é exatamente o domínio de uma linguagem específica e dos códigos narrativos acionados para a produção noticiosa.

A particularidade e, digamos, curiosidade, do perfil de profissional que o DN tenta delinear é o fato de este ter que dominar a construção de dois tipos de narrativa, uma impressa e outra audiovisual. Para tal, os jornalistas do *Diário* precisavam acrescentar outros elementos a suas técnicas cognitivas, até então desnecessários para a única e exclusiva produção de

narrativas para veiculação no impresso. Essa condição despertou nos sujeitos estranhamento e insegurança frente a essa dupla atividade.

Os depoimentos que transcrevemos abaixo mostram como os profissionais conciliaram essa situação durante a rotina de trabalho.

Eu pensava a imagem, como era que podia ser. Eu recebia a incumbência de fazer, eu pegava lá e eu imaginava a cena. Eu pegava minha fonte aqui, em primeiro plano, e depois eu saía com o celular e mostrava o que estava acontecendo e voltava para ela. Então, eu produzia o vídeo, mas por quê? Primeiro porque eu sou perfeccionista mesmo e, depois, além de ser perfeccionista, eu gosto das muitas possibilidades de trabalhar, eu gosto, por fim, de informática, de internet, de celular, eu gosto dessas coisas, então, era uma iniciativa minha, mas era uma coisa própria minha. Mas eu não tinha essa formação para isso, e os repórteres hoje do *Diário* que estão indo para a rua com o celular para fazer, eles vão com má vontade, poucos são os que se empenham, eles entregam lá qualquer coisa, eu não sei nem quantos, o Portal é porque ele ainda não fez uma pesquisa para saber quanto ele aproveita (JORNALISTA 3, 24 de outubro de 2010).

Eu senti um peso danado, porque é uma responsabilidade danada. Porque primeiro eu estava fazendo o que eu tinha que fazer, como repórter do impresso, e prestando atenção e querendo que a fonte parasse pra eu poder ligar a maquininha e fazer o vídeo e a entrevista, ou então, imagens dos movimentos da rua e você com a máquina sem poder... Ou você segura a máquina ou a caneta ou o microfone, pra você gravar pra você, então eu fiquei meio que assoberbada (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

Sobre sair com o celular com a câmera, eu usei durante um tempo, mas não me agradava, porque eu já usava um pessoal, um do trabalho e ainda tinha o outro, né? E, muitas vezes, a gente tava na pauta, não tinha tempo de parar pra fazer outra entrevista curtinha pra colocar no celular e ser adaptada pro portal, por que eu não ia fazer uma entrevista todinha e gravar no celular se pro portal tinha que ser outra linguagem. Não faz sentido você fazer um monte de perguntas, mesmo que eles editem, mas é diferente, a forma de você perguntar, o objetivo é tudo diferente. Então, eram dois trabalhos e pra gente que trabalha na editoria de Cidade, na correria, demanda tempo. Eu já tive, tinha coisas importantes que eu tinha que fazer, eu já tive que voltar (no caminho, não cheguei a voltar da redação) porque tinha esquecido. Eu sempre esquecia. Além de ter raiva, eu esquecia. Tive que voltar pra poder filmar e fazer as perguntas, né? Mas já aconteceu também de eu fazer a entrevista normal, pra escrever a matéria, e depois fazer a entrevista pro celular e a pessoa dizer uma coisa nova. Aí é que ficava doida mesmo, porque aí “Ei, meu senhor, espere aí, que isso eu vou ter que anotar porque é pra mim” (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

No começo, a gente sofreu muito. O melhor professor é a praticidade e o tempo. A gente tremia demais, hoje não treme mais. Então é tudo um processo. Não tivemos nenhum apoio em termos de fazer um curso. É um aprendizado. Eu comecei, foi o seguinte, comecei em um período me dedicando a bater foto. Para mim, foi um aprendizado novo. Bati muita foto de vários produtos, de cenário. Veio o lance da multimídia. Fiquei um pouco receoso, mas foi muito legal. Hoje, eu ligo para isso, para filmar, olhar, para ter um conteúdo a mais. Eu acho bom, acho muito bom (JORNALISTA 16, 17 de dezembro de 2010).

No momento de realizar os vídeos, os repórteres do *Diário* não detinham saberes relacionados à linguagem audiovisual e nem critérios para avaliar o que era passível de ser informado por meio do vídeo (valores-notícia, como define Guerra [2008]), elementos esses

que fazem parte das técnicas cognitivas. Sem esses conhecimentos, torna-se difícil o “fazer” (técnica de produção), que diz respeito ao registro dos vídeos. Daí a falta de qualidade técnica das gravações. No entanto, como não podiam se furtar de elaborar esses conteúdos, alguns profissionais adaptaram as técnicas jornalísticas a partir da experiência empírica com a gravação dos vídeos, aprimorando assim o seu percurso interpretativo na produção de notícias que, conforme Guerra (2008), consiste na capacidade do jornalista julgar o fato e reportá-lo da melhor maneira possível.

A tese, aqui apresentada neste livro – inserida no paradigma da mediação – pretende sustentar que o trabalho jornalístico se caracteriza pela realização de um percurso interpretativo que nasce com uma pergunta, prossegue no sentido de reunir mais informações para responder à questão posta, a fim de se ter a melhor noção possível do que se passou, e conclui com a preparação de todas essas informações para serem apresentadas à audiência. No percurso interpretativo está implicado um problema relativo à teoria da interpretação – a capacidade ou a possibilidade de o repórter conhecer o fato e formar um juízo sobre ele (no paradigma da mediação, espera-se que tal juízo seja verdadeiro) – assim como implica o domínio de técnicas que implementem o processo de conhecimento que se realiza. Trata-se, portanto, de fundamentar a capacidade cognitiva do jornalista de conhecer o fato e de validar os instrumentos metodológicos usados para tal finalidade (GUERRA, 2008, p. 122).

De acordo com o autor, a capacidade de o jornalista interpretar os fatos está diretamente relacionada com a qualidade de sua produção. Não nos interessa avaliar aqui os conteúdos produzidos pelos repórteres do DN, mas apresentar, brevemente, o processo de produção dos vídeos, que irá nos revelar como esses profissionais lidaram com a assunção de um perfil profissional multitarefa, ou multimídia – nas palavras deles e da empresa, e adaptaram suas técnicas cognitivas de processo.

Sem um parâmetro para a gravação audiovisual, os jornalistas do DN valeram-se de diferentes referências para realizar os vídeos, seja das práticas do telejornalismo ou adequando o *modus operandi* do impresso para o audiovisual. Por conta da ausência de uma normatização da atividade multimídia sob o ponto de vista da organização, cada jornalista desenvolve um “fazer-possível¹¹¹” (GUERRA, 2008, pp. 220-221) particular, baseado em suas aptidões técnicas, experiências anteriores e preferências pessoais. O resultado desse processo está visível na qualidade técnica da gravação e nos conteúdos.

Nós temos uma preocupação muito grande também de mostrar o que a gente está falando. Porque o vídeo é a imagem, então, o que a gente está falando tem que ser mostrado. Como a gente trabalha muito com produto, a gente fala a ficha técnica dele, coloca o preço. O que eu acho interessante dessa questão dos vídeos é a repercussão e o *feedback* imenso. E não só do Ceará, Brasil e até do exterior. Vou

¹¹¹ O autor explica que o jornalista dispõe de matrizes interpretativas que irão orientá-lo durante o percurso interpretativo na produção da notícia. Essa matriz que serve de parâmetro para as Técnicas Cognitivas de Processo é composta por um conjunto de referências provenientes do campo jornalístico (dever-ser e dever-fazer), da organização em que atua (como-fazer) e do ambiente de convivência (fazer-possível) (GUERRA, 2008, pp. 220-221).

lhe dar um exemplo: o novo Gol foi lançado, essa nova geração, em 2008. Esse é o recorde de vídeos nossos aqui de acesso. Como o vídeo fica no *Youtube*, esse vídeo do Gol teve 90 mil acessos. E o interessante é que muitos comentam. Tem gente que comenta criticando o sotaque, tem gente que entra elogiando, tem gente que entra rebatendo as críticas. E esses comentários servem como um termômetro e um estímulo também. Se a gente trabalha isso para o público, a gente precisa saber o que está vindo de lá. E é outro lance sensacional da internet, que te possibilita isso, essa interação, tanto no vídeo, quanto no blog, no próprio material que sai na internet (JORNALISTA 1, 17 de dezembro de 2010).

O Jornalista 1, ao relatar seu procedimento de gravação dos vídeos, mostra como tem assimilado os conhecimentos necessários ao registro audiovisual e demonstra já um “dever-fazer” característico para a atividade, que complementa assim suas técnicas cognitivas de processo. Ou seja, ele criou um padrão para a realização do conteúdo adequado aos temas que integram sua área de cobertura, denotando assim o domínio do percurso interpretativo para a produção de notícias sob a perspectiva multimidiática.

A fala do jornalista 4 também esclarece o *modus operandi* desenvolvido por ele para registro dos vídeos.

Em Cidade, numa das últimas pautas, sobre a virtualização do Tribunal de Justiça, eu fiz um vídeo mostrando todas as etapas, do processo de papel até ser virtualizado, higienizado, escaneado e disponibilizado no banco de dados. O procedimento dependia da pauta. Vamos supor, se fosse uma recuperação do calçadão da Beira-Mar, então o vídeo era das máquinas trabalhando. Fazia um vídeo de uns 30 segundos, mostrava um trator tirando uma pá de areia e pronto. No caso desse da virtualização, por exemplo, eu fiz esse processo, pedi pro cara me explicar, eu anotei, depois pedi pra ele falar de novo pra eu filmar. Então, era ele o entrevistado, explicando, só que eu já tinha anotado, eu pedi pra ele falar de novo (JORNALISTA 4, 29 de novembro de 2010).

Quando o jornalista 4 afirma que “o procedimento dependia da pauta”, destaca o “fazer-possível”, ou seja, a adaptação do processo em relação às condições encontradas no momento e no local de cobertura do fato especificamente. E o simples fato de ter consciência disso já deixa transparecer a construção de um percurso interpretativo próprio para a realização dos vídeos, que difere do aplicado para as notícias do impresso.

Os comportamentos dos jornalistas 1 e 4 demonstram uma atitude de negociação diante da produção do conteúdo multimídia, na medida em que realizam os vídeos de acordo com as condições do trabalho em campo e dos seus próprios conhecimentos relativos ao campo do audiovisual.

Esses dois profissionais demonstram assim ter consciência do processo interpretativo, domínio dos conhecimentos relativos ao exercício jornalístico e ainda das áreas temáticas onde atuam. Eles reconhecem que precisam desenvolver outros mecanismos para produzir os vídeos, pois só assim poderão atribuir legitimidade jornalística a esse novo produto. Ou seja, os jornalistas 1 e 4 mostram que estão buscando maneiras de aprimorar suas técnicas

cognitivas para atender às necessidades que o jornalismo contemporâneo requer e que a instituição em que atuam também cobra.

Para outros jornalistas do DN, porém, o percurso interpretativo para a realização dos vídeos não foi significativamente incrementado. É o que podemos observar no caso do jornalista 7:

Eu filmava o que estava acontecendo, tanto que, muitas vezes, perguntavam assim (quando a gente entregava): “entrevistou alguém?” Aí eu dizia: “não”. Porque o entrevistado, quando estava aperreado, eu entrevistava para mim. Se o entrevistado tivesse disponibilidade, eu pegava para mim, e pegava para ele umas perguntinhas no vídeo. Mas se não, eu fazia só o do meu, porque eu tinha que ter o que escrever. Agora, eu pegava o que tava acontecendo ali. Geralmente, eles orientavam, pronto, isso era uma orientação, que fosse uma pauta que rendesse imagens. Então, geralmente, era uma coisa que estava acontecendo que poderia render (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

O profissional, nesse caso, não demonstra a busca de uma complementação em suas técnicas cognitivas para a produção do conteúdo multimídia. Ele foca sua atenção na produção para o impresso e, portanto, fica preso às técnicas cognitivas relativas a esse universo de trabalho. O vídeo aqui se apresenta como algo feito porque foi requerido pela organização e não é, assim, assumido pelo jornalista 7 como uma notícia que requer uma interpretação diferenciada da aplicada para a produção do conteúdo noticioso do impresso.

Enquanto o jornalista 7 prefere não sair da sua área cognitiva de domínio, o impresso, o jornalista 8 busca referências em outros domínios jornalísticos, no caso, no telejornalismo.

Por exemplo, quando eu uso a câmera... Como eu trabalhei com televisão, não é que eu seja operadora de câmera, mas você tem alguma noção de enquadramento, tem que ter uma mão firme, pra imagem não tremer, você já destaca um assunto, tenta focalizar uma pessoa... Só que essas câmeras que a gente tem não têm muito recurso, você não consegue dar um zoom, por exemplo. A gente não teve um treinamento específico pra usar essas câmeras, eu acho que não adianta muito você usar só por usar. Eu acho que tem que usar com qualidade. Eu até cheguei a sugerir pro diretor-editor de fazer um treinamento e ele marcou, mas marcou pra uma hora da tarde, eu não pude ir, acho que ninguém foi (JORNALISTA 8, 25 de novembro de 2010).

A fala do jornalista 8, além de demonstrar que este se apropriou de técnicas cognitivas de outros campos jornalísticos, deixa evidente, quando menciona que não houve um treinamento específico para orientar a gravação dos vídeos, a ausência de uma matriz interpretativa por parte da organização. Ou seja, o jornal não colaborou com o “como-fazer” dos jornalistas¹¹². Por conta disso, muitos deles procuraram em sua bagagem pessoal e profissional esse referencial de ação para que pudessem cumprir com a tarefa, dando margem para que negociassem a realização dos vídeos de acordo com os conhecimentos que

¹¹² Vale ressaltar que, quando atuava como repórter no DN, também nunca me deparei com orientações que guiassem a realização dos vídeos tanto no sentido técnico quanto de conteúdo. A única explicação que me foi dada era relativa ao manuseio do aparelho e se resumia a ligar e desligar o mesmo e acionar o modo câmera no menu.

dispunham. Diante disso, o jornalista 8 passa a interpretar o fato a ser narrado no vídeo tendo como parâmetro a narrativa telejornalística.

O jornalista 10, por sua vez, recebeu as orientações, mencionadas pelo colega de número 8, para desempenhar a tarefa. Mas estas vieram da parte de outros colegas do próprio impresso e não do jornal, ou seja, tratava-se de dicas dada por profissionais com mais tempo de exercício da profissão e não de regras normativas para guiar todos os repórteres.

Antes, quem estava fazendo os vídeos era a editora do caderno, mas ela me deu essa função e eu tinha que lembrar. Porque, no começo, eu só filmava e a repórter fazia as perguntas. Depois, eu fui pedindo: “Deixa eu perguntar, eu posso filmar?”, aí comecei a entrevistar, já sabia como era. Era sentada num canto, claro, só o rosto enquadrado, perto do microfone, para sair bem o áudio e perguntava o nome... Explicava para ela falar, que ela tinha que dizer o nome, que era artesã de onde, fazia o quê e por quê gostava. Se tivesse mais alguma coisa, a repórter perguntava. Às vezes, eu perguntava também, a editora perguntava (...). Mas eu já errei várias vezes, de colocar ela no canto errado. A editora perguntava: “Tem muito vento?” eu dizia que não, estava ótimo. Quando chegava aqui, não dava para ouvir nada. Mas a gente procurava o melhor lugar, eu ficava olhando se estava escuro, se dava. Eu me preocupava mais com a luz, o áudio era preocupação das meninas. O cachorro latia, tinha que repetir. Eu não tinha muito esse cuidado, era mais a repórter e a editora (JORNALISTA 10, 30 de novembro de 2010).

A fala do jornalista 10 demonstra como se dava na prática a negociação no campo de suas técnicas cognitivas entre matrizes referentes à prática do jornalismo impresso (dever-fazer) e o acréscimo dos elementos básicos da linguagem audiovisual. A articulação entre esses conhecimentos proporcionaram a ele um “fazer-possível”, que fica visível em seu depoimento quando explica que, no momento de realização das entrevistas (técnica cognitiva do impresso), preocupava-se com as interferências do ambiente na gravação, com vento e iluminação (técnica cognitiva do audiovisual, que passa a integrar as técnicas de produção do vídeo).

Essa postura demonstra exatamente a constituição de técnicas cognitivas de processo relativas ao perfil de profissional polivalente, multitarefa ou com multi-habilidades, pois um repórter de impresso não leva em consideração as interferências físicas do ambiente para a realização da entrevista, por exemplo. Essa preocupação se manifesta em casos especiais como para gravação de áudio da entrevista. Nessa circunstância as interferências do ambiente são avaliadas pelo repórter, mas que facilmente são resolvidas levando-se o entrevistado para um lugar silencioso. Da mesma forma, um técnico de imagem, um operador de câmera no telejornalismo não se preocupa com o conteúdo da entrevista, o que fica a cargo do repórter.

Sendo assim, o profissional multitarefa precisa exatamente conciliar saberes relativos à técnica, ou seja, à estética e linguagem audiovisual e conciliá-los com conhecimentos jornalísticos universais como técnicas de entrevista, valores-notícia, ética, dentre outros que

deverão ser incorporados pelos profissionais às suas técnicas cognitivas de processo, compondo assim a competência cognitiva para o desempenho de uma tendência jornalística polivalente, multitarefa ou multimídia, assim como define o *Diário do Nordeste*.

Para encerrar essa discussão, vamos traçar algumas considerações sobre os conteúdos dos vídeos. É interessante observar que muitos deles trazem unicamente entrevistas com uma das fontes envolvidas na matéria. Em geral, esses vídeos são compostos de um *close up* do entrevistado e a câmera permanece nele ao longo de todo o depoimento. Não vem ao caso, nesse momento, discutir as possibilidades técnicas do aparelho, mas destacar que os repórteres reproduziam, por meio do audiovisual, a mesma prática do impresso. A câmera de vídeo assumia o papel do gravador de áudio.

A falta de familiaridade com a linguagem audiovisual fazia com que os repórteres se valessem do que conheciam e dominavam, do que já fazia parte de suas técnicas cognitivas de jornalista de impresso: a entrevista. Raros foram os profissionais, a exemplo dos jornalistas 1 e 4, aqui já mencionados, que fugiram a esse padrão e produziram vídeos com o exercício de recursos audiovisuais mais apurados, como *zoon in*, *zoon out* ou simples movimentos de câmera.

Durante o monitoramento de 30 dias dos vídeos postados na sessão multimídia do jornal, observamos que 50%¹¹³ deles eram entrevistas com populares, jogadores de futebol ou representantes de instituições públicas (secretários ou técnicos), produzidos, em grande maioria, pelas editorias de Cidade e Jogada.

Quando não se tratava de entrevistas, os vídeos exibiam cenas de ação e movimento, como imagens de ruas alagadas por conta das fortes chuvas; de problemas no trânsito e ainda de apresentações culturais. Devemos ressaltar que, mesmo quando mostravam cenas com movimentos, esses vídeos eram feitos como se o aparelho estivesse sobre um tripé, ou seja, o repórter se posicionava e registrava a cena de um único ângulo, parado, assumindo, muitas vezes, o papel de “apertador de botão” (JORNALISTA 12, 02 de dezembro de 2010) e não se valendo de outros recursos da linguagem audiovisual para narrar o fato ou mesmo buscando uma perspectiva de observação diferente.

A condição vivenciada pelos jornalistas do *Diário* expressa bem as exigências que a construção de uma narrativa multimídia apresenta. Salaverría e Negrodo (2008, p. 170)

¹¹³ No período de 30 de dezembro de 2010 a 30 de janeiro de 2011, contabilizamos 40 vídeos realizados pelos repórteres do impresso. Vale ressaltar que muitos dos vídeos permaneciam no site por até três dias, o que pode ser explicado pela irregularidade na produção e também pela falta de qualidade técnica de algumas produções, que inviabilizava sua veiculação. Além disso, nessa mesma seção também foram postados vídeos provenientes das emissoras de TV do grupo e fotos de algumas matérias veiculadas no impresso e no on-line.

definem bem esse novo panorama narrativo do jornalismo convergente ao afirmarem que os jornalistas, mais do que nunca, precisam saber identificar quando uma imagem vale mais que as palavras e vice-versa. São o dinamismo e o domínio de diferentes códigos, linguagens e narrativas que marcam, sensivelmente, o perfil dos novos profissionais em tempos de convergência.

Esse jornalista do século XXI, um profissional multiplataforma¹¹⁴, é definido por Salaverría e Negredo (2008) como um sujeito que precisa ter “destrezas práticas essenciais” como investigar, entrevistar e redigir, conhecimentos estes da esfera da competência cognitiva universal dos jornalistas; e ainda acumular novos “sentidos” que abrangem: conhecimento da narrativa multimídia, da hipertextualidade, interação com o público, conhecer a audiência, usar as ferramentas de busca e apuração na internet e manusear os novos dispositivos móveis (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, pp. 170-173).

Ou seja, técnicas que compõem as competências cognitivas e de produção do que preferimos chamar de jornalista convergente, em vez de profissional multiplataforma, multimídia ou multitarefa.

Independente da denominação atribuída a esse perfil de jornalista, o que nos interessa destacar é que as novas técnicas e, conseqüentemente, competências que esses profissionais apresentam fundamentam a constituição de suas identidades. Afinal, como observa Woodward (2000), a identidade se constrói na prática (exercício da profissão) e é formada por um dado conteúdo simbólico (saberes, conhecimentos, técnicas).

Diante disso, no próximo capítulo, iremos relacionar a construção da identidade dos jornalistas do *Diário do Nordeste* com as vivências e novos conhecimentos desenvolvidos na experiência empírica de realizar vídeos para o conteúdo multimídia do jornal. Analisaremos, por meio de relatos e depoimentos sobre essa atividade, se os profissionais do DN ainda se consideram jornalistas de impresso ou se definem como profissionais multimídia ou convergentes.

¹¹⁴ É uma estratégia de convergência usada pelas empresas jornalísticas em que uma única notícia pode ser difundida em diferentes meios, sejam eles digitais ou analógicos. (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 53). O profissional multiplataforma seria então o jornalista capaz de produzir conteúdos diversos para diferentes plataformas, tanto para o on-line quanto para o impresso ou televisão.

5 - ATRÁS DA MÁQUINA HÁ UM SUJEITO

“No princípio, Deus criou os céus e a terra. A terra estava informe e vazia; as trevas cobriam o abismo e o espírito de Deus pairava sobre as águas. Deus disse: Faça-se a luz! E a luz foi feita. Deus viu que a luz era boa, e separou a luz das trevas. Deus chamou a luz dia, e as trevas noite. Sobreveio a tarde e depois a manhã: foi o primeiro dia.” (Gênesis, 1:1-5). A narrativa da criação do mundo contida na Bíblia ressalta o poder divino da palavra. Que através dela o mundo foi criado.

Crenças religiosas à parte, o que o primeiro livro a ser impresso por Gutenberg¹¹⁵ nos traz é uma verdade quase irrefutável: as palavras estão na origem de tudo, da sociedade e de nós mesmos. Para além de nossa constituição física e biológica (carne e osso), somos feitos de palavras. Assim como o Deus da narrativa bíblica, temos o poder de criar a nós mesmos por meio de palavras que expressam o que pensamos, gostamos, queremos e o que somos.

Ao mesmo tempo em que são instrumentos da criação, podem ser também artificios da destruição, decretando guerras ou a morte simbólica de si mesmo com uma simples afirmação: não sei quem sou. É através das palavras que marcamos nossa presença no mundo e é também por meio delas que nos diferenciamos de outros, que dizemos quem não somos ou não queremos ser. Mas para que nossa existência seja considerada válida, que essas palavras tenham sentido e importância, precisamos enunciá-las para o mundo, para outros sujeitos. Ou seja, temos que nos comunicar.

As palavras que comunicam quem somos formam o que se convencionou chamar de identidade. Diversos pesquisadores tanto da área de Comunicação como de outros campos do saber social são unânimes em afirmar que a identidade é expressa por meio do discurso (WOODWARD 2000, SILVA, 2000, HALL, 2006, MARTINO, 2010) da linguagem, de uma narrativa pessoal, formada a partir do encontro de nossas subjetividades com o meio coletivo, com o outro (GIDDENS, 2001; CASTELLS, 2008; HALL, 2006; SILVA, 2000; SANTAELLA, 2007 e MARTINO, 2010).

A identidade, portanto, se materializa em uma relação de comunicação, que não se restringe mais somente ao verbo dos primórdios dos tempos, mas a outros signos que traduzem o que antes eram só palavras em imagens e sons. É na relação com os signos

¹¹⁵ Em 1455, o alemão Johannes Gutenberg criou a prensa de tipos móveis e com ela revolucionou a história da humanidade. A Bíblia foi o primeiro livro publicado por Gutenberg. Em mais de 50 anos, as publicações feitas pelo alemão eram de escritos da Antiguidade e tratados religiosos. A obra *O Príncipe* (1513), de Maquiavel, foi o primeiro livro do Ocidente, em mais de mil anos, que não trazia nenhuma referência clássica ou bíblica (VILLAÇA, 2002, p. 49).

culturais ao nosso redor que moldamos nossa *persona* social e a ela nos apegamos, até que, consciente ou inconscientemente, desconstruímos nosso discurso em torno de nós mesmos, nossa identidade, e iniciamos a construção de uma nova narrativa, que nos conduzirá a um novo posicionamento identitário.

Para os jornalistas que trabalham no *Diário do Nordeste*, produtores de palavras, o domínio da tecnologia da escrita está na constituição de suas próprias identidades. Mas, agora, graças ao uso de uma pequena máquina, são obrigados a trabalhar com outros signos – vídeos – para construir os discursos sobre a sociedade. Com as palavras de um lado e a tecnologia de produção de imagens de outro, esses jornalistas começam a se questionar quem são: homens das palavras? Homens das imagens? Nessas reflexões, muitos se descobrem devotos das palavras e alguns aceitam flertar descompromissadamente com as imagens. Porém, todos são conscientes de que estão a construir uma nova narrativa, cujo *leitmotiv* é a presença, manuseio e uso de novas tecnologias (aparelhos e linguagens) na rotina de trabalho.

Lançamos mão do verbo, manifesto na forma de diálogo, de longas conversas orientadas pelos saberes acadêmicos, para investigar como se dá a construção das identidades dos jornalistas do *Diário do Nordeste*. Por meio de entrevistas em profundidade, foi possível perceber as marcas das identidades desses profissionais presentes nos relatos que eles construíram em torno da rotina de trabalho, dos conhecimentos necessários ao exercício da profissão, do uso das ferramentas tecnológicas tanto no contexto profissional como em outras situações, e, ainda, na definição de si mesmos, enquanto jornalistas, e na diferenciação em relação a outros profissionais, particularmente, aqueles encarregados da versão on-line do jornal.

Por meio da fala dos informantes, pudemos identificar as posições assumidas por cada um deles diante do uso de novas ferramentas tecnológicas na rotina de trabalho e do que isso representa para o cenário da profissão. Em seus relatos e reflexões, os jornalistas deixam entrever como reagiram e o que sentiram diante da atividade de gravação dos vídeos, o que nos possibilitou verificar se esses profissionais se posicionaram em consonância com o discurso hegemônico da instituição, se assumiram a postura de oposição ou passaram a negociar com a instituição (HALL, 2003).

Orientados pelas reflexões em torno de conceitos como identidade, da prática do jornalismo e das condições comunicacionais na atualidade tecidas por aqueles que nos antecederam, pudemos ter acesso ao imaginário em torno do jornalismo contemporâneo compartilhado por um grupo de profissionais da área. Para tal, tivemos que optar pelo estudo de caso como delineamento de pesquisa, que se mostrou viável para explorar as particularidades

do fenômeno aqui tratado. Dessa maneira, foi possível elaborar nosso próprio discurso em torno do atual cenário do exercício do jornalismo, expresso neste relatório de pesquisa que, particularmente, é também o marco do início de uma narrativa do próprio pesquisador.

5.1 – Novas práticas e novos sujeitos

Hoje, soa como impensável exercer o jornalismo sem ferramentas como sites de busca ou mesmo e-mail. Mais drástico é tentar visualizar a rotina sem o uso do computador. Por mais distante temporalmente que possa parecer, data de menos de trinta anos a chegada dos computadores e da informatização, de um modo geral, nas redações jornalísticas brasileiras.

No Brasil, até meados dos anos 80 – no Ceará, até o início dos anos 90 - o barulho do “bater” das teclas nas máquinas de escrever fazia parte do ambiente jornalístico. Cena esta que remete a um tempo romântico, marcado pela defesa de ideais políticos por parte dos profissionais e dos veículos em que atuavam e também de certo “amadorismo” da profissão, ou melhor, da ausência de regras, normas ou padrões de comportamento rígidos. Era a fase do jornalismo por vocação¹¹⁶, das rotativas barulhentas e das madrugadas em claro gastas na confecção da reportagem perfeita.

Era a época do jornalismo boêmio, sem horário nem disciplina, praticado com um jeito anárquico e muita liberdade. Não havia a imposição industrial de tempo e espaço. Era como se cada um fizesse o que queria (TRAVANCAS, 2011, p. 90).

Cenário este que foi seriamente modificado com a introdução das novas tecnologias na rotina produtiva do jornalismo. A substituição da máquina de datilografar pelo computador representa mais que uma mera troca de equipamento. Ela marca a emergência de um novo padrão jornalístico. A informatização das redações e o *modus operandi* introduzido por ela minaram com os resquícios do jornalismo idealista, deixaram sua face industrial à mostra, destruindo assim o último refúgio da “aura” da profissão.

Durante muito tempo, o jornalismo foi considerado uma atividade intelectual superior, portanto, a especialização e o maior controle da produção motivados pela organização industrial acabaram por fazer dele um negócio, uma empresa, o que não diminui sua importância social, mas abalou o status da profissão.

O caráter artesanal da imprensa perdurou até meados do século XIX. Os jornais produzidos durante esse período eram partidários e reproduziam o pensamento político de

¹¹⁶ O jornalista e escritor norte-americano Gay Talese, em entrevista concedida ao programa Roda Vida (TV Cultura), no dia 20 de julho, defendeu a tese de que o jornalismo ainda hoje é uma profissão que só deve ser exercida por aqueles que demonstram vocação e paixão pelo exercício profissional.

seus idealizadores ou dos grupos que os mantinham. Conforme Nelson Werneck Sodré (1983), o jornalismo no século XVIII era uma atividade solitária, irregular e até mesmo insegura, pois não havia verbas para a feitura dos jornais, o que implicava em uma periodicidade inconstante e na dedicação de homens que tinham como principal característica o domínio das letras.

Apesar disso, o autor observa que o jornalismo sempre esteve atrelado ao modo de produção econômico. Contudo, a atividade só deixará de ser um produto do “espírito” para se tornar notadamente uma mercadoria simbólica quando os jornais revestem-se do caráter empresarial, investem na veiculação de anúncios publicitários para obter renda e adotam equipamentos tecnológicos que dinamizam a produção (SODRÉ, 1983).

Se a informatização foi responsável por uma verdadeira revolução no jornalismo brasileiro, a entrada em cena das tecnologias digitais, a prática do jornalismo multimídia e o uso de softwares cada vez mais sofisticados para a edição das reportagens abala novamente as estruturas não só dos jornais, mas de todas as mídias informativas.

Conforme o professor José Marques de Melo (2003, p. 211), a transição entre os séculos XX e XXI impôs uma série de desafios à imprensa nacional, que se viu obrigada a exercitar mudanças morfológicas para garantir espaço e público diante das mídias digitais.

As alterações adotadas pelos jornais tendem a diminuir o espaço dos textos para valorizar outras modalidades informativas, como os infográficos e as ilustrações. As fotografias também são notadamente beneficiadas com o novo *layout* dos periódicos, que passa a privilegiar os códigos icônicos em detrimento do lingüístico (MARQUES DE MELO, 2003, p. 212).

Se nos anos de 1980 e 1990, valorizou-se a visualidade das informações para atender aos anseios de uma geração que nasceu com a televisão, hoje, o desafio dos jornais é atrair a atenção de um público que cresce em paralelo com a internet. Como observam Salaverría e Negrodo (2008, p. 17), estamos assistindo à conversão das empresas jornalísticas do século XX em empresas informativas do século XXI. Ou, na opinião de Marcondes Filho (2009), trata-se da quarta fase do jornalismo, iniciada ainda nos idos de 1970¹¹⁷.

O *Diário do Nordeste* tenta se adequar a esse novo cenário por meio do exercício da multimedialidade que a internet favorece. Esgotados os recursos informativos dispostos na página impressa (texto, fotos, gráficos, ilustrações, quadros etc.), o jornal encaminha o leitor para a internet, onde encontrará mais um modalidade informativa: o vídeo.

¹¹⁷As outras três fases do jornalismo, conforme o autor, aconteceram: na primeira metade do século XIX, na segunda metade do século XIX e a terceira nasce com o século XX (MARCONDES FILHO, 2009, pp. 19-22).

Todas essas metamorfoses visíveis no papel ou nas telas de computadores e dispositivos portáteis pelas quais os jornais passam não envolvem apenas questões ideológicas, aquisição de tecnologias e organização empresarial. Elas incidem, sobretudo, no modo de trabalho dos sujeitos, pois o produto final, o jornal, está inegavelmente relacionado com a colaboração, adequação, inclinação, negociação ou rejeição destes às mudanças.

Percebe-se que a vida dos jornalistas está ligada ao processo histórico que envolve a prática da profissão. Ou seja, suas histórias de vida também estão inseridas no processo e, ainda que nem todos digam isso claramente, eles são atores da cena. Não é possível separar suas vivências do contexto do país. Há uma relação estreita entre elas (TRAVANCAS, 2011, p. 112).

A relação das mudanças estruturais no jornalismo e a vida dos profissionais diz respeito aos postos de trabalho, à extinção de funções, aparecimento de novas tarefas e desemprego, embate de gerações e, sobretudo, à forma como os jornalistas passam a se definir baseados nas competências que precisam desenvolver para continuar atuando como tais. Como demarca Giddens (2002, pp.18-9), vida pessoal e atividade social estão estritamente relacionadas, portanto, o que acontece em uma dessas esferas tem consequência na outra. E, no jornalismo, conforme Travancas (2011), é difícil estabelecer uma linha que separe o aspecto pessoal do profissional.

Em sua pesquisa, Isabel Travancas (2011) pode verificar que, para muitos profissionais, o jornalismo passa a ser uma característica própria de seu “eu” social. Essas observações são relevantes no sentido de que mostram a estreita relação do exercício da profissão com a constituição subjetiva dos que a exercem. Daí porque alterações no ambiente e nas condições de trabalho acabam por abalar as certezas relativas ao domínio cognitivo da profissão, algumas delas incidindo diretamente na autodefinição dos indivíduos, nos seus posicionamentos, ou seja, na identidade.

A autoidentidade dos sujeitos modernos, conforme Giddens (2002), constrói-se a partir de um sentimento de segurança e confiança na realidade. O homem moderno é constantemente desafiado a aceitar a realidade e ter o que o autor chama de “ponto ontológico de referência”, ou seja, certezas que lhe dão segurança para continuar vivendo, amenizando as ansiedades inerentes ao estar no mundo moderno (GIDDENS, 2002, p. 50). Essas certezas não estão postas, mas são construídas pelos próprios sujeitos a partir de suas vivências cotidianas.

A segurança ontológica, uma variável que determina a autoidentidade dos sujeitos na modernidade, está diretamente relacionada com a consciência prática, quer dizer, com a capacidade de ação cotidiana baseada em conhecimentos e comportamentos “naturalmente” partilhados. A rotina e a repetição dos hábitos têm assim o papel de garantir a segurança dos

indivíduos para que estes não sejam levados pelo ritmo frenético da vida moderna. Contudo, dado o caráter reflexivo da modernidade, a rotina sofrerá mudanças que podem desencadear o sentimento de perda ou ausência nos sujeitos (GIDDENS, 1991, p. 101).

Os jornalistas do *Diário* experimentam essa situação quando se deparam com a nova tarefa relativa à gravação dos vídeos. Sair para a rua munidos de um celular multifuncional e com a incumbência de fazer registros audiovisuais pode parecer uma mudança simples, mas não é simplória. Consiste apenas no primeiro passo para uma série maior de transformações com as quais os jornalistas convivem nesse exato momento, movida pelo processo de convergência entre o jornalismo impresso e on-line.

A ausência de conhecimentos técnicos formais sobre o manuseio do celular e do exercício da linguagem audiovisual abalaram o estatuto profissional dos repórteres do DN na medida em que se viram na condição de leigos, mas foram cobrados pela instituição a agirem como peritos. Essa ambigüidade, desencadeando insegurança ou não, levou os profissionais a questionarem o sentido do trabalho que estavam realizando e o papel que deveriam desempenhar a partir de então.

O temor diante do novo, do desconhecido – uma marca da modernidade – está visível na fala do jornalista 7, um profissional com menos de 30 anos de idade e em princípio de carreira:

Eu fiquei insegura, eu fiquei um pouco perdida porque, como eu não sou uma pessoa muito ligada às novas tecnologias, assim - tem aparelhos que eu não sei nem mexer – e, às vezes, eles davam uma orientação: “olha tem que ser assim, mexe nesse botão, volta aqui”. Era engraçado que, quando eu estava fazendo, se não abrisse o telefone no modelo que eu sabia, errava. Aí ficava a maior confusão. Eu fiquei insegura, com medo de não dar conta, até que eu estabeleci que a minha prioridade seria o material do texto. Porque você fica muito inseguro de ter que fazer, anotar, perder aquilo e ficar anotando. A maioria não gostou. Não gostou porque considerou que foi mais uma atribuição para o repórter. Não eliminou funções, você só acrescentou funções e funções que, diga-se de passagem, para as quais você nem teve treinamento. Além da questão da própria segurança do equipamento. É um aparelho que chama a atenção, então você está com seu telefone pessoal, com o telefone da redação e você está com esse. Eu não tinha nem onde guardar. Às vezes, não era por mal, eu esquecia de filmar porque ficava guardado, ou então pedia ao fotógrafo para guardar, não tinha nem onde segurar, porque num bolso tinha um, no outro tinha outro e na mão a caneta e a prancheta. Assim, a maioria não gostou porque realmente considerou que era mais uma atribuição e, para mim, foi ruim por isso, porque eu não tinha nem onde botar. Cheguei a comentar com a editora, mas nunca foi uma coisa assim que a gente foi lutando para poder acabar com esse aparelho. Até porque eu decidi isso: eu vou fazer quando der. É tanto que eu chegava e dizia: “ô pessoal, sinceramente não deu, não teve momento”. Assim, eu aprendi, comecei a conviver com ele respeitando os meus limites. Eu fui fazendo isso, tomei essa decisão e pronto. Foram poucas as oportunidades que eu gostei de ter feito. No geral, era um problema. Nunca foi ótimo. Uma vez ou outra, eu filmava, uma vez, fotografava. Uma vez eu fui para um via sacra com meninos de rua e eles ficaram fixados nas cruzes, aí eu fiz umas fotos que achei bonitas, mas acho que não era nem o que o jornal queria (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

O sentimento de medo não está presente no depoimento do jornalista 11. Esse profissional com uma década de profissão e 35 anos de idade, demonstra outro nível de insegurança, não tão acentuado que o posto pelo jornalista anterior.

Sobre sair com o celular com a câmera, não me agradava, porque eu já usava um pessoal, um do trabalho e ainda tinha o outro. E, muitas vezes, a gente estava na pauta, não tinha tempo de parar pra fazer outra entrevista curtinha pra colocar no celular e ser adaptada pro portal, porque eu não ia fazer uma entrevista todinha e gravar no celular se pro portal tinha que ser outra linguagem. É diferente, a forma de você perguntar, o objetivo é tudo diferente. Então, eram dois trabalhos e, na correria, demanda tempo. Eu já tive que voltar (no caminho, não cheguei a voltar da redação) porque tinha esquecido. Eu sempre esquecia. Além de ter raiva, eu esquecia. Tive que voltar pra poder filmar e fazer as perguntas. Mas já aconteceu também de eu fazer a entrevista normal, pra escrever a matéria, e depois fazer a entrevista pro celular e a pessoa dizer uma coisa nova. Aí é que ficava doida: “Ei, meu senhor, espere aí, que isso eu vou ter que anotar porque é pra mim”. Para o leitor, eu entendo que é mais um recurso, mas o que a gente comentava era que daqui a pouco a gente ia sair com a máquina pra fazer as fotos também. E isso talvez não esteja tão longe de acontecer e a gente tem que se adaptar. A dificuldade que eu tive também foi logo depois que eu passei um ano em outra editoria e a gente não precisava levar lá. Então, quando eu peguei o celular pela primeira vez, todo mundo já estava adaptado. Não sei se eu tive uma resistência também por causa disso. Só sei que eu não gostava (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

Ao aceitarem ser jornalistas multitarefas ou multimídias, mesmo se considerando amadores ou tendo receios em relação à qualidade do que será produzido, os repórteres do *Diário* dão início à construção de uma nova identidade, em sintonia com as mudanças que vivenciam na rotina prática. Ou seja, se deslocam para uma nova posição identitária que causa temor, estranhamento e insegurança por não ser familiar, como alerta Giddens (2002, p. 172): “Uma auto-identidade precisa ser criada e de certa forma reordenada contra o pano de fundo das experiências cambiantes da vida diária e das tendências fragmentadoras das instituições modernas”.

Essa identidade, porém, não será elaborada de forma harmoniosa. Os discursos dos jornalistas deixam entrever as tensões e conflitos que permeiam não só a recepção da nova atividade, mas sua própria execução rotineira. A insegurança do jornalista 7 só foi superada quando este fez sua escolha em priorizar a apuração para o meio impresso. Já o entrevistado de número 11, mesmo não gostando da atividade e reconhecendo o desnível de conhecimento em relação aos colegas que já a praticavam, levou-a adiante.

Esses dois posicionamentos em relação à atividade nos mostram que os jornalistas negociam sua realização a partir dos conhecimentos que dispõem e também das condições em que se encontram. Como observa Stuart Hall (2003, p. 328), seja na cultura popular negra ou na cultura de um modo mais amplo, o fato é que estamos sempre negociando nossas posições sociais e, conseqüentemente, nossas identidades.

O cenário é complexo exatamente porque temos identidades múltiplas e pode acontecer de estas entrarem em choque entre si, como se deu com o jornalista 7 que, diante do impasse entre a posição identitária de impresso e a nova posição de produtor audiovisual, teme que sua identidade predominante seja prejudicada e opta, assim, por privilegiar o modo de trabalho relacionado ao impresso.

O exemplo de negociação está mais evidente no discurso do jornalista 11 que, mesmo em situação adversa, desfavorável – pois todos os colegas já realizavam os vídeos – exercita a posição de jornalista multimídia realizando o vídeo e também a matéria para o impresso.

As atitudes dos jornalistas do DN demonstram que, para além dos temores, medos ou ansiedades – como coloca Giddens (2002) – eles procuraram estabelecer novas rotinas que lhes garantissem a segurança necessária para concluir o trabalho todos os dias. “A manutenção de hábitos e rotinas é um baluarte crucial contra as ansiedades ameaçadoras, mas por isso mesmo é um fenômeno intrinsecamente cheio de tensões” (GIDDENS, 2002, p. 42).

As falas dos entrevistados são representativas dessa construção identitária assentada em um terreno marcado pela transição entre as tradições do jornalismo impresso e a emergência do modelo multimídia. A tensão entre priorizar a apuração para o impresso e, ao mesmo tempo, atender às novas exigências com a gravação dos vídeos mostra que, em meio a esse cenário cambiante, os jornalistas tentam encontrar um direcionamento. No caso dos profissionais cujos depoimentos transcrevemos, a escolha segura se deu pela posição identitária de impresso:

Estabeleci que a minha prioridade seria o material do **texto** (...) Assim, eu aprendi, comecei a conviver com ele respeitando os meus limites. Eu fui fazendo isso, **tomei essa decisão e pronto** (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

Muitas vezes, a gente estava na pauta, não tinha tempo de parar pra fazer outra entrevista curtinha pra colocar no celular e ser adaptada pro portal, **porque eu não ia fazer uma entrevista todinha e gravar no celular se pro portal tinha que ser outra linguagem**. É diferente, a forma de você perguntar, o objetivo é tudo diferente. Então, eram dois trabalhos e, na correria, demanda tempo. (...) Mas já aconteceu também de eu fazer a entrevista normal, pra escrever a matéria, e depois fazer a entrevista pro celular e a pessoa dizer uma coisa nova. Aí é que ficava doida: **‘Ei, meu senhor, espere aí, que isso eu vou ter que anotar porque é pra mim’** (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

O jornalista 7 optou racionalmente em priorizar o trabalho para a produção do impresso, enquanto o jornalista 11, ao descobrir uma nova informação durante a gravação do vídeo, e pedir para a fonte repetir para “ele”, está fazendo uma clara diferenciação entre o impresso (do qual faz parte) e a nova tarefa com o celular, que não toma para si, considerando como algo alheio, exterior a ele.

Conforme Martino (2010, p. 18), a identidade é composta de modo consciente ou inconsciente. Nem sempre nos damos conta de como moldamos nossa identidade. É exatamente dessa forma que os jornalistas do DN estão construindo suas identidades, autoidentidades ou assumindo posições identitárias ao longo da rotina de trabalho. A vivência prática e a instauração de um novo *habitus* guiam esses profissionais durante as experiências diárias de forma a que expressem uma confiança mínima para exercer a função jornalística.

A segurança para continuar trabalhando e inserido no contexto tecnológico é erigida pelos repórteres por meio da construção de uma nova rotina que, mesmo contando com a gravação dos vídeos - uma atividade até então ausente - está envolta no conjunto de normas e regras que são tradicionais ao *habitus* do jornalismo impresso. Aliado a isso, está também o desenvolvimento de técnicas cognitivas apreendidas a partir dessa nova vivência das rotinas de trabalho. Esse movimento entre a tradição (o impresso) e o novo (vídeos, audiovisual, jornalismo móvel e multimídia) expressa também uma forma dos jornalistas sintonizarem suas identidades a um modelo de identidade coletiva.

Conforme Thompson (2008, p. 165), a tradição influencia a construção da autoidentidade dos sujeitos e ainda de uma identidade coletiva que, no caso dos jornalistas, manifesta-se por meio de valores e crenças como objetividade, imparcialidade, liberdade, transparência e neutralidade, que são partilhados pelo grupo e, assim, moldam a identidade social do ser jornalista.

A identidade de jornalista de impresso, por sua vez, é construída por meio da mescla entre os valores universais que compõem a profissão jornalística - independente do suporte de veiculação, da empresa, do território e até mesmo do contexto histórico - e por um conjunto de práticas específicas. Estas dizem respeito a técnicas de apuração, linguagem e ainda questões como recursos disponíveis, *modus operandi* da instituição, ideologias, localização espacial e temporal, dentre outros fatores que compõem o *habitus* e as técnicas cognitivas da profissão.

A junção proporciona aos jornalistas elementos de identificação tanto no sentido geral, quanto no caso particular da atuação em um veículo impresso. Esse conteúdo simbólico é repassado na formação dos profissionais nos cursos superiores¹¹⁸ e é apreendido nas experiências diárias, sendo assim, atualizado de geração a geração, e dando origem a uma tradição. Contudo, a identidade de jornalista de impresso é posta em perspectiva exatamente quando esse terreno sólido das práticas tradicionais é abalado com o aparecimento de novas

¹¹⁸ Daí porque a formação universitária em Jornalismo tem relevância, assim como a regulamentação da profissão por meio da exigência do diploma para o exercício de funções jornalísticas.

práticas que se impõem sem qualquer referencialidade para os jornalistas do *Diário do Nordeste*.

Esses profissionais passam assim a experimentar um movimento entre a tradição e a novidade, entre lógicas culturais diferentes (impresso e audiovisual) e entre posições identitárias variáveis (impresso e multimídia), que irão influenciar em sua aceitação ou rejeição pelo grupo e, principalmente, subsidiar a definição de si mesmos enquanto jornalistas.

5.2 – O jogo de identidade e diferença entre os jornalistas do *Diário*

No campo midiático, o embaralhamento das práticas profissionais motivado pela convergência jornalística colocou os profissionais diante de um cenário transitório: os repórteres do DN não podem ser identificados apenas como redatores de notícias, pois acumulam também a função de realizadores audiovisuais. Diante dessa situação, os jornalistas ficam no limiar entre uma identidade calcada em valores e práticas associados à rotina do jornalismo impresso e outra ainda em construção, que os aproxima do manuseio de tecnologias móveis e de novas competências que incluem o domínio de outras formas de linguagem, como o audiovisual. Essas circunstâncias denotam o caráter móvel das identidades, conforme nos fala Hall (2006, p. 09).

A identidade torna-se uma ‘celebração móvel’: formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. (...). O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um ‘eu’ coerente.

O autor explica ainda que as identidades ganham forma por meio das práticas culturais dos sujeitos e também dos discursos que os envolvem (HALL, 2000, p. 112). Nesse sentido, a identidade dos jornalistas do DN se constrói exatamente no cotidiano da profissão, no exercício do trabalho diário e ainda na forma como eles se definem, reconhecem a si mesmos.

Durante a pesquisa, questionamos cada um dos informantes se estes se consideravam repórteres de impresso ou multimídia. A pergunta os forçou a optar por uma posição identitária, esta que se alinha não somente ao papel e à função que desempenham na instituição, mas também com a forma como estes esperam que os outros os reconheçam, afinal, como observam Hall (2000) e Woodward (2000), a identidade se constrói de modo relacional, levando em consideração o outro, seja pela diferenciação ou autoafirmação.

Martino (2010, p. 31) complementa a questão afirmando que a forma como conhecemos outro ser humano é essencial para que tenhamos referências e assim possamos construir nossa própria identidade e nos diferenciar dos demais.

No caso dos jornalistas por nós entrevistados, o outro é identificado não como os colegas que fazem o impresso, mas com os que trabalham na versão on-line do jornal. A natureza do trabalho dos jornalistas do *Diário Online* faz com que estes sejam os “diferentes” na ótica dos que trabalham no impresso. Como explica Silva (2000), a identidade depende da diferença para se constituir. Ambas são construídas lingüística e discursivamente e influenciadas pelas relações de poder, portanto, são perpassadas por conflitos e disputas (SILVA, 2000, p. 81).

Diante disso, no momento em que os profissionais do impresso enunciam as diferenças em relação aos jornalistas do on-line, eles estão se definindo. A identidade deles está assim atrelada à identidade dos webjornalistas, pois é na definição do que não são que acabam reunindo elementos simbólicos para poderem, enfim, dizer quem são de fato.

Ao se diferenciarem dos “outros jornalistas”, os profissionais do impresso criam também um sistema de classificação que demarca as fronteiras na redação e ainda pode ser acionado para justificar as hierarquias e manifestações de poder dentro desse espaço social.

A afirmação da identidade e a enunciação da diferença traduzem o desejo dos diferentes grupos sociais assimetricamente situados, de garantir o acesso privilegiado aos bens sociais. A identidade e a diferença estão, pois, em estreita conexão com relações de poder. O poder de definir a identidade e de marcar a diferença não pode ser separado das relações mais amplas de poder (SILVA, 2000, p. 81).

Uma das diferenças em relação aos jornalistas do on-line recorrente na fala dos entrevistados foi o fato dos profissionais da web não realizarem reportagens de rua, ou seja, de serem, de acordo com o jargão da profissão, “jornalistas sentados”¹¹⁹.

Eu acho que eles não são bem preparados. Exatamente, por eles não terem vivência de rua. Eu acho que um bom repórter do portal teria que ter passado primeiro pelo impresso para ir pra rua, para pegar experiência, ligar para as fontes, para saber como é. Eles ficam muito na redação, muito presos e, muitas vezes, a matéria deles é superficial por conta disso (JORNALISTA 4, 29 de novembro de 2010).

A análise que o jornalista 4 faz do outro é embasada no *habitus*, na rotina de trabalho do impresso. Ele toma sua própria rotina como parâmetro e, ao fazer isso, reitera o discurso ainda vigente de que o jornalista da imprensa é o paradigma da profissão. Esse argumento foi observado também por Travancas (2011) em sua pesquisa.

¹¹⁹ Conforme Ciro Marcondes Filho (2010), a expressão jornalista sentado é usada para diferenciar os repórteres que vão às ruas para apurar, daqueles que realizam a atividade da própria redação, por telefone e, mais recentemente, por e-mail. Nesse sentido, os jornalistas sentados são vistos como inferiores aos demais, como se o trabalho deles fosse mais simples, mais fácil de executar.

A autora concluiu que dentre os “velhos” jornalistas há um ideal no qual a vivência e a experiência é que autorizam o profissional a ser jornalista. No caso particular de nosso entrevistado, é interessante destacar que ele tem 30 anos de idade e quase 10 de profissão, portanto, o lugar de onde fala não é da experiência de vida (se comparado aos “velhos” jornalistas entrevistados por Travancas [2011], na maioria, variando de 40 a 60 anos de idade), mas da vivência jornalística no meio impresso.

Por outro lado, essa afirmação aproxima-se também dos argumentos que Salaverría e Negrodo (2008) encontraram junto aos profissionais da atualidade - lotados em redações integradas de diferentes jornais do mundo - para os quais todos os outros meios apresentam qualidade inferior em comparação com o impresso, como se apenas essa modalidade pudesse ser considerada o “verdadeiro jornalismo”.

Ciro Marcondes Filho (2009), ao elencar as categorias de profissionais de pé e sentados, também visualiza uma diferenciação simbólica entre essas duas funções. Os jornalistas de pé se encaixam com o perfil dos repórteres, os que se movem pela cidade em busca de fatos, operários anônimos da informação, com reconhecida competência entre os colegas, mas desvalorizados pela categoria. Já os jornalistas sentados são os editores, redatores, chefes de reportagem, profissionais que limitam sua atuação, muitas vezes, ao espaço da redação.

Estabelecendo um paralelo entre os jornalistas do impresso e os do on-line, estes últimos estariam mais inclinados ao perfil de profissionais sentados, que é exatamente o que o jornalista 4 destaca em seu depoimento. No entanto, queremos demarcar que o jornalista 4 destaca em seu depoimento. No entanto, queremos demarcar que o jornalista 4 destaca em seu depoimento. No entanto, queremos demarcar que o jornalista 4 destaca em seu depoimento. No entanto, queremos demarcar que o jornalista 4 destaca em seu depoimento. No entanto, queremos demarcar que o jornalista 4 destaca em seu depoimento. No entanto, queremos demarcar que o jornalista 4 destaca em seu depoimento.

Esse referencial ao *habitus* do jornalista “clássico” de impresso, presente na fala do entrevistado de número 4, traz à tona os contornos de uma identidade essencialista do jornalista (HALL, 2006 e WOODWARD, 2000), construída a partir de um conjunto autêntico de características, nas quais, a reportagem de rua, que coloca o repórter em contato direto com a cidade, desponta como um desses elementos que legitimam a autenticidade do fazer jornalístico. “Ao afirmar uma determinada identidade, podemos buscar legitimá-la por referência a um suposto e autêntico passado glorioso, mas, de qualquer forma, um passado

que parece ‘real’ – que poderia validar a identidade que reivindicamos” (WOODWARD, 2000, p. 27).

No imaginário do jornalismo moderno, o repórter é a figura que melhor sintetiza a profissão: um andarilho em busca de acontecimentos, um observador e contador de histórias sobre a cidade e dos que nela habitam. Travancas (2011, p. 44) destaca que ele se constitui em um elemento paradigmático da profissão, tanto para os que dela fazem parte quanto para o grande público, fazendo assim com que o repórter seja a própria definição de jornalista. Essa imagem, envolta em uma aura romântica – não se pode negar - integra a herança simbólica do jornalismo e remete ao passado, às tradições da profissão, compondo assim uma suposta essência do trabalho jornalístico.

A postura essencialista adotada pelo jornalista 4, contudo, não pode ser confundida com saudosismo ou tributo ao jornalismo romântico. O olhar particular desse repórter marca, de certa forma, seu posicionamento em relação às mudanças no ambiente de trabalho e na conjuntura da profissão de um modo geral. Em meio ao turbilhão de transformações, o jornalista 4 se apega ao que pode ser visto como um “lugar seguro”, no caso uma posição identitária essencialista construída com base nas práticas tradicionais ou clássicas relativas ao jornalismo impresso que valoriza a reportagem de rua como um marca forte do exercício da profissão.

Ainda no que diz respeito ao fato de os jornalistas da web não fazerem apurações fora da redação, selecionamos outros dois depoimentos que problematizam a questão sob uma perspectiva do tempo presente:

Que eles não saem da redação. A principal diferença é essa. A maioria das matérias eles fazem por aqui. Quando eles saem, é para fazer matéria para caderno, para o Tecnoguia, para o caderno de Emprego, mas para o jornal impresso, aí eles saem. Mas para o *Portal*, não. E eu já vi em pauta, nas pautas de Política, por exemplo, visita de presidenciável, tem matérias de outros portais, do *Terra*, do *IG*, que eles mandam correspondentes para vir fazer a matéria. E aqui não ia ninguém do *Portal*, era o repórter de Política e o repórter fotográfico (JORNALISTA 10, 30 de novembro de 2010).

A maior diferença é a apuração. Eu sou o sujeito da matéria, na medida em que estou colhendo a informação, não sendo personagem. Eles não. Eles só utilizam a informação. Mas eu sei que outros portais, como o da *Folha*, eles trabalham lá, são os repórteres que fazem. Existem repórteres exclusivos do portal, tem outros sites que os repórteres vão para a rua, fazem material de foto, de vídeo, escrevem. Isso sim é repórter multimídia. (JORNALISTA 12, 01 de dezembro de 2010).

A diferenciação elaborada pelos jornalistas 10 e 12 compara a prática dos webjornalistas vinculados ao *Portal Verdes Mares* com as de outros portais noticiosos brasileiros, cujos profissionais não se restringem ao espaço da redação e vivenciam o fato para realizarem coberturas exclusivas. É interessante destacar ainda que, quando o jornalista 10

explica que os repórteres do on-line realizam reportagens de rua para produzir conteúdos para o impresso, fica em relevo uma experiência que Salaverría e Negredo (2008, p. 79) recomendam que seja adotada nas redações integradas: dar oportunidade para que os jornalistas do impresso tenham contato (trabalho) com a edição on-line e, ao mesmo tempo, proporcionar aos jornalistas do on-line situações em que possam sair às ruas para apurar.

No caso do DN, verificamos, durante nossa observação direta, exatamente o que o jornalista 10 descreve: a dupla atuação dos profissionais do on-line em situações pontuais. Porém, não verificamos o contrário, a colaboração de profissionais do impresso com a produção de conteúdos para a versão on-line além da gravação dos vídeos digitais.

Outra interpretação advinda dos relatos dos jornalistas 10 e 12 é a conexão entre passado e presente nas práticas jornalísticas contemporâneas. Ao destacar a apuração, eles acionam a tradição profissional, mas, ao mesmo tempo, atualizam essa tradição ao descrever, brevemente, como é adotada em outros veículos jornalísticos brasileiros e, mais especificamente, naqueles que não estão ancorados em mídias tradicionais, que são meios de veiculação exclusiva pela internet.

Os autores Silva Júnior e Guerra (2002), ao analisar a cobertura de três organizações informativas on-line (*Agência Estado, Folha On-Line e Jornal do Último Segundo*), observaram que essas instituições trabalhavam com práticas tradicionais do campo do impresso e ainda levavam para o meio digital os vícios provenientes do trabalho para mídia impressa.

A internet permite uma infinidade de recursos extremamente interessantes do ponto de vista jornalístico, que sequer podem ser explorados na sua potencialidade, porque são limitados pelo modo como as organizações jornalísticas administram a produção da notícia. Porém, há outro fator diretamente associado a este: a competência cognitiva dos jornalistas (SILVA JÚNIOR E GUERRA, 2002, p. 13).

A observação dos autores é interessante porque colocam em relevo que não basta investir na aquisição de tecnologias para dinamizar a produção jornalística sem investir nos profissionais que irão produzir esses conteúdos. O resultado desse descompasso entre tecnologia e fator humano é a transposição de modos de ação e trabalho pautados nas mídias tradicionais para a internet, o que acaba limitando a criatividade e qualidade da produção noticiosa.

Processo esse semelhante ao que observamos no *Diário do Nordeste*, quando os jornalistas se valem de seu repertório de impresso para produzir o conteúdo audiovisual que será disponibilizado na versão on-line do jornal. O resultado desse fenômeno são produções

de baixa qualidade que, muitas vezes, deixam de ser veiculadas por não agregar valor noticioso ao texto e à fotografia, quando disponibilizados on-line.

As particularidades da internet enquanto meio jornalístico também foram apontadas como um fator de diferenciação por alguns informantes.

Acho que eles lidam com uma quantidade muito maior de informações e que, pelas características do meio, eles têm que ter uma abordagem mais superficial, mais concisa do fato. Até porque não dá pra colocar um texto muito longo na internet, cansa muito. (...) Acho que o estresse deles é decorrente desse imediatismo, dessa pressão de dar antes do concorrente e de lidar com um volume muito grande de informações, de imagens, de vídeos. O nosso estresse é de outro tipo, não é melhor nem pior, mas de outro tipo. Porque, não da mesma forma que eles, mas a gente também lida com o imediatismo e temos a questão de que temos que ser profundos, temos textos mais longos, temos que fazer uma análise mais aprofundada e, quando o assunto permite, até ter um texto mais sofisticado, mais elaborado. (JORNALISTA 8, 25 de novembro de 2010).

Eles são jornalistas, têm que ser jornalistas por formação, eu acredito nisso, e eles devem ser qualificados para trabalhar nesse tipo de mídia. Eu acho que, por exemplo, se eles viessem para o impresso, ele iam sentir tanta dificuldade quanto nós. Acho que a internet tem uma linguagem muito instantânea. É agora, agora mesmo e nesse minuto, nesse segundo, no próximo minuto, no próximo segundo, são outras coisas. E o jornalismo impresso é mais... A gente busca a fonte, busca aprofundar mais a matéria e ela fica ali, impressa. (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

Os jornalistas 8 e 9 chamam a atenção para as diferenças relativas à velocidade da circulação da informação na internet e também para o volume de informações divulgadas nesse meio, diferentes do impresso. Contudo, mais do que acusar o jornalismo feito na web de superficial - crítica essa corrente, como observam Salaverría e Negrodo (2008) – os profissionais do DN conectam essas características do meio com o *habitus* dos jornalistas que para ele produzem conteúdos.

Dessa forma, os dois informantes estabelecem uma diferença que não é marcada por um juízo de valor que descredencia o outro. Mas, ao mesmo tempo, meio que de forma discreta, em suas falas, deixam pistas que denotam a relação hierárquica em que se encontram relativamente aos jornalistas do on-line, simbolizada aqui pelo uso do advérbio “mais”.

O entrevistado 8 afirma que os textos para o impresso precisam ser “mais longos, mais profundos” e até mesmo “mais sofisticados”, relegando assim para o jornalismo on-line o lugar do “menos”. Já o jornalista 9 resume em uma frase o tom de superioridade que perpassa seu discurso: “E o jornalismo impresso é mais”.

Essa atitude é consequência do próprio processo de diferenciação. Como explica Martino (2010, p. 47), o diferente costuma ser considerado inferior em muitas práticas cotidianas e essa atribuição acaba estabelecendo uma relação entre os dois entes do tipo

dominantes x dominados, na qual o dominante (jornalistas de impresso) exerce poder simbólico sobre os dominados (jornalista on-line).

Essa sutil superioridade e a hierarquização podem ser percebidas nas relações interpessoais entre os dois grupos de profissionais, obedecendo também à lógica de oposição entre os estabelecidos e os outsiders, de que falam Elias e Scotson (2000). Nesse sentido, os jornalistas do *Diário* são os estabelecidos, pois se ancoram na tradição histórica da própria mídia impressa, enquanto o lugar de outsider fica para os profissionais do *Diário Online*, aqueles recém-chegados no universo jornalístico¹²⁰. Ou como diriam Salaverría e Negredo (2008, p. 100), os meios mais velhos consideram os novos como “crianças”, aqueles que ainda precisam crescer, ou seja, desenvolver a maturidade jornalística.

A condição de superioridade do impresso em detrimento do on-line é reforçada, inclusive, pelo discurso do próprio diretor-editor do *Diário do Nordeste* quando revela que uma das estratégias para promover a convergência jornalística na instituição é proporcionar a migração de jornalistas do on-line para o impresso.

Por que eu trouxe a internet para dentro da redação do jornal? Porque esses profissionais precisavam conversar, eles precisavam se relacionar com a redação como um todo. Não cabia ao jornal, no meu entendimento, ter essas coisas separadas. Elas tinham que caminhar junto até para que eles pudessem, na convivência, compreender o processo, como funciona de um lado e como funciona do outro. Por que eu digo que a internet é o nosso laboratório? Porque, quando eu trouxe a internet para cá, a intenção era que esses profissionais, ao se formarem, ao estarem habilitados a trabalhar com a ferramenta, passassem a sair da internet e entrassem na ação do meio impresso, porque ele já vem com uma formação, um entendimento do que é internet. Quando ele traz essa lógica do trabalho para dentro da redação, ele está disseminando, ele já vem com uma percepção diferenciada. Se você perceber aqui no jornal, várias pessoas que estão nas editorias do meio impresso são pessoas oriundas da internet (ILDEFONSO RODRIGUES, 28 de janeiro de 2011).

A explicação do diretor-editor do DN deixa entrever que, ao mesmo tempo em que a desenvoltura dos jornalistas com o trabalho na internet é valorizada, a mesma é utilizada para aprimorar o jornalismo impresso, com a mudança de profissionais do on-line para funções estratégicas no fluxograma do jornal. Esses jornalistas saem da web para ocupar cargos superiores, como de editores e secretários de redação¹²¹. Ao serem alçados para espaços de destaque na redação, eles assumem, então, o papel de estabelecidos e legitimam sua

¹²⁰ A experiência que colocamos em relevo aqui não diz respeito aos profissionais individualmente, mas ao meio. Os jornalistas do on-line são recém-chegados no sentido de que atuam em um meio novo, cujos hábitos, práticas e normas estão em pleno processo de construção e não porque são inexperientes no jornalismo, já que há profissionais trabalhando na versão on-line do DN que acumulam experiências de trabalho no impresso também.

¹²¹ Os atuais secretários de redação do *Diário* são profissionais que iniciaram a carreira na empresa trabalhando no on-line até serem convidados a atuar no impresso. A função de secretário de redação só é inferior a do editor-chefe. Em linhas gerais, esse profissional é responsável por produzir manchetes para a primeira página do jornal e ainda realizar a mediação entre o trabalho da redação e a administração da empresa.

excelência holística, pois acumulam competências cognitivas, de conduta e de produção tanto para o impresso quanto para o on-line.

Essa particularidade faz com que possam assumir uma postura que consideramos como **convergente**, pois unem saberes cognitivos relativos aos dois meios, dimensionando assim a proximidade e o distanciamento entre o impresso e o on-line. Essa faceta os capacita para ocupar um cargo considerado de confiança dentro da redação, onde é requerido deles mais do que saber escrever ou gravar vídeos, e sim um domínio dos conhecimentos relativos à profissão e à empresa também.

Esse trânsito entre profissionais que começam no on-line e são deslocados para o impresso é indicativo - ao contrário do que sugeriu o jornalista 4, no início dessa discussão - de que o jornalismo impresso está ganhando outras proporções. Da mesma forma que o jornal se desvincula da necessidade do papel, o jornalista que atua nessa instituição também deve apresentar outras características para além de um texto bem escrito formal e criativamente.

O ofício desse profissional agora inclui outras competências que vão desde o trato com diferentes linguagens, como o audiovisual, a visualizar estratégias multimidiáticas e multiplataformas de aproximação do impresso com o on-line por meio de novos serviços e conteúdos.

Ao contrário do que se costuma acreditar, o trato com as novas tecnologias não representa apenas o domínio tecnológico para manusear os novos aparelhos e recursos informáticos (performance técnica, nas palavras de Wolton [2006]). Mas, sobretudo, a compreensão de qual o lugar do jornalismo impresso no mundo contemporâneo e da utilização desses conhecimentos na rotina de trabalho e como se adequam ao contexto específico da instituição em que atuam. Ou seja, a construção de um percurso interpretativo diferente para as notícias (GUERRA, 2008).

Esse cenário é desenhado graças não só ao uso dos dispositivos digitais, mas à influência (concorrência) dos outros jornalistas, dos diferentes, cujas presenças e atuação forcem o jornalista de impresso a se redefinir na contemporaneidade. Dessa forma, o jornalista do tempo presente precisa aprimorar suas técnicas cognitivas profissionais (GUERRA, 2008, p. 173).

O manuseio das novas ferramentas tecnológicas e as ações de convergência passam a também integrar as técnicas cognitivas de produção e de conteúdo definidas pelo autor, estas que independem do suporte de veiculação dos conteúdos jornalísticos. O profissional que consegue relacionar essas técnicas universais ao campo do jornalismo com as mudanças proporcionadas pelo processo de convergência jornalística encarna um perfil que chamamos

aqui de **jornalista convergente**, que proporcionaria aos profissionais ocupar uma posição identitária **de jornalista convergente**.

Esta seria calcada no domínio e exercício do jornalismo tradicional, independente do meio, e sem a restrição ao domínio de um único código lingüístico, adequado às novas condições de mediação jornalísticas decorrentes da presença das novas tecnologias não só no fazer jornalístico, mas na própria sociedade.

A iniciativa do DN de deslocar profissionais do impresso para o on-line pode ser vista como o fundamento para a constituição de um novo perfil de profissional que, conseqüentemente, transitará pelas posições identitárias com mais flexibilidade e menos apego a uma única posição, o que denota não só uma adequação ao novo cenário jornalístico, mas ao próprio tempo presente, ao estágio móvel e fluido da modernidade.

5.2.1 – A alteridade fala

Mostramos, com a discussão anterior, como os repórteres de impresso reconhecem e definem os jornalistas do on-line, os outros e diferentes em relação a eles e, portanto, referenciais também na reconstrução da identidade desses profissionais vinculados ao meio de papel. Nesse momento, trazemos então a perspectiva dos profissionais do on-line em relação ao que atua no impresso.

Apesar do foco da pesquisa estar centrado nos jornalistas de impresso, destacar a versão, a fala de dois informantes que desempenham o trabalho de webjornalistas é esclarecedora na medida em que mostra não só como estes definem os colegas, mas, sobretudo, como se posicionam em relação a eles, se na condição de superiores ou inferiores, o que denota se assumem a postura de outsiders ou se, do contrário, procuram se estabelecer em um espaço social onde a cultura do impresso notadamente prevalece, apesar de um novo *habitus*, associado ao uso das novas mídias, estar em pleno processo de delineamento.

A definição que o jornalista 6 faz de um repórter de jornal é exemplar dessa hegemonia do impresso em relação à web. Jornalista em início de carreira, com quatro anos de trabalho na versão on-line do *Diário do Nordeste* e colaborações para a versão impressa, ele reproduz o discurso corrente de que o jornalismo impresso se diferencia daquele veiculado na internet pelo aprofundamento dos fatos, das discussões e pelo tempo maior para apuração e elaboração do texto final.

O repórter do impresso tem uma cautela maior porque tem mais tempo de checar a informação, de ligar 300 vezes para a mesma fonte para checar se foram 10 mortos

ou se foram 8. O do on-line não, ele tem que publicar. “Foram 8. Segundo quem? Segundo a Polícia Rodoviária Federal, então vamos, publica!” Mas aí a Polícia Militar diz não, foram 10. Aí o jornalista do impresso vai ter até a hora do fechamento do jornal dele para colocar se foram 8 ou 10, o do online não vai. O repórter do impresso tem essa vantagem em relação à gente, que é o tempo da apuração e para estar checando isso (JORNALISTA 6, 13 de dezembro de 2010).

O informante faz uma breve comparação entre a prática de apuração na web e no impresso, destacando a condição “vantajosa” do jornalista de impresso no que diz respeito ao tempo para executar essa tarefa. Essa observação, em particular, ganha um tom respeitoso em relação à tradição jornalística da mídia impressa. Ao fazer isso, o entrevistado assume o lugar da desvantagem, esse que aparece como consequência do objetivo que norteia o jornalismo na web: o furo, a notícia em primeira-mão que, de certa forma, deixou de ser perseguido pelo impresso, que colocou em seu lugar como critério de diferenciação em relação às outras mídias o aprofundamento das notícias.

Para o jornalista 17, contudo, o impresso é que está em desvantagem em comparação com o on-line:

O jornalista do impresso tem a visão textual mais uniforme e completa, mas não total da produção, inclusive no impresso, de todo o processo de publicação da notícia. Enquanto o jornalista do impresso busca ser lido, o webjornalista busca não só ser lido, mas ter o seu conteúdo compartilhado (em mídias sociais, por exemplo), discutido (em mídias sociais e comentários, por exemplo) e com recepção colaborativa (receber dicas, ofertas de conteúdos adicionais em vídeos, fotos, etc). Ele busca ofertar conteúdo que provoque conexões e serviços. Os objetivos do texto vão além da leitura, de uma forma mais passiva no impresso (JORNALISTA 17, 31 de maio de 2011).

O informante 17 tem oito anos de atuação como webjornalista, onde iniciou a carreira, portanto, apresenta domínio do meio e das práticas que exige. Em sua fala, a interatividade é destacada, sendo apresentada como a vantagem do jornalismo on-line. Ao enunciar que a leitura do impresso é mais passiva que a praticada na internet, ele aciona um discurso que remete aos primórdios da *Mass Communication Research*, para a qual os sujeitos têm um comportamento de passividade diante das mensagens midiáticas (WOLF, 2005), contrariando assim todo um esforço epistemológico encabeçado pelos estudos de recepção que tentam desconstruir essa ideia da onipotência das mídias, mostrando como os sujeitos se apropriam dos conteúdos e os ressignificam em seu cotidiano e de acordo com seus interesses (MARTÍN-BARBERO, 2004).

É indiscutível que a interatividade nos meios digitais é mais desenvolvida que a interação promovida pelas mídias tradicionais, contudo, como destaca Frago (2006), não se pode celebrar uma liberdade total por meio da web, por exemplo. Conforme a autora, a

ausência de controle e liberdade universal de ação nos meios digitais é um mito, dado que o usuário sempre atuará dentro de um campo limitado de possibilidades (mesmo que sejam milhões de possibilidades e combinações, mas elas são finitas) demarcadas pela programação do próprio sistema (FRAGOSO, 2006, p. 06).

Com as grandes organizações midiáticas, mesmo aquelas atuantes na internet, não é diferente. A interação é controlada pelas ferramentas e espaços que a instituição reserva para essa participação dos usuários.

Retomando a fala do jornalista 17, o que fica claro é que a interatividade entre os usuários nas plataformas digitais é a principal diferença entre a prática do jornalismo on-line e a do impresso. O conceito que estabelece a diferenciação entre esses dois modelos jornalísticos e, conseqüentemente, entre os sujeitos que neles atuam, sempre esteve presente na história dos meios de comunicação, porém, ganhou mais relevo e amplitude com a digitalização das informações. Ao passo que a narração do mundo faz emergir uma questão latente na constituição das mídias (a interatividade), ela também redimensiona questões clássicas do jornalismo, como o próprio conceito de notícia, e as qualidades que o profissional contemporâneo deve apresentar.

Algumas dessas novidades cognitivas, técnicas e de conduta estão presentes no depoimento do jornalista 17:

Possuímos os seguintes principais diferenciais: visão 180° da notícia com participação no conteúdo publicado (texto, foto, vídeo, chamada na capa e mídias sociais, etc), visão interativa sobre o conteúdo (jornalismo colaborativo e cidadão) e execução de conteúdo em multiplataformas. Além disso, são profissionais que possuem as seguintes características no perfil: agilidade, criatividade, nível alto de atenção e concentração, raciocínio rápido, objetividade, sensibilidade (que é exercitada e aguçada principalmente em virtude da presença constante da opinião do público, de contrárias a várias, e do comportamento em métricas sobre o conteúdo, desde quantos cliques, visualizações, comentários a notícia possuiu) e disposição para entendimento da crítica e dos erros (JORNALISTA 17, 31 de maio de 2011).

A definição de si e diferenciação construídas pelo webjornalista acima denota uma característica considerada por Salaverría e Negrodo (2008) como prejudicial ao processo de integração das redações: a concorrência. O fato de destacar as características que os jornalistas do on-line apresentam pode ser interpretado como uma tentativa do informante de colocar os jornalistas do on-line em uma posição de “vantagem” em comparação com os colegas do impresso. Enquanto o jornalista 6 aponta as vantagens do impresso relativas à web, o jornalista 17 faz o contraponto qualificando seu grupo e apontando as desvantagens da função de impresso.

A atitude do informante 17 pode ser justificada pelo cargo que ocupa: uma função de chefia e estratégica dentro da instituição. Portanto, a defesa das qualidades dos jornalistas da web é uma forma de legitimar a si mesmo e ao grupo, convertendo-se assim em uma declaração de luta de poder dentro da redação.

Muitas questões diferentes podem expor às claras as tensões e conflitos entre estabelecidos e outsiders. No fundo, porém, todas são lutas para modificar o equilíbrio de poder; como tal, podem ir desde os cabos-de-guerra silenciosos que se ocultam sob a cooperação rotineira entre os dois grupos, num contexto de desigualdades instituídas, até as lutas francas pela mudança do quadro institucional que encarna esses diferenciais de poder e as desigualdades que lhes são concomitantes. Seja qual for o caso, os grupos outsiders (enquanto permanecem totalmente intimidados) exercem pressões tácitas ou agem abertamente no sentido de reduzir os diferenciais de poder responsáveis por sua situação inferior, ao passo que os grupos estabelecidos fazem a mesma coisa em prol da preservação ou aumento desses diferenciais (ELIAS & SCOTSON, 2000, p. 37).

As vantagens e desvantagens, qualidades, advérbios de intensidade ou adjetivos que descredenciam são elementos que emergem dos discursos dos entrevistados e ilustram essa disputa de poder silenciosa que está sendo travada na redação entre o impresso e o on-line. Notadamente, a instituição investe recursos materiais no aprimoramento do on-line com dispositivos novos e até mesmo a reforma física da redação e construção de um estúdio de TV para a produção de conteúdos audiovisuais para a web. No entanto, o impresso, sobretudo pela tradição, história e credibilidade da empresa no mercado jornalístico, ainda goza de prestígio, ou seja, possui um capital simbólico maior que a versão on-line.

Os jornalistas estão em uma clara disputa de poder simbólico na redação do *Diário do Nordeste* e lutam com as armas que dispõem: a competência. Ora é enfatizada a competência baseada na performance técnica, ora as outras competências cognitivas e, assim, se afirmam, definem e posicionam-se no lugar que convêm para não serem excluídos do processo de convergência jornalística, nem tampouco do mercado de trabalho.

É exatamente por conta dessa disputa que os profissionais vinculados ao impresso negociam o uso do celular para registro dos vídeos. Atitude essa carregada de valor simbólico e também importante para a definição da identidade que querem ostentar perante os demais.

5.3 – Negociações de posições identitárias

No processo de construção da identidade dos jornalistas do *Diário do Nordeste*, além dos informantes se diferenciarem dos profissionais do on-line, eles se posicionam em relação ao tempo presente, ao cotidiano, à rotina de trabalho que desempenham e ao cenário de transformações no qual estão inseridos. Pois, como observa Martino (2010, p. 37), a

identidade é construída por meio de uma relação dialética entre mudança e resistência, história e atualidade.

Essas mudanças podem se dar em diferentes aspectos da vida do indivíduo, inclusive no campo de trabalho, área que é diretamente influenciada pelo movimento econômico e social global. Woodward (2000, p. 31) complementa essa ideia ao afirmar que mudanças macros no mercado de trabalho e nos padrões de emprego podem submeter os sujeitos sociais a fragmentações tanto no plano pessoal, quanto profissional.

A complexidade da vida moderna exige que assumamos diferentes identidades, mas essas diferentes identidades podem estar em conflito. Podemos viver, em nossas vidas pessoais, tensões entre nossas diferentes identidades quando aquilo que é exigido por uma identidade interfere com as exigências de outra (WOODWARD, 2000, pp 31-32).

O conflito de que fala a autora é experimentado pelos jornalistas do DN, mas não em relação a um embate entre a identidade pessoal e a profissional. O conflito que vivenciam se dá dentro da própria identidade profissional, na medida em que transitam entre a tradição do jornalismo impresso e a emergência da multimídia e de um *habitus* profissional diferenciado.

Levando-se em consideração que as identidades estão em constante processo de transformação e mudança, motivadas pela dinâmica da modernidade tardia (HALL, 2000, p. 108), o que verificamos nas falas dos entrevistados é como estes, em um primeiro momento se posicionaram em relação às metamorfoses advindas com o uso do celular multifuncional, a expressão prática e particular do *Diário do Nordeste* do processo de convergência jornalística.

Conforme Salaverría e Negredo (2008, p. 73), a integração das redações – uma consequência da convergência jornalística – tende a dividir os sujeitos participantes do processo em duas posições opostas: os que são a favor, geralmente, os empresários, e os que se colocam contra, a maioria, jornalistas mais velhos. Em nossa pesquisa, o lugar em que os jornalistas se colocam diante da nova tarefa e do cenário atual da profissão não é tão maniqueísta como enunciam os autores.

Da mesma maneira, não identificamos essa clara oposição geracional apontada por eles. Deparamo-nos com profissionais na casa dos 20 anos de idade que, claramente, demonstraram rejeição diante da nova atividade, enquanto para outros, localizados em uma geração mais velha, por apresentarem mais de 40 anos, receberam o celular, e toda a bagagem cultural que seu uso invoca, de forma entusiasmada. Esses posicionamentos se justificam pela filiação a uma determinada formação cultural, conforme argumenta Santaella (2007).

Os hábitos pessoais dos jornalistas mostram a lógica cultural que praticam, se associada ainda à cultura do impresso ou à cultura do digital, comprovada por questões

simples do cotidiano, como a posse e uso de um celular pessoal com múltiplas funções, a leitura do jornal nas telas (computador e dispositivos móveis) ou no papel e mesmo a participação em redes sociais ou não.

No entanto, é importante ressaltar que ao constatar a filiação de determinados jornalistas, sejam eles jovens ou profissionais com muito tempo de carreira, à lógica cultural do impresso, não estamos excluindo esses profissionais da cultura digital. Eles podem não ser protagonistas na conjuntura de efervescência tecnológica digital, mas detêm condições materiais e simbólicas para integrar-se a esse cenário e, inevitavelmente, partilham da cultura digital em alguns momentos, seja no ambiente de trabalho ou na vida pessoal.

O depoimento do jornalista 7 demonstra essa relação ambígua dos sujeitos, em particular, com a cultura digital. Tratando de redes sociais e alternativas de comunicação mediada por computador, o profissional revela:

Eu tinha *Orkut*, desfiz porque eu acho que não tenho necessidade, é só para as pessoas ficarem sabendo da sua vida, porque para você usar meramente para a comunicação é muito mais fácil você usar o *MSN*. Agora, assim, eu não desconheço a importância que elas têm na comunicação. Mas, para mim, para minha vida pessoal, não há necessidade (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

Ao passo que o profissional 7 não adota o uso dos recursos da cultura digital em sua vida pessoal, ele também demonstra uma maior afinidade com os hábitos provenientes da cultura impressa. “Adoro jornal impresso, eu não gosto de ler muita coisa pelo computador. Quando eu vou olhar pelo computador, eu pego o formato digital que é como ficou impresso” (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

Esse trânsito entre os terrenos das duas formações culturais influenciou a forma como os jornalistas do *Diário do Nordeste* receberam a nova ação de registro audiovisual com um telefone móvel. Ora demonstram atitudes positivas ao uso da nova ferramenta, reconhecendo as vantagens da tarefa e de suas consequências, da mesma forma que também estabeleceram uma discussão crítica em torno das limitações da prática e do seu modo de implantação e consequências para o trabalho destinado ao impresso.

Ora os profissionais elencaram as dificuldades encontradas durante a gravação dos vídeos e expressaram a recusa em sua realização, demonstrando que muitos vídeos são feitos, literalmente, por obrigação e não por simpatia ao projeto da instituição.

Essa situação não é exclusiva da redação do DN. Conforme observa Marcelo Kischinhevsky (2009, p. 69), a multi-habilidade tende a ser mal vista pelos profissionais porque vai de encontro a questões já sacralizadas no jornalismo contemporâneo, como a especialização dos profissionais em uma área de cobertura e em um suporte. Ele cita pesquisa

feita pelos autores García Avilés e Carvajal (2008) junto a periódicos espanhóis sobre a reação dos profissionais diante da realização de outras tarefas como parte da convergência jornalística.

No caso da redação totalmente integrada, os autores detectaram forte resistência de jornalistas mais experientes em se enquadrar na nova lógica produtiva. Foram relatadas numerosas demissões e perda de qualidade, especialmente na área de imagem, com o crescente uso de fotografias e vídeos gerados por repórteres de texto sem formação específica. As críticas foram rebatidas pelos gestores com a justificativa de que era necessário mais tempo para que os profissionais da redação se tornassem efetivamente “multimídia” (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 69).

O que queremos demarcar é que nos deparamos, ao longo da análise dos dados, mais com posições conflituosas e até mesmo contraditórias, do que com a defesa de pontos de vista únicos e totalitários. Essas marcas, contudo, não afetam a validade científica de nossa pesquisa, afinal, a subjetividade dos entrevistados é um fator relevante e revelador para a investigação.

Os depoimentos dos informantes mostram, por exemplo, que o aspecto negativo da atividade de gravação do vídeo não está ligado somente à ausência de competência técnica para manusear o aparelho. Ele envolve outras questões que não estão diretamente relacionadas à tecnologia, mas ao valor simbólico e social da profissão, como o tipo de relato construído com os vídeos, condições salariais e treinamento.

Assim como García Avilés e Carvajal (2008), Salaverría e Negredo (2008, p. 74) explicam que, nas empresas jornalísticas onde foi adotada a integração das redações de impresso e do on-line, dentre os argumentos usados pelos jornalistas que demonstram resistência ao processo estão a superficialidade dos conteúdos, precarização das condições do ofício e sobrecarga de trabalho.

Ao longo das conversas com os informantes, pudemos observar a presença desses elementos quando os jornalistas avaliaram a introdução do uso do celular para produção de conteúdos multimídia.

O jornalista 5 relaciona a reação ao registro dos vídeos pelos profissionais como uma demonstração do sentimento de insatisfação com as condições de trabalho no jornal e da categoria de um modo geral.

Eu achei que houve uma revolta grande. Porque não é a questão de você entregar o celular e sair com o repórter. Eu acho que são as formas como são feitas todas as coisas que são impostas aqui na redação. É a insatisfação de sair com isso aqui. Sair para fazer essa gravação que representa uma função a mais no seu serviço, que você já é tão mal remunerado. Faz parte de um contexto maior. Acho que não pode dizer “ah, os repórteres se revoltaram”. Foi uma forma de mostrar insatisfação por outras coisas que já vêm de muito tempo, de tratamento, da insatisfação dos funcionários, de salários baixos. É uma profissão que a gente rala muito e quanto mais trabalha,

parece que o salário diminuiu mais. Foi motivo de mostrar insatisfação de um quadro que já vinha gerado. Pelo que eu noto agora, eu acho que diminuiu bastante. No começo, eu via que todo mundo saía mesmo. A repórter X mesmo era uma que dizia que não fazia de jeito nenhum, não fazia, não fazia. Finalmente, ela fez e foi muito. Mas assim, “eu acho isso um absurdo, de ser mais uma coisa que a gente vai fazer sem ganhar nada por isso”, era um discurso que tava bem evidente (JORNALISTA 5, 17 de dezembro de 2010).

O jornalista 5, ao analisar a forma como a produção do conteúdo multimídia foi recebida pelos profissionais do DN, se coloca em um lugar exterior. Isso se explica pelo fato de, inicialmente, a editoria a qual está vinculado não ter participado ativamente do processo. Somente depois de um ano de introdução da atividade é que esta foi incorporada ao caderno no qual o referido informante atua.

Por outro lado, o jornalista 12 faz também uma contextualização de como a gravação dos vídeos digitais foi recebida na redação, mas falando do lugar de quem experimentou esse momento de forma mais próxima, pois, à época em que os vídeos começaram a ser realizados, ele estava lotado na editoria de Cidade, a que mais produzia os conteúdos audiovisuais.

A situação foi recebida com muita rejeição pela maioria dos repórteres. Principalmente, pelo fato de não serem remunerados para isso, nem terem sido explicados, nem consultados sobre a disponibilidade de desenvolverem essa atividade. Então, as coisas que são impostas não são muito bem aceitas. Eu lembro muito bem do dia que a gente passou a levar esses celulares, que eram modernos, muita gente não tinha nem celular. Os repórteres antigos nem tinham celular e agora tinham que lidar com aquele aparelho, muitas vezes, sem saber usar. Não havia uma boa abordagem do chefe de reportagem com o repórter, era uma imposição: “Ou você leva, ou vou ter que comunicar à direção que você não quer fazer o vídeo” (JORNALISTA 12, 01 de dezembro de 2010).

A declaração do jornalista 12 não é apenas um desabafo referente a uma condição específica do mercado de trabalho local. A precarização da profissão, sobretudo no que diz respeito à questão salarial é uma situação histórica e global. Isabel Travancas (2011) observou a mesma insatisfação dos profissionais em relação à remuneração há mais de 20 anos, enquanto Salaverría e Negredo (2008) verificaram as difíceis condições de trabalho em diferentes redações integradas nos Estados Unidos, Europa e América Latina:

Hoy día, trabajar como periodista implica casi siempre someterse a condiciones laborales difíciles: sueldos bajos (incompatibles incluso con la posibilidad de ganarse la vida solo mediante la profesión periodística); recambio constante de redactores en prácticas, lo que impide un mínimo grado de especialización; inseguridad laboral y contratos precarios; y ausencia de horarios de trabajo establecidos. Todo indica que los procesos de integración de redacciones no están ayudando a resolver ninguno de estos problemas en muchas empresas. Muy por el contrario, parece que lo están agudizando (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 75).

Na redação do *Diário do Nordeste*, a insatisfação diante das condições de trabalho gira, sobretudo, em torno da remuneração. A principal reclamação dos profissionais diz

respeito à ausência de um plano de cargos e salários. Muitos jornalistas argumentam que uma forma de reconhecimento do trabalho seria oferecer uma remuneração diferenciada por tempo de serviço, por exemplo, ou pela qualificação intelectual que acumulam (especialização, mestrado ou doutorado). Para eles, constatar que se recebe o mesmo salário que um profissional recém-formado é um fator de desmotivação.

Aqui entra em cena novamente a questão da experiência como fator de diferenciação entre os jornalistas. Os profissionais mais experientes, com relativo tempo de profissão, sobretudo na função de reportagem, acreditam que merecem ser remunerados de forma diferente por isso¹²². Por sua vez, a instituição possui um sistema de progressão salarial remanescente da fundação do jornal que atribui um acréscimo monetário aos cargos de redator I e II. Porém, os critérios para seleção dos profissionais a esses cargos não são claros (são repórteres que continuam a desempenhar a mesma função, porém com salário diferente dos demais).

A remuneração diferenciada é considerada por alguns profissionais como uma forma de reconhecimento da dedicação à profissão e da valorização individual do jornalista. “Na medida em que você tem o seu trabalho reconhecido, não só do ponto de vista financeiro, mas também de reconhecimento mesmo, dos colegas, do próprio jornal, torna-se uma situação diferente” (JORNALISTA 12, 01 de dezembro de 2010).

O dinheiro não carrega aqui apenas o sentido material, mas está atrelado a um valor simbólico. Daí que, a remuneração diferenciada pela realização dos vídeos traria dois tipos de realização para os repórteres: financeira e também simbólica. Eles se diferenciariam dos demais pela competência cognitiva para produção do conteúdo multimídia e ainda pelo status salarial. Os jornalistas que se encontrariam nessa condição, teriam, assim, um poder simbólico maior que os demais, sejam estes outros profissionais do impresso ou do on-line, afinal, como coloca Silva (2000, p. 82): “A identidade está sempre ligada a uma forte separação entre ‘nós’ e ‘eles’. Essa demarcação de fronteiras, essa separação e distinção, supõem e, ao mesmo tempo, afirmam e reafirmam relações de poder”.

Na redação do DN, porém, essa classificação de que fala Silva (2000) fica restrita ao plano simbólico e do discurso. Os jornalistas reconhecem aqueles mais capazes e verbalizam isso no cotidiano, em conversas e negociações. A remuneração diferenciada institucionalizaria essa classificação. A ausência disso acaba desencadeando um sentimento generalizado de

¹²² O piso salarial de jornalista por cinco horas de trabalho em vigor no Estado é de R\$ 1.364,12, enquanto para o profissional com sete horas de trabalho é um pouco mais de R\$ 1.800,00. (SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS NO ESTADO DO CEARÁ, 2011. In: www.sindijorce.org.br).

falta de reconhecimento. A situação descrita provocou, então, o questionamento a respeito da necessidade de uma remuneração diferenciada para a realização dos vídeos. Esse discurso era hegemônico no momento de introdução do uso da nova mídia. Com o passar do tempo, ele perdeu força, mas ficou guardado no imaginário de alguns profissionais, que o desvelaram durante as entrevistas:

Depois que eu fui alertado pra possibilidade de você ser pago pra fazer isso, eu concordo que deve existir um complemento, um bônus no salário. Porque é mais uma coisa que você está fazendo. Você é pago pra escrever um texto e você está escrevendo um texto, fazendo um vídeo, então acho que tinha que ter. A forma como isso ia ser feito, eu não sei. De repente, pela quantidade de vídeos que você fizesse por mês... Ai todo mundo ia querer fazer vídeo, o jornal ia perder o controle. Quem ia determinar isso, não sei, a forma como seria feito. Mas, hoje, por exemplo, como eu falei da falta de estímulo, da desmotivação, talvez, realmente, eu não fizesse mais o vídeo, mas, no caderno que eu estou, fui promovido, ganhei um ânimo a mais, um estímulo a mais. Então, eu acho que eu faria, hoje, o vídeo com mais boa vontade, exatamente por estar gostando mais do que eu estou fazendo agora. Porque eu acho que a palavra é essa, boa vontade, já que você não é obrigado a fazer (JORNALISTA 4, 29 de novembro de 2010).

Se houvesse uma coisa assim de compensação salarial, não é nem salarial, são outras compensações, que sei lá, que não representasse o salário, que são as velhas brigas aqui da categoria de compensação, algumas coisas que compensassem esse salário que a gente recebe, as pessoas ficariam mais satisfeitas de uma maneira geral e a chegada dessas novas mídias que representassem um pouco mais trabalhos, as pessoas não veriam dessa forma (JORNALISTA 5, 17 de dezembro de 2011).

Para os jornalistas 4 e 5, a vinculação de uma remuneração à ação de produzir conteúdos multimídia é posta como um fator que motivaria os profissionais a aderirem à atividade. Essa remuneração acarretaria uma cobrança maior dos profissionais por gravações com mais qualidade. No entanto, ao mesmo tempo, para cobrar vídeos melhores, a instituição teria que capacitar os repórteres para que pudessem atender às expectativas cobradas. Qualificação e treinamento foram duas questões ressaltadas por muitos entrevistados como elementos que poderiam estimular a produção dos vídeos e promover uma maior adequação dos profissionais à atividade.

Salaverría e Negrodo (2008, p. 79) também observam que a resistência dos profissionais ao processo de convergência jornalística se dá pelo desconhecimento, podendo ser superada com cursos para qualificá-los a atuarem nesse novo cenário. No jornal *O Estado de São Paulo*, por exemplo, antes de a integração ser iniciada, foi realizado um mapeamento das aptidões dos repórteres e editores para as novas funções e cargos que seriam constituídos.

El método desarrollado por el departamento de Recursos Humanos y los Editores Jefes pretendía averiguar las necesidades de desarrollo profesional de cada periodista para saber cómo prepararlos para la integración. Era una evaluación positiva, que permitía conocer bien la cantidad de recursos necesarios para el futuro, pero también conocer sus posibilidades, las necesidades de formación y los nuevos

perfiles profesionales que el futuro modelo organizativo requeria (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 120).

A inclusão da produção multimídia na rotina dos profissionais do DN é uma ação de proporções notadamente menores que o projeto de integração realizado pelo jornal paulista, contudo, a intenção de ambos era a mesma: fazer com que os profissionais se adequassem ao uso das novas mídias e ao jornalismo convergente. Porém, o *Diário* escolheu o caminho da experimentação e, com o decorrer da atividade, acompanhou a negociação dos profissionais a essa nova posição. O custo dessa escolha resultou na insegurança de muitos jornalistas, esta que poderia ter sido minimizada com um treinamento ou apresentação formal da iniciativa para a redação, do seu sentido e do que ela representava naquele momento.

O depoimento do jornalista 7 resume como se deu o início da atividade de registro multimídia. Na editoria de Cidade, por exemplo, nem mesmo os chefes e editores sabiam explicar ao certo o que a tarefa de fazer os vídeos representava para o trabalho do repórter, para a instituição ou mesmo para o jornalismo.

A única explicação que deram - eu não estou nem lembrando quem foi, de fato - foi só assim: que seria uma forma de ter um complemento, que aquilo dali seria uma coisa a mais. Meio uma ideia de bastidores, acho que era mais ou menos isso, pelo que eu entendi. Só para ter uma coisa a mais para se colocar na internet como opção, para a pessoa ver o vídeo (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

A realização de um curso de preparação para a gravação dos vídeos, que perpassou os discursos da maioria dos profissionais entrevistados, justifica-se, assim, não só pela necessidade de conhecimentos técnicos, mas ainda como oportunidade para que os jornalistas pudessem compreender o sentido e os objetivos daquilo que estavam praticando. Por conta disso, a reivindicação da qualificação para a produção dos vídeos aparece nas declarações tanto de profissionais que demonstraram otimismo com a recepção da prática multimídia, como nas daqueles que, inicialmente, vira o processo de forma mais negativa.

Curso realmente nós não tivemos. Tivemos orientações básicas (...). Então, eu acho que era necessário. Agora isso não quer dizer que, por não ter tido isso, nós não vamos atrás, porque nós estamos sempre atrás. Eu, por exemplo, adquiri uma câmera que tem a foto panorâmica e a imagem panorâmica. Eu até tentei incluir aqui (JORNALISTA 1, 17 de dezembro de 2010).

Vamos fazer, vamos fazer bem. Mas eu defendo que devia haver... Se há o repórter do portal, tranqüilo, dê um treinamento para ele, mostre a ele como é que faz. Porque uma coisa é você estar com uma câmera que pesa 13 ou 11 quilos, que fica mais fácil de enquadrar, e outra coisa, um câmera man trabalha com isso, ele foi treinado pra isso, se a empresa se preocupa, ele recebe reciclagem pra isso. Outra coisa é um repórter de impresso, com um ano e meio de experiência em redação, por mais que muitos já façam vídeo em casa, tenham uma noção de enquadramento, eu tenho, ou acho que tenho. Mas acho que isso não dá certo, você termina atrapalhando, tendo que dar um pouco do seu espaço, tira um pouco do seu capricho em prol da ferramenta (JORNALISTA 2, 04 de novembro de 2010).

A maioria não gostou. Não gostou porque considerou que foi mais uma atribuição para o repórter. Não eliminou funções, você só acrescentou funções e funções que, diga-se de passagem, para as quais você nem teve treinamento. acho que também pelo fato deles não terem dado um treinamento. (...) Eles não tinham a exigência de que tinha que ser um vídeo melhor, eles só orientavam assim: que não tremesse muito, que desse para aproveitar. Mas nunca teve essa exigência não. (...) Eu só aprendi por um caminho. Por exemplo, no celular, tem uma parte atrás em que você abre e fecha a câmera, eu só sabia por aí. Se eu fosse no menu, eu me perdia. Então, no meio da pauta, se travasse, eu tinha que fechar e abrir de novo, o que fazia você até perder alguma coisa (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

Disseram assim: “Olha, é isso aqui. Já está ligado, é só você fazer assim”. Mas não era bem assim. Muitas vezes, eu me enrolei porque não conseguia, o entrevistado esperando e eu pedindo inclusive para o fotógrafo desenrolar (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

Para não ficar qualquer coisa, grava qualquer coisa e joga na internet, poderia ter um treinamento. Até a edição é simples, são cortes simples, uma coisa bem amadora. Para não ficar uma coisa amadora, que qualquer pessoa com um celular faz e coloca na internet. Aqui é uma empresa de comunicação grande, teria que ser uma coisa mais trabalhada, mais bem feita (JORNALISTA 10, 30 de novembro de 2010).

Não, treinamento não. Só uma orientação muito básica. Inclusive muitas vezes eu me enganchava porque eu sempre tive celulares muito simples, então eu me enganchava e, às vezes, o fotógrafo ajudava. Porque acontecia também de o fotógrafo fazer os vídeos para muita gente. Agora, eu não. Eu queria fazer. Se eles fizessem um treinamento, e a pessoa fizesse aquilo com um conhecimento a mais... Mas é tão amador... (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

Eu acho que, se o jornal tivesse se empenhado em criar um manual, estratégia, um protocolo, quando fazer o vídeo, como fazer, quem privilegiar, como segurar a imagem, quanto tempo. Talvez, isso tivesse sido uma coisa boa, mas eu acho que ainda é muito vazio, muito solto (JORNALISTA 12, 01 de dezembro de 2010).

No começo, como eu estava falando, a gente sofreu muito. O melhor professor é a praticidade e o tempo. A gente tremia demais, hoje não treme mais. Então, é tudo um processo de só tempo. Não tivemos nenhum apoio em termos de fazer um curso (JORNALISTA 16, 17 de dezembro de 2010).

Os depoimentos que transcrevemos acima denotam a relevância do treinamento ou qualificação para a função, o que Salaverría e Negrodo (2008, pp. 176-177) consideram como um investimento para a própria instituição. Um dos informantes revelou que, no momento de implantação da atividade, foi elaborada uma espécie de cartilha, pelo então diretor do *Diário Online*, contendo algumas informações sobre como fazer o registro dos vídeos e o que captar por meio do audiovisual. No entanto, dentre nossos informantes, ninguém teve acesso a esse material¹²³.

Esse experimentalismo tem como consequência o tom amador dos vídeos. É interessante destacar o depoimento do Jornalista 10, que ressalta o aprendizado da linguagem

¹²³ Não queremos polemizar a partir dos depoimentos dos entrevistados, mas, apenas, observar que situações dessa natureza reforçam o caráter experimental da iniciativa do DN.

audiovisual como a forma de atribuir aspecto profissional aos registros. “Para não ficar uma coisa amadora, que qualquer pessoa com um celular faz e coloca na internet. Aqui é uma empresa de comunicação grande, teria que ser uma coisa mais trabalhada, mais bem feita” (JORNALISTA 10, 30 de novembro de 2010).

A ausência de regras e orientações incomodava os repórteres, exatamente porque eles, de certa forma, foram os responsáveis por instituir esse *habitus* diferenciado, que inclui o registro dos vídeos na rotina do impresso. Hoje, o referencial que se tem de execução da atividade na redação do DN tem como gênese o trabalho de nossos informantes. Contudo, o protagonismo desses jornalistas não foi consciente, alguns nem acreditavam que a atividade perduraria até o presente, afinal, não tinham um retorno da instituição sobre o trabalho que estavam desempenhando. A falta de um *feedback* sistemático da ação para os repórteres também apareceu em nossa pesquisa como um fator para o sentimento de antipatia em relação à gravação dos vídeos.

Poucos foram os profissionais que tiveram um parecer, seja da chefia direta do impresso ou dos editores do *Diário Online*.

A gente chegava, entregava, muitas vezes, ele (jornalista do on-line) pedia para a gente sentar do lado dele para identificar quem eram as pessoas no vídeo. Se tivesse alguma coisa que tivesse ficado boa, ele dizia que tinha ficado legal... (JORNALISTA 2, 04 de novembro de 2010).

Nunca disseram: “Olha, para esse meio, o bom é você fazer assim”. Eu acho que para tudo que a gente faz tem que ter um *feedback*. (...). Acho que tem que ter esse *feedback*, se não, a gente fica solta, não sabe se é esse mesmo o caminho. Porque, quando você está dentro de uma coisa, você escreve um texto, chega um momento que você nem lê mais os seus erros. É preciso que outra pessoa leia e diga “é por aqui”. Esse tipo de *feedback* que a gente tem que ter, orientação, dica (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

Era importante saber que alguém viu, que serviu de alguma coisa, fez alguma diferença. Acho que se todo mundo recebesse um *feedback*, daria certo (JORNALISTA 10, 30 de novembro de 2010).

Minha formação é em jornalismo impresso, e eu estava fazendo aquilo da minha cabeça. Não sei se estava certo, se não estava. Até hoje, eu não sei (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

Que eu me lembre, nunca recebi. Eu acho porque eles que são os especialistas nas multimídias, tinham que dar um retorno para quem não era, para quem era só um instrumento. Eu me sentia completamente um instrumento, muitas vezes. Fazendo a minha matéria, eu não me sentia assim, porque aquilo dependia de mim, mas o vídeo, não. Eu não sabia nem como aquilo ia ser utilizado, qual era a dimensão que eles iam dar (JORNALISTA 12, 01 de dezembro de 2010).

A fala do jornalista 12 sintetiza a desorientação dos profissionais. O desconhecimento do sentido da atividade e da própria linguagem audiovisual impediu que muitos deles se sentissem inseridos no processo. Além disso, ela denuncia um fraco vínculo de colaboração

entre o impresso e o on-line, contrariando o que postulam Salaverría e Negredo (2008, p. 157), de que a colaboração é a palavra de ordem no novo regime multimídia. O jornalista não trabalha mais sozinho e sim em equipe e em contato direto com os jornalistas do on-line.

Os vídeos poderiam ter servido como o elo desse contato, no entanto, poucos foram os profissionais que, à época de introdução da atividade, puderam se aproximar dos jornalistas do on-line. É importante destacar que a própria intensa rotina de trabalho impede essa aproximação maior entre os dois grupos. A institucionalização da colaboração, ou seja, ser criado um hábito para realizar uma avaliação dos vídeos e dar um parecer aos repórteres poderia ter sido uma maneira eficaz de aproximação entre os dois segmentos de profissionais.

O jornalista 4 foi um dos poucos que conseguiu abertura entre os dois grupos por meio de respostas ao seu desempenho com os vídeos, apesar do diálogo a respeito da suas produções ser mais freqüente com os próprios colegas do impresso. “A editora do *Online* e a chefe de reportagem. A chefe de reportagem disse que eu era quem fazia os melhores vídeos, que não era tremido e que ela sentia que eu gostava de fazer os vídeos” (JORNALISTA 4, 29 de novembro de 2010).

Hoje, essa colaboração está se estreitando, mas ainda não é generalizada. Ela se dá mais por afinidade pessoal entre os jornalistas (por amizade) e iniciativa individual do que por um *habitus* profissional, como deixa claro o depoimento do jornalista 1:

Eu sempre faço questão de interagir com o editor do *Diário On-line*, que é o responsável. Como eu interajo? Perguntando como está o acesso no blog, como está o acesso do caderno em si e o acesso dos vídeos. Eu sou até chato, porque sou cobrador. Se eu atualizo uma coisa no blog e depois de uma hora eu vejo que não mudaram a manchete, eu ligo de onde for, lá de casa, já cheguei em um domingo a ligar (JORNALISTA 1, 17 de dezembro de 2010).

A atitude do jornalista 1 ainda não é regra, mas vale ressaltar que, gradativamente, os laços entre o impresso e on-line são estabelecidos, como também exemplifica a chefe de reportagem Erilene Firmino: “Eu me dou muito bem com eles, do *Portal*, já combinei até com eles de fazer matéria, vamos fazer matéria tal, nós dois, e a gente faz, a gente casa, combina” (ERILENE FIRMINO, 13 de outubro de 2010).

Apesar de a chefe de reportagem demonstrar abertura para a realização de coberturas em parceria com o on-line, o que pudemos perceber durante a pesquisa de campo na redação do DN, é que esta iniciativa configura-se como atitude isolada, marcada pela disposição particular da profissional, pois não é adotada pelo outro chefe de reportagem da instituição e nem por muitos editores. Quando é posta em prática, tem esse caráter pontual, não se convertendo em uma prática, um *habitus*.

A colaboração, característica marcante da convergência jornalística, não deve se dar apenas no nível tecnológico e dos conteúdos. Como observam Salaverría e Negrodo (2008, p. 159), ela deve ser estimulada tanto do ponto de vista editorial quanto interpessoal.

En las empresas periodísticas de hoy, sin embargo, falta comunicación interna. No deja de ser paradójico que organizaciones dedicadas profesionalmente a comunicar contenidos hacia fuera presenten tantas lagunas em la comunicación hacia dentro. Pero esas lagunas existen y a menudo son muy profundas (...). Por eso, el primer paso para que un proceso de convergencia entre medios funcione consiste en fomentar la comunicación interna entre medios y entre periodistas.

Daí, porque os autores enfatizam que a integração das redações, expressão da convergência jornalística, para ser posta em prática com êxito e alcançar todos os objetivos que se propõe, requer a construção de uma nova cultura jornalística, em que a colaboração é um ponto-chave para o desenrolar das ações. Por se tratar de uma transformação cultural, é que iniciativas desse porte – como a gravação dos vídeos – acabam por desencadear tensões, conflitos e temores quando de sua repentina aparição.

No caso das mudanças promovidas na rotina dos jornalistas do *Diário do Nordeste*, a tarefa de realização dos vídeos foi recebida de diferentes formas, com ceticismo, entusiasmo, desconfiança, fé, etc., o que demonstra a negociação (HALL, 2003) entre as posições identitárias dos jornalistas.

Os que consideram a atividade sob uma perspectiva positiva, acabam se aproximando de uma posição identitária de jornalistas multimídia, já os que deixam em relevo a face negativa do processo, tendem a ficar no terreno seguro da posição identitária de impresso, posicionamentos estes que iremos destacar a partir de agora.

5.3.1 – Negociações e oposições

“Eu entrei aqui pra ser jornalista de impresso”. A frase do jornalista 2 nos dá uma pista de como muitos profissionais se posicionaram quando, ao chegar para mais um dia de trabalho numa manhã ou tarde do ano de março de 2008, se depararam com um novo utensílio: um celular moderno, que realizava vídeos, fotografias, tinha vários jogos, mas não possuía chip, portanto, não servia ao propósito de conversação à distância, nem a outras funções como acesso à internet.

Com o dispositivo na mão e muitas dúvidas na cabeça, eles saíam para a rua, munidos de orientações funcionais de como ligar e desligar o aparelho, destravar a câmera, qual o botão de “play” e encerrar a gravação. Do ponto de vista editorial, a orientação era de realizar

um registro audiovisual de uma ou das duas pautas que o repórter deveria executar no dia. Entrevista ou imagens da ação do acontecimento era o que o chefe de reportagem destacava como possíveis registros para o vídeo.

Antes de serem formalmente apresentados à nova tarefa, alguns repórteres já tinham uma ideia de que o jornal estava prestes a adotar mudanças. Por meio de informações extra-oficiais, mais precisamente, de conversas de corredores, ficaram sabendo de que teriam que levar mais um celular para a rua, mas não tinham dimensão ao certo do que se tratava isso, muito menos, de quem seria escolhido para desempenhar a nova atividade.

Por meio das entrevistas e de nossa vivência na redação do DN durante a introdução da atividade multimídia, pudemos perceber que esse contexto de incertezas fez com que muitos jornalistas “desconfiassem” da validade e legitimidade da ação de gravar os vídeos. A desconfiança se converteu em uma atitude de rejeição explícita por parte de poucos profissionais e em uma negativa velada para um número significativo de jornalistas. Os sentimentos que esses profissionais compartilhavam iam desde a desorientação para execução prática do vídeo a descrédito e crítica do teor jornalístico dos mesmos.

Apesar de o diretor-editor ressaltar em seu depoimento que a gravação dos vídeos não era obrigatória, quando os repórteres recebiam o aparelho do chefe de reportagem, o tom era de imposição para realização dos mesmos. Tanto que, alguns de nossos informantes, ao serem questionados se tivessem a opção de não levar o celular, se realizariam os vídeos mesmo assim, responderam um não taxativo, seguido de uma justificativa.

Para o jornalista 2, o problema não está na realização dos vídeos em si, mas no acúmulo de funções, no perfil multitarefa (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008).

Não faria. Não achava interessante. Se eu fosse pra pauta só para realizar o vídeo, eu acharia interessante, mas pra fazer a matéria para o impresso e realizar o vídeo, eu preferia não fazer o vídeo (JORNALISTA 2, 04 de novembro de 2010).

O entrevistado demonstra assim seu ponto de vista em relação ao modelo de convergência jornalística posto em prática pela instituição, um perfil que para Salaverría e Negredo (2008, p. 159) sobrecarrega o jornalista do impresso ao cobrar dele a produção de conteúdos diferentes, como no caso dos repórteres do DN, a realização de um vídeo e de uma matéria para o impresso. Para os autores, a multimídia pode ser exercida com mais eficiência a partir da colaboração entre os diferentes meios de um grupo.

O jornalista 7, por sua vez, também partilha dessa ideia de que o acúmulo de atividades não é interessante para o repórter de impresso.

Optaria por não levar. Não levaria porque é mais uma coisa. Era indiferente. Foram poucas as oportunidades que eu gostei de ter feito. Que a gente fica treinando a

fotografia, mas, no geral, era um problema, porque era mais uma coisa, não tinha onde guardar, aquela história toda. Nunca foi ótimo, maravilha, não. Uma vez ou outra, eu filmava, uma vez, fotografava. Uma vez eu fui para uma via sacra com meninos de rua e eles ficaram fixados nas cruzes, aí eu fiz umas fotos que achei bonitas, mas acho que não era nem o que o jornal queria (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

Além de ressaltar o acúmulo de funções, o jornalista 7 ainda demonstra sua clara indiferença à atividade. Nesse caso, não se dá tanto pelo desconhecimento técnico, mas, sobretudo, pela afinidade do profissional com a tarefa. Sua vinculação a uma lógica cultural impressa fica evidente e se sobrepõe, fazendo com que o referido repórter se posicione como um profissional especializado. Apesar de essa postura parecer incongruente com o discurso vigente em torno da colaboração midiática e da polivalência jornalística, Salaverría e Negredo (2008, p. 169) tranquilizam esses repórteres ao afirmarem que ainda há espaço para jornalistas unicamente de impresso.

Incluso en las redacciones que ya han experimentado procesos de integración, se siguen precisando periodistas especializados em ciertas tareas propias de cada soporte. Algunos periodistas pueden trabajar simultáneamente para varias plataformas, pero muchos otros, em razón de su especialidad, están altamente especializados y se dedican a un único soporte (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 169).

O que os autores colocam é que a convergência jornalística não pode ser excludente e proporcionar espaço apenas para profissionais polivalentes ou multitarefas. Na prática, porém, é exatamente esse medo da exclusão, de ficar para trás, que move muitos jornalistas, contra seus próprios ideais e princípios, a registrarem os vídeos. O jornalista 9, por exemplo, produzia o que se pode considerar “bons vídeos”, relatos audiovisuais sem problemas técnicos e era um dos profissionais da editoria de Cidade com uma intensa produtividade. Todos esses indícios levariam a crer que ele compactuava com a proposta multimídia do jornal. Contudo, durante a entrevista, o que revelou foi exatamente desacordo:

Eu prefiro não levar. Até porque eu acho que a gente trabalha também vendo a reação do outro. Isso requer observação, concentração, vamos dizer assim, tranquilidade. A gente se emociona também com certas cenas. Principalmente a gente que trabalha na Cidade, que vai pra todo canto (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

O depoimento, ou seja, o discurso contrastando com a prática do repórter nos mostra os conflitos particulares relativos ao exercício da profissão que a atividade gerou. A reação aqui expressa não se tratava da falta de adequação técnica. O repórter em questão demonstrava segurança em sua performance técnica. “No início foi pior, depois, você vai lendo e se acostumando com o aparelho” (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010). O que

mobilizou a antipatia para com a atividade era o sentimento de que, de alguma forma, a gravação dos vídeos estava prejudicando o impresso.

Tinha essa responsabilidade a mais. Então, eu tinha que apurar para mim, fazer os vídeos e depois até ficar mais um pouco para apurar melhor ir buscar de novo a fonte, fazer as mesmas perguntas, ou outras perguntas e, às vezes não é possível, porque a fonte é rápida (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

Dessa forma, o jornalista 9 mostra claramente seu trânsito entre uma posição identitária de jornalista multimídia, quando estava na rua e tinha que gravar os vídeos, mas também denota seu apego à posição identitária de impresso. Movimento este que foi vivenciado por quase todos os profissionais, estivessem eles em acordo ou desacordo com a produção de conteúdos multimídia. Isso se deve pelo fato da instituição *interpel* os profissionais.

Woodward (2000, pp. 50-60) explica que a interpelação é um conceito proveniente do campo da Psicanálise e para defini-lo, a autora recorre aos escritos de Althusser (1971), para quem a interpelação é a ideologia incidindo na subjetividade dos sujeitos sociais. Ser interpelado é ser escolhido, recrutado pela ideologia para transformar-se em um de seus agentes e assim assumir uma posição simbólica específica.

Ocupar uma posição-de-sujeito determinada, como por exemplo, a de cidadão patriótico, não é uma questão simplesmente de escolha pessoal consciente; somos, na verdade, recrutados para aquela posição ao reconhecê-la por meio de um sistema de representação. O investimento que nela fazemos é, igualmente, um elemento central nesse processo (WOODWARD, 2000, p. 61).

De acordo com o princípio da interpelação, o *Diário do Nordeste* interpela os jornalistas a ocuparem a posição de profissionais multimídia independente da opinião deles em relação à nova função. Os repórteres atendem ao chamado da instituição, mesmo demonstrando – como no caso do jornalista 9 – não gostarem ou quererem estar ocupando essa posição.

Nessa situação, mais que o medo de uma punição por parte dos superiores (lembrando que o diretor-editor frisou em seu depoimento que a produção multimídia não era obrigatória), os jornalistas atendem ao chamado da instituição tanto por um compromisso profissional, ou seja, pela competência de conduta, quanto pelo fato de estarem envolvidos na ideologia institucional que valoriza a performance técnica e a modernidade por meio da aquisição de novas tecnologias.

No momento em que esses profissionais assinam o contrato de trabalho, mais que uma relação de troca de serviços, eles também passam a compactuar dos valores e princípios da instituição, estes que compõem sua ideologia. Não vamos entrar no mérito dos valores

empresariais e de mercado, mas jornalístico que, como vimos no primeiro capítulo, no DN, estão construídos em torno de um ideário da modernidade, materializado com a aquisição de produtos tecnológicos e conseqüente adoção de novas práticas de trabalho na redação.

Toda essa construção simbólica justifica que muitos jornalistas, mesmo não concordando ou não tendo prazer em produzir os vídeos, dia após dia, continuavam a levar o aparelho para a rua e traziam um ou mais relatos, muitas vezes, bem elaborados, e assim mantinham não só a materialidade jornalística da instituição, mas também sua ideologia alicerçada na performance técnica.

Esse comportamento de atender ao chamado da instituição realizando os vídeos, mas não priorizando a tarefa em detrimento da apuração para redação da matéria para o impresso é o que podemos identificar como uma leitura negociada do fenômeno. Hall (2003), no texto “Codificação/Decodificação”, discute os processos de codificação (emissão) e de decodificação (recepção) das mensagens midiáticas, em particular da televisão, e enumera três posições hipotéticas assumidas pelos telespectadores no processo de decodificação das mensagens televisivas. Estas que são demonstrações de como os sujeitos decodificam os conteúdos a partir do código que partilham ou não com a instância midiática e atribuem, assim, novos significados a estes dependendo da posição que assume.

A codificação não pode determinar ou garantir, de forma simples, quais os códigos de decodificação que serão empregados. De outro modo, a comunicação seria um circuito perfeitamente equivalente e cada mensagem seria uma instância de “comunicação perfeitamente transparente”. Portanto, devemos pensar nas várias articulações em que a codificação/decodificação podem ser combinadas. Para explicar isso, oferecemos uma análise hipotética de algumas possíveis posições de decodificação, de modo a reforçar a ideia de “não correspondência”. Identificamos três posições hipotéticas a partir das quais a decodificação de um discurso televisivo pode ser construída (HALL, 2003, p. 377).

Na posição hegemônica-dominante, o telespectador opera dentro do código dominante da instituição, fazendo uma leitura da mensagem de acordo com o padrão dado pela mídia. Já na leitura de oposição, significados que normalmente seriam decodificados de acordo com a ideologia da instituição acabam sendo ressignificados de forma a se contestar a posição/opinião da organização midiática. (HALL, 2003, pp. 377-380). A posição negociada, que nos interessa aqui, é aquela em que a oposição e a hegemonia duelam:

Decodificar, dentro da posição negociada, contém uma mistura de elementos de adaptação e de oposição: reconhece as legitimidades das definições hegemônicas para produzir as grandes significações (abstratas), ao passo que, em um nível mais restrito, situacional (localizado), faz suas próprias regras (HALL, 2003, p. 379).

A assimilação do código dominante (ideologia) com restrições e adaptações à realidade é a leitura que os jornalistas do DN fazem da instituição de gravar os vídeos digitais.

Observamos, empiricamente, como orienta Hall (2003) essa posição por meio dos depoimentos dos profissionais.

Apesar de o conceito de negociação ser costumeiramente trabalhado no campo dos estudos culturais, sobretudo em discussões de cunho étnico, como coloca Peter Burke (2003, p. 48), ele será um elemento-chave para entendermos a dinâmica das relações que se desenham no espaço da redação. Isso se deve ao fato do conceito de negociação, assim como outros elencados pelo autor como apropriação e crioulização, colocarem o agente humano em evidência.

Essa dimensão da negociação favorece a identificação de como se dá a construção das identidades dos jornalistas do DN, afinal, como complementa Burke (2003, p. 49), o termo “é freqüentemente empregado em análises de etnicidade porque expressa consciência da multiplicidade e fluidez da identidade e o modo como ela pode ser modificada ou pelo menos apresentada de diferentes modos em diferentes situações”.

Hall (2003), por sua vez, faz uso da negociação, especificamente no texto “Codificação/Decodificação”, para tratar das mensagens e da produção de significados. Portanto, vamos nos apropriar tanto da definição de leitura negociada quanto das outras formas de leituras especificadas pelo autor para compreender as negociações construídas pelos jornalistas diante da atividade de registro dos vídeos que acaba se convertendo também em uma posição ideológica diante da própria instituição.

Essa dimensão ideológica só foi possível de ser percebida porque os informantes saíram da posição de funcionários do DN e, durante as entrevistas, assumiram a posição de jornalistas. Daí porque os conflitos simbólicos puderam vir à tona e ser explicitados em nossa pesquisa.

É interessante ressaltar que alguns repórteres reagiram à interpelação da instituição ainda no papel de funcionários do *Diário* e essa reação não se deu com discussões, reivindicações ou qualquer outra manifestação agressiva e que requer exposição do profissional. Ela se manifestava pelo esquecimento, pela não realização dos vídeos, de modo voluntário, consciente ou não, caracterizando o que Hall (2003) considera como uma posição de oposição em relação ao uso do celular.

Mandavam a gente ir pegar, por isso que eu esquecia. Talvez se alguém viesse entregar na minha mão, eu levasse, mas eu esquecia de ir buscar. E, quando eu me lembrava, nem sempre fazia questão de levar (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

O jornalista 11 valia-se do esquecimento para não atender ao chamado da instituição. Profissional com quase 10 anos de atuação no DN, tinha conhecimento das regras, normas e

também dos posicionamentos do próprio jornal e, por conta disso, não se colocaria em uma posição de oposição explícita, mas quando esquecia o celular, aí sim vinha a público seu real posicionamento em relação à produção multimídia, confirmado quando afirma que não gosta de realizar os vídeos e que se tivesse escolha não os faria.

Já o jornalista 12, conscientemente, optava por não realizar os vídeos, muitas vezes, mesmo já tendo produzido vários, nem sentindo dificuldades de manusear o aparelho ou de construir um relato jornalístico por meio de imagens e áudio. Essa atitude confirma a observação de Hall (2003) de que a negociação se dá de forma consciente.

O jornalista 12, tecnicamente, não encontrava nada que o impelisse a não fazer os registros. Sua recusa em produzi-los trava-se mais de uma forma de mostrar seu desacordo com os rumos da convergência jornalística impetrados pelo jornal.

Sendo bem sincera, muitas vezes, eu deixava ele dentro da bolsa. Às vezes, eu fazia o vídeo quando era do meu interesse, quando eu queria gravar uma fala, que eu pegava aquela mesma fala e escrevia na matéria, uma coisa que não agrega em nada, porque são duas coisas diferentes, só se for para um cego escutar! Muitas vezes, deixava dentro da bolsa: “Ow, rapaz! Esqueci de fazer”. Muitas vezes, eu esquecia mesmo, mas não existia uma boa vontade da minha parte em fazer, não (JORNALISTA 12, 01 de dezembro de 2010).

O depoimento do jornalista 12 denota uma atitude que se aproxima do que Giddens (1991) identifica como uma *postura pessimista e cínica* em relação à modernidade. De acordo com o autor, os sujeitos demonstram reações específicas para se adaptarem aos riscos que os tempos modernos lhes impõem. Apesar dos riscos a que se refere o autor serem da ordem da extinção da humanidade (guerras nucleares, acidentes naturais, etc), podemos nos apropriar de um desses modelos de reação para compreender o comportamento dos jornalistas do *Diário do Nordeste*.

Sendo assim, o informante 12 adota uma postura pessimista e ao mesmo tempo cínica porque, para neutralizar as ansiedades provocadas pela atividade de registro dos vídeos, manifesta resposta na forma de uma ação que expressa seu aborrecimento, enfado ou tédio em relação à produção multimídia. Essa manifestação de cansaço ou ausência de prazer para produzir os vídeos permeia muitas respostas desse informante especificamente:

Se eu tivesse escolha, não levava. Eu poderia até levar num dia em que eu soubesse que ia ter uma manifestação, alguma coisa assim, mas acho que, na maioria das vezes, ele seria completamente desnecessário. O vídeo era tão amador de um jeito, que eles nem editavam, se você tivesse gravando e dizendo “Oh, meu Deus que coisa chata fazer esse vídeo chato e tal”, saia no vídeo. Eles não tinham o menor cuidado, muitas vezes, nem escutavam, nem editavam, se fosse uma coisa inadequada, ficava lá e pronto (JORNALISTA 12, 01 de dezembro de 2010).

O tom pessimista em relação à gravação do conteúdo multimídia, por sua vez, fica marcado quando o jornalista afirma que o relato audiovisual não agrega nada a mais para o usuário, que ele é uma mera repetição do relato impresso ou que seu tom amadorístico implicava em falta de cuidado da parte de quem editava o material.

Ou seja, a insatisfação do repórter com a atividade era generalizada e implicava em uma atribuição de descrédito, inclusive, às competências dos outros profissionais da instituição, no caso, os jornalistas do on-line, o que aciona mais uma vez o sentimento de superioridade do impresso em relação aos outros meios (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008) e ainda a hierarquização em relação ao outro, no caso, considerado outsider e inferior, como já foi apresentado por Elias e Scotson (2000).

Mas ao contrário do que pode parecer, o jornalista 12 não se constitui em um caso isolado. Em nossa pesquisa, sim, ele é o único que demonstra claramente essa oposição, porém, esse comportamento ou posicionamento é recorrente entre profissionais de outras redações que passam pelo processo de convergência jornalística.

Jornalistas que trabalham em redações convergentes sofrem dificuldades de adaptação e tendem a resistir, mesmo que de forma dissimulada, às mudanças. A demissão constitui uma ameaça palpável e constante, especialmente quando a integração envolve compartilhar um mesmo espaço físico, o que provoca freqüentes choques entre culturas organizacionais. Sentimentos como frustração, irritação e desconfiança são facilmente detectados entre os profissionais que vivem essa experiência. A convergência molda não apenas as práticas jornalísticas, que precisam construir uma nova identidade profissional, multimídia (KISCHINHEVSKY, 2009, p. 71).

A posição identitária dos jornalistas diante da convergência fica clara quando estes acionam justificativas que explicitam suas atitudes durante o exercício da atividade, momento em que a subjetividade do profissional, muitas vezes, entra em cena, como o faz o jornalista 2, de quem pegamos de empréstimo a frase que abre essa discussão. Ele recorre às técnicas cognitivas e à realidade do trabalho em campo com a gravação dos vídeos para legitimar sua opção pela posição identitária de jornalista de impresso.

Quando eu podia, eu não levava o celular. Quando eu levava, eu tentava não usar. Eu matava as pautas. O pessoal ficava com muita raiva de mim, mas eu fazia... Eu acho que eu não fazia nem dez por cento. Porque eu achava constrangedor ter que fazer a mesma pergunta duas vezes pra pessoa. Dependendo da pauta, eu acredito que até seja interessante fazer. Mas, numa editoria como Cidade, que você vai fazer enquetes na rua, por exemplo, algumas das vezes que eu fiz foi enquete, é muito ruim, porque tem interferência sonora do ambiente, muitas vezes não é uma pessoa preparada para aparecer em vídeo. Vídeo é uma coisa que intimida muito as pessoas (...). Tanto que, eu sempre quis impresso, sempre achei mais interessante o impresso, até porque você tem uma documentação do que você está fazendo muito mais embasada. É uma fonte histórica (JORNALISTA 2, 04 de novembro de 2010).

A afirmação tácita expressa no trecho “eu sempre quis impresso” favorece a associação entre a atitude de oposição e a assunção da posição identitária de impresso. Dentre os 11 informantes¹²⁴ que desempenharam o papel de repórteres e produziram os vídeos para o conteúdo multimídia, cinco deles demonstraram comportamentos de oposição. Dentre eles, também identificamos a auto-afirmação como jornalistas de impresso.

Porém, o mais interessante é que, mesmo entre os profissionais que apresentaram mais atitudes de aceitação da produção multimidiática que de oposição, ou seja, adotaram uma posição de negociação, há aqueles que se definem como jornalistas de impresso. Essa observação denota a dominância da posição identitária de impresso, ou seja, a segurança que toda a tradição dos códigos, normas e do próprio *habitus* associado a esse posicionamento trazem para o jornalista, garantindo-lhe assim um lugar seguro e estável.

Por outro lado, mesmo em menor número, pudemos verificar a identificação de profissionais com uma posição identitária multimidiática. Trata-se de jornalistas que mesmo situados no plano da negociação e não da dominância ou hegemonia (HALL, 2003) encaram as mudanças realizadas pelo jornal como consequências “naturais” das transformações sociais. Vamos ressaltar, a partir de agora, algumas ações que denotam essa negociação por parte dos profissionais do DN.

5.3.2 – Negociações e hegemonia

“Ou você domina a ‘porra’¹²⁵ da máquina ou ela domina você”. A afirmação acima foi emitida pelo jornalista 3, durante a entrevista. Ela demonstra a necessidade de adequação aos novos tempos, às mudanças – resumidas aqui na figura da máquina – em razão de uma possível superação, caso não se acompanhe esse movimento. Esse é o sentimento hegemônico nos depoimentos dos profissionais que se utilizaram da tecnologia para demonstrar sintonia com o mundo contemporâneo, com a modernidade.

O jornalista 1 é um desses profissionais que busca adequação para não ser levado pelo turbilhão de mudanças e assume assim uma postura entusiástica em relação aos diferentes usos da tecnologia. Diferente do jornalista 3, que pronunciou a frase de abertura dessa discussão, carregada de um tom fatalista; o jornalista 1 não considera a colaboração com a

¹²⁴ O restante dos informantes de nossa pesquisa tratam-se de jornalistas que ocupam cargos de chefia ou que não tiveram contato com a produção dos vídeos, por isso, não aparecem nessa parte da análise.

¹²⁵ A cultura do palavrão, ou expressões de sentido ambíguo, são expressões que fazem parte da dinâmica da vivência em uma redação de jornal, daí porque decidimos deixar o termo em nosso título, pois ele é um signo da cultura jornalística tradicional.

realização dos vídeos somente uma questão de sobrevivência temporária (para não perder o emprego), mas um processo “natural” decorrente da profissão. Como observa Hall (2003) esse discurso naturalista é o tom hegemônico-dominante dentro da posição de negociação.

Eu sou meio radical. Eu acho que jornalista que contratua isso está novo como profissional. Isso não é nem mais uma tendência, é a realidade. Você tem que estar preparado para as tecnologias dos celulares, *iPad*, as outras coisas que vão lançar, que eu sei que vão lançar. Quem não se adaptar, não procurar ser criativo nas suas pautas, ser criativo também para adaptar suas pautas para os outros equipamentos. As próximas gerações que estão vindo aí são exigentes e já nasceram com esses equipamentos. Então esse jornalista que não se adaptar, ele está fora. A minha receptividade foi natural porque eu já aguardava isso. Na verdade eu já procurei me antecipar lendo bastante sobre o assunto, pesquisando. Então eu já sabia que cedo ou tarde esse dia ia acontecer. (...). O profissional tem que estar aberto a isso, a essas mudanças. E é o que eu sempre estímulo na nossa editoria (JORNALISTA 1, 17 de dezembro de 2010).

A declaração do jornalista 1 demonstra uma clara posição de negociação ao uso da tecnologia na rotina de trabalho. Identificamos, pois, no relato, essa postura quando ele revela que já esperava as mudanças e que lia e pesquisava a respeito delas.

Ao longo da entrevista, o informante confirmou sua inclinação ao tom hegemônico-dominante com outras colocações, como quando afirma que telefona de casa, aos domingos, para o jornal cobrando a atualização das manchetes do site com o conteúdo de sua área e, principalmente, quando explica que realiza os vídeos com seu equipamento pessoal.

Assim que o editor geral fez uma reunião com a gente e sugeriu, não impôs nada, mas sugeriu, eu já estava, há algum tempo, sentindo falta desse conteúdo extra no nosso jornal. Eu achava que precisava, era fundamental. Num primeiro momento, eu sentei e disse: “Repórter¹²⁶, agora é uma questão de honra, vamos sempre que a gente puder, estar toda semana com um vídeo”. Agora, que seja um vídeo que tenha conteúdo. Não adianta estar toda semana com um vídeo com futilidades ou coisas que não interessam. E que tenha qualidade. Desde o início, eu sou um defensor ferrenho do conteúdo extra. Não só do vídeo, mas também do blog, fotos além, informações que, às vezes, não cabem no plano físico, no impresso. Eu sou um defensor. E na primeira hora que eu soube, nós sempre nos esmeramos para introduzir com equipamento próprio. Ele tem o dele, e eu tenho o meu. A minha é uma câmera Sony digital, 10.2 megapixels, que filma e grava com qualidade muito boa (JORNALISTA 1, 17 de dezembro de 2010).

Posicionamento semelhante é adotado pelo jornalista 16. Assim como o profissional anterior, ele realiza os vídeos, durante coberturas de eventos fora do Ceará, com equipamento próprio: uma câmera fotográfica digital. A negociação tendenciosa para o viés hegemônico-dominante que realiza com a instituição também é expressa pelo entusiasmo em relação à atividade de registro dos vídeos:

Eu acho super legal. É como eu te falei, é um aprendizado. Eu comecei, foi o seguinte, comecei em um período me dedicando a bater foto. Para mim, foi um

¹²⁶Omitimos aqui o nome do repórter seguindo a mesma postura adotada para preservar a identidade dos informantes.

aprendizado novo. Bati muita foto de vários produtos, de cenário. Veio o lance da multimídia. Fiquei um pouco receoso, mas foi muito legal. Hoje, eu ligo para isso, para filmar, olhar, para ter um conteúdo a mais. Eu acho bom, acho muito bom (...). Quanto mais o profissional desenvolver um autoconhecimento, melhor para ele (JORNALISTA 16, 17 de dezembro de 2010).

Os dois profissionais demonstram assim uma negociação em que prevalece o ponto de vista hegemônico da instituição, não só pelo fato de estes realizarem os vídeos, mas por demonstrarem a comunhão com a ideologia da instituição baseada na performance técnica e na aquisição de tecnologias, no momento em que disponibilizam suas próprias ferramentas para a execução do trabalho. O desempenho proporcionado pelo uso da ferramenta aparece ainda na fala do jornalista 16 como um fator de distinção que, nas palavras de Bourdieu (1989) compõe o capital simbólico.

O capital simbólico – outro nome da distinção – não é outra coisa senão o capital, qualquer que seja a sua espécie, quando percebido por um agente dotado de categorias de percepção resultantes da incorporação da estrutura da sua distribuição, quer dizer, quando conhecido e reconhecido como algo óbvio (BOURDIEU, 1989, p. 145).

Para o jornalista 16, a desenvoltura no uso das ferramentas tecnológicas é uma forma de potencializar o próprio capital simbólico e, conseqüentemente, distinguir-se dos demais profissionais situados no espaço social da redação.

Poucos, porém, foram os profissionais que ponderaram ganhos advindos com a nova atividade. O incremento da performance técnica só foi apontado pelos jornalistas 1 e 16. Para os demais, o capital simbólico adquirido estava relacionado com a competência cognitiva da profissão de um modo mais geral.

É, porque, de certo modo, isso nos mostra, nos apresenta e nos coloca frente a frente com essas novas tecnologias. É importante porque você se depara com isso, você tem que dizer: “Olha a profissão... Vamos aprender isso, vamos abrir o olho pra isso” (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

Poderia ter acrescentado mais, mas acho que mais ou menos. Porque não deixa de ser uma experiência nova, que, se tivesse que continuar... “Ah, já fiz isso”. Das próximas vezes que eu precisar fazer, todos os cartões que a editora já me deu, de todos os erros que eu já cometi, não vou cometer mais, já sei como é, já não fico mais tremendo tanto. Explicar para o entrevistado como ele tem que falar na câmera, já vou ter essa experiência. Mas não foi uma grande mudança (JORNALISTA 10, 30 de novembro de 2010).

Acrescentou, eu acho. Se eu fosse entrevistar alguém para esses vídeos, eu dizia: “Olha, é coisa rápida, bem objetiva”. E eu aprendi a fazer as perguntas mais sucintas, menores, e a emendar outra pergunta mais rápido, não deixar a pessoa falar tanto (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

Os três jornalistas aqui destacados avaliam que houve um ganho com a experiência de realização dos vídeos, contudo, não o relacionam como um incremento na competência técnica. Essa falta de conexão entre o desempenho tecnológico e a ação de gravação dos

vídeos pode ser explicada pelo fato desses três profissionais estarem vinculados a uma posição identitária de impresso. Portanto, eles avaliam as perdas e ganhos que a atividade mobiliza tendo como referência o *habitus* de trabalho para o impresso.

O jornalista 9 reconhece que a atividade dos vídeos faz parte dos novos rumos da profissão. Já o jornalista 10 atribui o benefício da gravação multimídia ao trato com as fontes, com os entrevistados, enquanto o jornalista 11 acredita que a ação fez com que ele aprimorasse sua objetividade no modo de trabalho. O que verificamos é que os jornalistas se valeram da posição de negociação diante da prática de realização dos vídeos digitais para ampliar o repertório cognitivo relativo às técnicas universais do jornalismo.

Esses exemplos nos mostram que a leitura negociada do fenômeno prevaleceu entre os jornalistas do *Diário do Nordeste*. Independente da posição identitária ocupada pelo profissional, a negociação deu o tom prevalecente da prática. Mesmo o profissional 12 que se mostrou claramente em oposição à tarefa, não pode ser alocado em um grupo de completa resistência, pois ele produziu o material, muitas vezes, e reconhece, inclusive, sua validade enquanto modalidade noticiosa, contudo, utilizou-se de uma estratégia dissimulada ou cínica para expressar o descontentamento com o modo como a instituição estava a conduzir a convergência jornalística.

A posição de negociação frente à nova tarefa multimídia adotada pelos jornalistas do DN favorece o trânsito desses profissionais entre as posições identitárias de impresso e multimídia. No entanto, conforme já demarcamos no decorrer da análise, muitos profissionais mesmo se colocando como repórteres multimídia no momento de realização dos vídeos, demonstram com palavras e ações a forte vinculação ainda a uma posição identitária de jornalista de impresso.

Se até o presente momento analisamos e atribuímos lugares a esses sujeitos a partir das descrições do modo de trabalho e da opinião deles em relação à tarefa de gravar os vídeos, a partir de agora deixaremos esses sujeitos falarem por si mesmos e apresentarem-se enquanto jornalistas de impresso ou jornalistas multimídia.

5.4 – Os sujeitos e suas identidades

Na escala da evolução biológica das espécies, somos todos *homo sapiens*, caracterizados, principalmente, pela postura ereta, cérebro desenvolvido, capacidade comunicativa e manuseio de objetos, o que nos diferencia sensivelmente de outras espécies

animais. Contudo, culturalmente falando, o *homo sapiens* encontra-se em um processo contínuo de transformação.

Do homem tribal, para quem o sentido do mundo era mediado pela oralidade, passando pelo letrado, cuja alfabetização e domínio da escrita fazem-no deixar a tribo e tornar-se civilizado, ao pós-humano, que desenvolve uma relação quase simbiótica com os dispositivos maquímicos, o que se verifica em comum a todos esses estágios de desenvolvimento cultural é a instituição de uma nova relação dos sujeitos com a realidade, impulsionada pelo uso de tecnologias diferentes.

As apropriações que esses sujeitos fazem das tecnologias irão incidir também em sua identidade, pois, como observa Martino (2010), a identidade diz respeito aos discursos e narrativas dos sujeitos que dão sentido à realidade e os posicionam nessa mesma realidade. Portanto, quando as tecnologias alteram a relação do homem com os signos ao seu redor, elas, consequentemente, repercutem na constituição de suas identidades.

Marshall McLuhan (2007) refletiu sobre essa questão ao elencar os impactos da eletricidade na organização sócio-cultural. Considerando os meios de comunicação como extensões dos sentidos humanos, à medida que novos aparatos comunicativos surgem, a percepção do mundo pelo homem se altera e, junto com ela, sua capacidade cognitiva e de se relacionar com seus pares.

A civilização se baseia na alfabetização porque esta é um processamento uniforme de uma cultura pelo sentido da visão, projetado no espaço e no tempo pelo alfabeto. Nas culturas tribais, a experiência se organiza segundo o sentido vital auditivo, que reprime os valores visuais. A audição, à diferença do olho frio e neutro, é hiperestética, sutil e todo-inclusiva. As culturas orais agem e reagem ao mesmo tempo. A cultura fonética fornece ao homem os meios de reprimir sentimentos e emoções quando envolvidos na ação. Agir sem reagir e sem se envolver é uma das vantagens peculiares ao homem ocidental letrado (MCLUHAN, 2007, p. 105).

Apesar de preocupar-se com as alterações ensejadas pelos meios elétricos, o autor dedica boa parte de sua obra para explicar a lógica da era de Gutenberg, marcada dentre outras características, pela homogeneidade, reprodutibilidade e individualismo (MCLUHAN, 2007), que se manifestam em diversos aspectos da vida em sociedade, como na política e economia. Dessa forma, a técnica da imprensa possibilitou a construção de um modelo cultural que acompanha o homem por mais de cinco séculos.

Certamente, a invenção da imprensa, com a disseminação do livro e de tantas outras descobertas da era moderna, foi determinante de uma revolução do imaginário humano, criando processos de subjetivação que, através dos séculos, se construíram e desconstruíram num jogo de disciplina e descontrolo de si, do outro e das condições de sociabilidade (VILLAÇA, 2002, p. 21).

Contudo, há aproximadamente três décadas, esse estado de coisas instaurado com a modernidade e cuja tecnologia da imprensa é apontada como uma das maiores revoluções da humanidade vem sendo repensado nos círculos acadêmicos e alterado na vivência cotidiana com a tradução do mundo em informações compostas a partir de códigos binários, ou seja, a informatização. As transformações são tão profundas que obrigam o repensar de noções clássicas como territorialidade, espaço e tempo únicos, história linear e até mesmo da própria ideia de realidade.

Porém, todas essas transformações não foram suficientes para suplantar o *homo typograficus*, de que fala McLuhan (2007), mas para delinear os contornos de um novo sujeito, que não consome livros, mas aplicativos; que se comunica em tempo real e cuja presença deixa de estar atrelada à materialidade física. A esse novo homem, Luiz Martino (2010, p. 174) chama de *homo pixels*.

Em uma escala evolutiva darwiniana, o homem tipográfico já deveria ter sido superado pelo homem pixel. No entanto, o que se observa é a convivência entre homens vinculados a modelos culturais diferentes expressos, sobretudo, nas mídias de que se utilizam para comunicar. Assim, quem opta por ler o jornal impresso tende ao modelo cultural tradicional, já aqueles que visualizam as notícias na tela de um tablet demonstram intimidade com a cultura digital¹²⁷.

No entanto, o que se verifica hoje é a convivência de hábitos associados tanto a mídias e tecnologias tradicionais como o impresso, quanto a novas tecnologias digitais. Esse cenário é descrito por Lúcia Santaella (2007) como de convivência, coexistência de diferentes lógicas culturais.

Em uma esfera micro, num plano mais localizado, especificamente, na redação do *Diário do Nordeste*, podemos identificar esse jogo de interações entre a cultura do impresso e a cultura do digital. Munidos de aparelhos celulares multifuncionais, gravadores digitais, pendrives e contas de e-mail corporativo¹²⁸, os repórteres do impresso partilham do uso ou acesso, no plano pessoal e profissional, aos recursos da cultura digital. Contudo, o produto do

¹²⁷ Claro que precisaríamos investigar outros hábitos culturais desses sujeitos para afirmar com convicção sua filiação a uma lógica cultural específica.

¹²⁸ É importante ressaltar que quase todos os jornalistas em atividade na redação dispõem de um e-mail corporativo pessoal. Contudo, nos idos de 2007, ainda havia uma parcela significativa de jornalistas que não tinham acesso a essa ferramenta (e não por falta de interesse da parte do jornalista) o que caracterizava, inclusive, uma relação de diferenciação, já que os repórteres com e-mail eram vistos como privilegiados, profissionais mais importantes pelos demais. Na atualidade, somente os prestadores de serviço não possuem uma conta de e-mail própria. Nesse caso, para trocar correspondências eletrônicas, precisam ter acesso ao e-mail da editoria para a qual trabalham, caso o editor permita, pois o acesso a contas de e-mail pessoal é proibido para todos.

trabalho desses jornalistas está atrelado ainda à cultura do impresso, mas eles, os sujeitos, transitam pela cultura digital – não vem ao caso demarcar se com ou sem desenvoltura - demonstrando que convivem com essas diferentes lógicas culturais.

Eu tenho celular em que recebo três emails, é conectado à internet. Posso dizer que estou conectado 24 horas por dia. Sempre checando *Facebook*, internet, direto. Realmente eu sou muito preocupado e antenado com essas coisas (JORNALISTA 1, 17 de dezembro de 2010).

Eu me adapto muito bem às novas tecnologias. Tenho quatro emails, Orkut, estou no Facebook, tenho um blog, sigo vários blogs, me comunico com os blogueiros e possuo celular com TV, câmera e leitor de música e rádio (JORNALISTA 3, 24 de outubro de 2010).

Não tenho blog, mas tenho perfil em redes sociais, no Twitter, Orkut. Não tenho no Facebook ainda. Mas, no trabalho, minha relação com essas ferramentas é de amor e ódio. De amor porque é por meio do Twitter que a gente fica sabendo da maioria das coisas, a morte do Michael Jackson, por exemplo, eu soube pelo Twitter, que, geralmente é a primeira página que eu abro quando ligo o computador, não é mais site de notícia. E de ódio, porque ele te dispersa. O *Twitter* aberto a manhã inteira te dispersa, é triste, mas é verdade (JORNALISTA 4, 29 de novembro de 2010).

Eu sou à moda antiga, porque eu gosto de ler deitada. Para mim, ainda é uma coisa assim como livro, de ler na rede. O prazer é diferente de estar na frente do computador, lendo no computador. Mas lógico, durante o dia eu sempre abro o UOL para ver notícias. Hoje, para mim, a internet está muito mais presente do que a televisão, porque não dá tempo assistir. Eu não sou de ver telejornal na internet, mas, pelo menos ficar de vez em quando abrindo para atualizar as notícias eu faço, mas principalmente o UOL e os sites do *O Povo* e do *Diário*, eu faço, freqüentemente durante o dia, mas se for para ler mesmo, é pelo impresso (JORNALISTA 5, 17 de dezembro de 2010).

Eu tinha Orkut, desfiz porque eu acho que não tenho necessidade, é só para as pessoas ficarem sabendo da sua vida, porque para você usar meramente para a comunicação é muito mais fácil você usar o MSN. Agora assim, eu não desconheço a importância que elas têm na comunicação. Mas para mim, para minha vida pessoal não há necessidade (...) Tem um Twitter que eu atualizo por causa dessa época de campanha, então tem muita coisa que eu fico vendo no Twitter, até de outras emissoras, e eu repasso lá pro jornal (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

O que os depoimentos dos profissionais do *Diário do Nordeste* nos revelam é que eles “passeiam” pelas lógicas culturais, mas demonstram certa filiação a um modelo específico. O que irá determinar isso é exatamente a negociação estabelecida por meio do uso da tecnologia aos interesses pessoais e profissionais e a própria subjetividade de cada um.

Esses sujeitos se posicionam no movimento entre as tradições e as transformações. Conforme Santaella (2007, p. 129), “isso se explica pelo fato de que a cultura humana existe num *continuum*, ela é cumulativa, não no sentido linear, mas no sentido de interação incessante de tradição e mudança, persistência e transformação”.

Trouxemos toda essa explanação sobre as lógicas culturais com as quais convivemos na atualidade e como os hábitos dos jornalistas se enquadram nesse cenário para demonstrar o

quão difícil é para o profissional se definir na contemporaneidade. Ao mesmo tempo, como observa Bourdieu (1989), a definição de si mesmo desponta como uma necessidade, sobretudo, no âmbito profissional.

A gestão dos nomes é um dos instrumentos de gestão da variedade material e os nomes de grupos – sobretudo de grupos profissionais – registram um estado das lutas e das negociações a respeito das designações oficiais e das vantagens materiais e simbólicas que lhes estão associadas (BOURDIEU, 1989, p. 148).

A atribuição de um nome para si no campo profissional, como observa o autor, é também uma forma de distinção e de exercício do poder simbólico. Portanto, para os jornalistas do DN, a atribuição de uma dada alcunha (jornalista de impresso ou jornalista multimídia) repercutirá na posição social que ocupam dentro da redação.

É interessante notar ainda que a definição dos profissionais será também influenciada pelos hábitos culturais ou filiação a uma determinada lógica cultural. Dessa forma, quando o jornalista se define como “de impresso”, ele se posiciona em uma lógica cultural do impresso, associada ao homem tipográfico de McLuhan (2007). Consequentemente, o jornalista multimídia está mais próximo do homem pixel de que fala Martino (2010).

5.4.1 – Homens pixels

Como já demonstramos aqui, em capítulos anteriores, a definição de jornalista multimídia ainda não está muito clara, seja no mercado, na própria academia ou no imaginário dos profissionais. As definições abaixo dadas pelos jornalistas do DN mostram como esse perfil é delineado em um terreno móvel e sem referências tradicionais.

Ser repórter multimídia é estar sempre pesquisando novas funções nos equipamentos, fuçando a internet. Vendo o que está sendo produzido aqui no Brasil e lá fora na internet, nas viagens, trocando idéias. Ser repórter multimídia é ser inquieto. E eu acho que todo repórter deveria ser inquieto. O repórter tem que ser inquieto. Eu acho que está no cerne. E outra coisa, não é por nós sermos, nos considerarmos repórteres multimídia, que vamos nos esquecer da importância do produto impresso. A gente se esmera para fazer o produto impresso da melhor maneira possível. Afinal nós somos contratados para isso. O nosso produto impresso é realmente a cereja do bolo, mas o repórter multimídia está sempre no entorno (JORNALISTA 1, 17 de dezembro de 2010).

Eu vejo de duas formas. O jornalista que se municia de informações usando ferramentas multimídia e o jornalista que produz para a multimídia, acho que tem essa diferença. Mas, de qualquer forma, eu acho que as ferramentas multimídias são fundamentais para a função de jornalista, sejam elas para servir como fonte de informação para começar a trabalhar o que você vai passar ou para você informar, porque existe um público para isso e é um público que cresce. A tendência é a internet se popularizar cada vez mais e crescer. Então, acho que a gente não pode ser avesso. Não é que eu seja avesso, é que eu me sinto mais à vontade no impresso (JORNALISTA 2, 04 de novembro de 2010).

É ser capaz de, se você ficar amanhã desempregado, e for chamado pra uma rádio, você não precisar fazer um curso de rádio. Você já chegar lá sabendo como é. Ou você ser contratado por um site e só mudar o botãozinho de impresso pra on-line e já sair uma matéria on-line. Mas, provavelmente, o que dá isso para qualquer profissional é a vivência e a minha vivência profissional foi assessoria de imprensa e impresso (JORNALISTA 4, 29 de novembro de 2010).

Dominar essas diferentes linguagens e estar conectado também. O multimídia hoje, pra mim também tem esse tom conexão, a pessoa tem que estar ligada (JORNALISTA 6, 13 de dezembro de 2010).

Eu acho que é englobar todas as possibilidades de comunicação, porque eu, como repórter, sou jornalista, comunicadora, eu estudei comunicação. Então, eu busco todas as ferramentas na comunicação, para ser completa (JORNALISTA 10, 30 de novembro de 2010).

É ter condições de adaptar a linguagem, de ter essa noção de espaço, de que a leitura é mais rápida, de que você tem que condensar as informações de forma que aquela pessoa não se canse e pensar na imagem no layout que o conteúdo vai ter. Porque só jogar o texto porque ele menor, mais objetivo, também não funciona. Você tem que pensar nisso tudo (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

É um repórter que tem que estar ligado a tudo. Muitas vezes a gente diz que tal pessoa é multimídia, porque ela faz tudo. Mas, na verdade, o multimídia pra mim é estar conectado onde a informação possa chegar, seja de que forma for (JORNALISTA 12, 01 de dezembro de 2010).

Eu acho que, para mim, é aquele que faz além das atribuições, que era fazer só uma, são várias. É essa multiplicação que o repórter tem que entrar. Ir atrás, ir atrás. Sempre se renovando no caso (JORNALISTA 16,17 de dezembro de 2010).

Pensar estrategicamente que/como conteúdo deve ser trabalhado em cada meio, conforme suas características e potencialidades. Exemplo: em pleno confronto entre grevistas e policiais, uma caneta na mão pode retratar a crônica de uma greve, desenvolver perfil de um integrante de cada um dos lados, contextualizar com precisão e hiperlinks a greve, apontar o histórico das últimas paralisações, etc. Uma câmera fotográfica na mão pode flagrar bastidores da greve numa perspectiva estética, produzir “narrações fotográficas” (seqüência de fotos de um grevista em plena ação com áudio-depoimento acoplado), etc. Uma filmadora na mão pode buscar o “som da greve”, documentar em corte seco e cru os principais flagras e movimentações, etc (JORNALISTA 17, 31 de maio de 2011).

As definições para jornalista multimídia dadas pelos profissionais do *Diário* giram em torno das linguagens midiáticas e da conexão, ou seja, de que esse jornalista precisa estar sempre atualizado com o que está acontecendo ao seu redor, qualidade essa que atribuímos ao homem pixel, o sujeito vinculado à cultura digital, sempre conectado por meio da tecnologia. Nesse sentido, para que o jornalista seja multimídia não é necessário ser multitarefa, mas sim estar sintonizado com o tempo presente.

Com esse perfil é que se definem cinco dos nossos informantes, como profissionais multimídia, seja pela conexão contínua com a atualidade, pelo manuseio das novas tecnologias digitais e ainda pela dominação de diferentes linguagens midiáticas.

O jornalista 1, profissional com 15 anos de atuação no DN, encaixa-se no perfil de multimídia porque, literalmente, produz conteúdos tanto para o impresso, quanto para o on-line. Além de realizar os vídeos, ele atualiza o blog da editoria para a qual trabalha no *DN Online* e declara estar sempre conectado à internet por meio de dispositivos móveis. Essas características fazem com que se posicione no território da cultura digital e, portanto, defina-se como um jornalista multimídia.

Eu vi nascer o *Portal (Verdes Mares)*. Eu vi que era só uma pessoa. E profetizaria, não, isso é muita pretensão dizer. Mas porque eu já tinha lido, sabia como ia ter peso no meio de comunicação a questão da internet. Os profissionais estão aí trabalhando direto. É fundamental, volto a dizer, que o repórter não fique só no feijão com arroz. Que ele saiba trabalhar multimídia para que ele consiga novos desafios, ofereça novas coisas. Então, eu também me considero um repórter multimídia (JORNALISTA 1, 17 de dezembro de 2010).

O jornalista 6, apesar de ser um profissional do on-line e, portanto, lidar com um meio que é multimídia por natureza, ancora sua definição de multimídia na capacidade que o jornalista tem de se adequar ao trabalho para diferentes mídias. O perfil traçado por ele se aproxima do que Salaverría e Negredo (2008) definem como jornalista multiplataforma, um profissional, especialista em um dado assunto, capaz de produzir conteúdos para diferentes mídias ou plataformas.

Multimídia porque eu já trabalhei em vários veículos. A internet tem uma coisa bacana porque ela se aproxima mais da TV e do rádio do que do impresso. Inicialmente falavam que ia acabar com o impresso, mas não. A gente lida muito com vídeo, muito áudio, a interação, etc. Então, o conceito de multimídia está no fato de você saber lidar com várias mídias. Por exemplo, a gente está no momento produzindo *webcast*. A gente tem um estúdio, aliás um cenário próprio, câmera própria, canopla, materiais de televisão nosso e a gente produz material de vídeo. Então, esse repórter do online, ele tem que estar preparado para fazer uma passagem. Tipo, eu sou de impresso, deixo minha barba crescer, mas no dia que a editora disser: “Gledson, você vai ter que fazer uma passagem ao vivo para o *streaming* do *Diário*”, aí eu vou ter que ir lá tirar minha barba, ir lá no figurino, pegar e fazer. Porque é uma característica multimídia. Eu me sinto habilitado, me sinto capaz de ir na rádio e dizer: “olha, estou aqui ao vivo, direto da Praça do Ferreira”, por mais que eu tenha problema de respiração, mas eu vou passar a informação e se tiver de fazer televisão eu vou fazer. É lidar com as várias mídias (JORNALISTA 6, 13 de dezembro de 2010).

O jornalista 16 encontra no domínio de linguagens diferentes a conceituação para o exercício do jornalismo multimídia. Em sua fala, porém, encontramos ainda o tom de “naturalidade”, de que fala Hall (2003) - presente na posição de negociação - de que é preciso se adequar aos novos tempos para se manter no mercado.

Eu me considero jornalista multimídia e acho super legal. Acho que a aquisição de novas linguagens é fundamental hoje. Acho que nós vivemos em um período “darwiniano”, é uma evolução. Se você não evoluir, você está fora do mercado. E o pior é que é (JORNALISTA 16, 17 de dezembro de 2010).

O profissional 12, por sua vez, recorre ao uso das ferramentas multimídia como utensílios de trabalho para se definir como tal. É interessante ressaltar que a multimídia a que o informante se refere é a própria internet. Nesse sentido, mais do que multimídia, o profissional seria um homem conectado com seu tempo, um homem pixel, que se integra à cultura digital.

Eu sou uma repórter multimídia. Porque eu utilizo os recursos multimídia pro meu trabalho. Não necessariamente que o produto do meu trabalho seja multimídia (JORNALISTA 12, 2010).

E, por fim, o jornalista 17, que também se define como multimídia, embasa seu posicionamento no domínio de diferentes linguagens, como a audiovisual e fotográfica e, principalmente, na capacidade de articular esses códigos, o que Salaverría e Negredo (2008) consideram como o diferencial dos profissionais no universo da convergência jornalística. Mais do que multimídia, a definição do profissional 17 aproxima-se do perfil de jornalista convergente, que não necessariamente precisa ser multitarefa, mas ter competência cognitiva relativa ao impresso, ao on-line e ao audiovisual e saber articulá-las.

Produzo vídeos e áudios. Executo elementos básicos em fotos. E o que, a meu ver é tão relevante quanto, penso de forma multimídia, inclusive em elementos que não domino (infografia, animações, realidade aumentada, fotos 360°, games, etc.) (JORNALISTA 17, 31 de maio de 2011).

Nossos informantes que se definem como profissionais multimídia apresentam, assim, competências cognitivas relativas ao manuseio de dispositivos tecnológicos, ao domínio da linguagem impressa, audiovisual e, sobretudo, partilham da lógica cultural digital. Essa posição identitária abarca assim outras posições identitárias tradicionais no campo jornalístico, como a do impresso e do audiovisual (a fotográfica também, citada por dois entrevistados) e as coloca em articulação com a cultura digital.

Ou seja, **a posição identitária multimídia definida pelos profissionais é móvel, fluida, enquadrando-se assim no perfil que identificamos como de jornalista convergente.** A escolha pelo termo convergente em vez de multimídia é uma maneira de evitar o aspecto negativo que esse adjetivo recebe por conta de sua indefinição e dos modelos deficientes e precários de jornalismo multimídia que são, muitas vezes, postos em prática no mercado.

Além disso, podemos observar ainda que os jornalistas multimídia do *Diário* atendem à interpelação da instituição realizando os vídeos, têm visão crítica do processo, colocando-se, muitas vezes, em um lugar de oposição, mas expressam, discursivamente, ou seja, por meio dos depoimentos, posições assumidas na vivência prática. É interessante ressaltar que não encontramos uma contradição entre o discurso dos informantes e a ação deles.

Dizer-se jornalista multimídia e não agir como tal poderia ser um artifício de negociação simbólica, de disputa de poder e distinção na redação. Contudo, o que observamos com os depoimentos de nossos entrevistados é a correspondência entre a definição e a ação, o que implica em ganhos ou perdas simbólicas, sobretudo, em relação aos profissionais que se afirmam como jornalistas de impresso, estes que vamos conhecer a partir de agora.

5.4.2 – Homens tipográficos

Eles realizam vídeos, possuem celulares com câmeras que muitas vezes usam ou não, têm perfil em redes sociais virtuais e são ativos no ciberespaço, mas na hora em que são forçados – pela pergunta do pesquisador – a se definirem, são taxativos em afirmar: sou jornalista de impresso.

Quem lê ou escuta a definição afirmativa e, aparentemente segura, desses profissionais, não imagina que partiram deles e de muitos outros as inquietações que deram origem a essa pesquisa. Esses mesmos jornalistas que se sentem inseguros na hora de gravação dos vídeos demonstram conforto e segurança quando se definem como jornalistas de impresso.

Apesar de Hall (2000; 2003 e 2006), Bauman (2005), Woodward (2000) e Silva (2000) sustentarem que os sujeitos contemporâneos são compostos por identidades múltiplas, o que observamos em relação aos profissionais do DN que se definem como jornalistas de impresso é a tentativa de se fixar em uma única posição identitária relativa ao exercício da profissão, mesmo que, em outros momentos e circunstâncias, assumam outras posições identitárias.

É o caso do jornalista 2. Jovem profissional que já foi repórter, hoje ocupa o cargo de editor e ainda desempenha a função de assessor de imprensa para outra organização, confessa sentir-se à vontade mesmo no lugar de jornalista de impresso.

Me identifico assim, como jornalista de impresso. Curioso é que, hoje, coincidentemente, pela primeira vez, eu vou participar de um programa na *TV Diário*. Já fui assediado por um apresentador e ele até parou de me pedir, percebeu que eu não gosto, não gosto de aparecer em vídeo. Eu não me sinto à vontade (JORNALISTA 2, 04 de novembro de 2010).

Ao ser indagado se sentia à vontade na posição de assessor de imprensa, o informante responde revelando que essa posição é secundária em sua vida profissional.

Assessoria pra mim é um complemento, porque ela me coloca em contato com outras redações, eu acho isso interessantíssimo pra você conhecer o seu mercado. Está certo que quando a gente vai pra uma pauta importante, tem repórter do *O*

Povo, da TV Cidade, da TV União e tal. Só que, ali, todos estão interessados no mesmo assunto e, cada um quer dar o foco da sua matéria e dar o foco melhor. Na assessoria, eu estou lá ajudando pessoas de outras redações, então a produtora me liga, o repórter chega, eu recebo e é interessante porque a gente começa a fazer um círculo de amizade (JORNALISTA 2, 04 de novembro de 2010).

O que o profissional 2 nos revela com seu depoimento é que mesmo transitando entre duas posições identitárias, a de impresso é prioritária sobre as outras. Esse mesmo posicionamento é partilhado pelo jornalista 4 que, mesmo “gostando de realizar os vídeos” e se sentindo à vontade para o desempenho dessa atividade, define-se como de impresso, considerando a tarefa multimidiática como uma ação complementar: “Porque apesar de tudo isso, de gostar e de me interessar, o forte da questão é o impresso. O trabalho, tudo que eu faço é para o impresso. O resto é um complemento” (JORNALISTA 4, 2010). O informante em questão assume a posição de negociação e até denota certa tendência ao trânsito para a posição identitária de jornalista multimídia, mas opta pela segurança do lugar de jornalista de impresso.

É dessa posição também que fala o jornalista 5. Profissional com mais de 10 anos de trabalho no DN, ele se define como profissional de impresso porque os conteúdos que produz são realizados tendo como parâmetro o impresso, ou seja, ele reconhece que tem domínio apenas de técnicas cognitivas voltadas para o jornalismo impresso.

Ainda não sou multimídia porque eu acho que eu lido muito pouco com esses recursos. Não na hora de colher, de fontes, isso aí, ok, a gente usa muito. Mas na hora de, a partir do que eu faço, do meu trabalho para o cliente, para o leitor, internauta. Eu acho que eu deixo muito a desejar ainda nas minhas atitudes, de pensar nos vídeos. Mas sou capaz sim, e é uma coisa que eu acho que tem que ser o caminho, se você quiser continuar na profissão tem que seguir para isso (JORNALISTA 5, 17 de dezembro de 2010).

Vale ressaltar que mesmo ancorado na posição identitária de jornalista de impresso, o informante 5 destaca a necessidade de aprimorar suas técnicas cognitivas em virtude das cobranças do mercado de trabalho. Essa observação é mais um indicativo da convivência das diferentes lógicas culturais e reforça a ideia de que o jornalista se afirmar como sendo de impresso não é sinônimo de que esteja estagnado no tempo e no espaço, preso à cultura tipográfica ou avesso à lógica digital.

É também a ausência de técnicas cognitivas para trabalhar com outras mídias, além do impresso, que justifica o posicionamento do jornalista 7 como profissional de impresso.

Sou uma repórter de impresso, mas que já fui exigida como repórter multimídia. Até isso eu acho errado, o fato de escrevermos o texto e ele ser colocado tal e qual na internet. A linguagem da internet é outra, são frases curtas, frases diretas, a linguagem que a gente escreve pro jornal é outra. Essa “enrolação” que a gente faz, de contar a história da pessoa, na internet, isso perde a graça. Tem que ser mais rápido, mais objetivo. Então, eu não me considero uma repórter multimídia porque

eu não domino, eu não lido e eu não trabalho com todas as mídias, eu não sei trabalhar com todas (JORNALISTA 7, 13 de outubro de 2010).

O jornalista 8, assim como o entrevistado anterior, também reconhece que já ocupou a posição identitária de jornalista multimídia, contudo, essa experiência não foi suficiente para que ele se definisse como tal: “Sou jornalista mais de impresso. Porque, no momento atual, pelo menos no caderno onde eu estou trabalhando, isso não é muito utilizado e também não é muito valorizado, não existe, por parte do meu superior: ‘Ah, vamos fazer esse vídeo, esse assunto merece.’” (JORNALISTA 8, 25 de novembro de 2010).

No caso desse entrevistado, a competência cognitiva não é posta como explicação para a fixação na posição de impresso. O que o leva a permanecer nesse lugar é, de acordo com sua fala, a ausência da interpelação da instituição, aqui representada pela figura do “superior”, no caso do editor. Quando este não “chama” o profissional para ocupar a posição de jornalista multimídia, o relega única e exclusivamente à posição do impresso.

Essa condição nos mostra como as identidades são influenciadas pelos sujeitos que se encontram ao nosso redor e também pelas circunstâncias, como observa Bauman (2005, p.19): “As identidades flutuam no ar, algumas de nossa própria escolha, mas outras infladas e lançadas pelas pessoas em nossa volta, e é preciso estar em alerta constante para defender as primeiras em relação às últimas.”

Ou seja, o jornalista 8 deixa que sua identidade seja definida por outrem, o que o faz ficar estagnado, parado na posição de jornalista de impresso, mesmo demonstrando afinidade e interesse pelos vídeos e, conseqüentemente, pela posição de jornalista multimídia.

Já o jornalista 9 traz para o terreno da auto-definição o elemento segurança.

Não posso me considerar multimídia porque foi uma experiência pequena. Eu já trabalhei em várias mídias, em rádio, produzindo pra TV e muito mais em jornal. Mas, se eu tivesse uma coisa assim de capacitação, eu poderia estar mais segura para falar isso. Por enquanto, eu não me sinto segura para falar isso. Eu prefiro dizer que sou uma jornalista no impresso, qualificada para o impresso (JORNALISTA 9, 03 de novembro de 2010).

A segurança para se definir como jornalista multimídia, para o informante 9, é decorrente do aprimoramento de suas técnicas cognitivas. Enquanto não apresenta a competência para lidar com outras linguagens, formatos de notícias e suportes, adotando uma atitude de cautela, o profissional prefere assim se fixar na posição de jornalista de impresso em vez de se arriscar em uma posição identitária móvel, como orienta Bauman (2005, p.35): “As identidades ganharam livre curso, e agora cabe ao indivíduo, homem ou mulher, capturá-las em pleno vôo, usando seus próprios recursos e ferramentas”. Quer dizer, ao jornalista 9, faltam as ferramentas simbólicas para se lançar à posição multimidiática.

Enquanto o profissional de número 9 se fixa na posição de impresso, o jornalista 10, mesmo se definindo como tal, explicita seu desejo em transitar com mais frequência pela posição multimídia. No caso desse entrevistado, é preciso fazer a ressalva de que ele é repórter fotográfico, mas isso não o exclui do escopo do homem tipográfico, pois mesmo lidando com um código e linguagem que difere dos repórteres de texto, ele trabalha com vistas à produção de imagens que serão veiculadas no impresso, portanto, ele tem como referencial o jornalismo impresso.

Ainda não me considero uma repórter multimídia, porque eu acho que eu não tenho preparo o suficiente nos outros dois. Em texto, eu estou tentando mais agora. Por exemplo, se você me manda fazer uma matéria factual de Cidade, eu não tenho experiência suficiente para dizer que eu sei fazer. Eu vou te perguntar como é que eu faço, o que eu digo, como eu começo...Vai bater aquele nervoso. Agora, se você disser, para eu ir na pauta e tirar foto tal, eu vou lá, beleza. Mas eu quero me encaminhar para ser repórter multimídia. Eu não sei se eu tenho muito talento para vídeo, mas para texto e foto eu quero me encaminhar. E vídeo eu acho que é um complemento da foto. Hoje, o que mais a gente vê são fotos e vídeos misturados, as duas mídias trabalhando em conjunto (JORNALISTA 10, 30 de novembro de 2010).

As competências cognitivas aparecem mais uma vez como entrave ao deslocamento para a posição de jornalista multimídia, estas que, na fala do jornalista 10 podem ser desenvolvidas com a experiência, com a prática mesmo, diferente do profissional 9, por exemplo, que aposta na qualificação formal como uma forma de aprimorar sua competência jornalística.

Esse mesmo pensamento é partilhado pelo jornalista 11 que reconhece sua filiação à posição de impresso pelo fato de se preocupar com a realização do texto e deixar o trato com os vídeos em segundo plano. “Me considero repórter de impresso porque eu não trabalho direito essa história da imagem e me preocupo mais com o texto” (JORNALISTA 11, 13 de outubro de 2010).

A preocupação com “o texto” em detrimento de outras narrativas noticiosas da parte do informante em questão se deve também ao fato de ele não dispor das técnicas necessárias para a realização de coberturas em outros formatos e para outros suportes. A fala do jornalista 11, portanto, traz nas entrelinhas a identificação do jornalista multimídia com o modelo de profissional multiplataforma apresentado por Salaverría e Negredo (2008).

Perfil este oposto ao do nosso informante que, mesmo reconhecendo a existência desse tipo de jornalista, admite não possuir essas características e, por conta disso, localiza-se na posição de jornalista de impresso, condizente com os saberes e a prática que exerce em seu cotidiano profissional.

Os depoimentos que trouxemos neste tópico e ainda ao longo de todo o relatório de pesquisa aqui construído nos mostram o processo de negociação estabelecido pelos jornalistas

do *Diário do Nordeste* em virtude da produção de conteúdo multimídia para a versão on-line do jornal. Apesar de muitos dos nossos informantes definirem-se como jornalistas de impresso e justificarem essa escolha pela ancoragem em uma lógica cultural do impresso, fazendo deles homens tipográficos, é preciso reconhecer que esse lugar seguro escolhido por eles não é definitivo.

Ao afirmarem que não estão na posição multimídia pela ausência de técnicas cognitivas específicas, os jornalistas do DN nos fazem crer que se possuíssem esses saberes, estariam assim ocupando a posição multimidiática. Se esses profissionais irão se deslocar para outra posição, não sabemos, mas o que podemos afirmar de concreto desses depoimentos e das entrevistas de um modo geral é que os jornalistas do *Diário* experimentam um estado de tensão marcado pela força de permanência (ser repórter de impresso) e a de mudança (ser repórter multimídia). A maneira encontrada por muitos deles para superar essa condição inconstante e móvel foi se firmar na posição identitária de impresso, mas não se fechar em torno dela.

Ao se definirem como jornalistas de impresso, os profissionais tentam “solidificar” as incertezas e transitoriedades dos tempos modernos, mesmo sendo essa atitude considerada infrutífera por Bauman (2005). Contudo, é esse mesmo autor quem explica o que move atores sociais, como os jornalistas aqui apresentados, a investirem em uma identidade sólida, na contramão da contemporaneidade.

Para Bauman (2005), a tentativa de fechar-se em uma identidade sólida expressa a busca dos sujeitos por proteção, por elementos familiares que os façam sentir-se seguros e protegidos diante das intempéries dos tempos modernos.

O anseio por identidade vem do desejo de segurança, ele próprio um sentimento ambíguo. Embora possa parecer estimulante no curto prazo, cheio de promessas e premonições vagas de uma experiência ainda não vivenciada, flutuar sem apoio num espaço pouco definido, num lugar teimosamente, perturbadoramente, “nem-um-nem-outro”, torna-se em longo prazo uma condição enervante e produtora de ansiedade (BAUMAN, 2005, p. 35).

Nossos entrevistados, para evitar as angústias associadas ao movimento identitário, encontram proteção na posição identitária de jornalista de impresso, que está associada à vivência em um *habitus* familiar e ao exercício de ações e articulação de saberes que são da esfera de um domínio conhecido, cujos referenciais de comportamento, conduta e trabalho, mesmo atualizados, têm um aspecto tradicional.

Dessa forma, parafraseando o título de um artigo de Stuart Hall (2000)¹²⁹, os jornalistas do DN precisam de uma identidade para não cair em um abismo existencial que pode vir a ser construído pelas incertezas que se manifestam com o processo de convergência jornalística. São elas: a estabilidade social da profissão e seu capital simbólico, abalados pelo empoderamento dos usuários com a web 2.0 e ainda pela desregulamentação do ofício com a não obrigatoriedade do diploma para o exercício jornalístico.

Essas incertezas, e outras mais, repercutem também no espaço da redação. Em um ambiente marcado por negociações e hierarquias, a posição identitária que o profissional ocupa também repercutirá no exercício de seu poder simbólico. Em nosso estudo, como assinalamos em muitas passagens, a disputa de forças na redação do DN é construída com base na diferenciação entre os profissionais do impresso e os do on-line.

Particularmente, no caso dos jornalistas do *Diário*, o que pudemos observar com a pesquisa de campo e as entrevistas é que a cultura do impresso ainda é muito forte e se sobressai em relação à cultura do jornalismo multimídia. Mesmo em um cenário onde a convergência jornalística torna-se realidade; em que os recursos materiais são deslocados em maior quantidade para o aprimoramento das plataformas digitais e onde é reproduzida uma ideologia ancorada no aprimoramento da performance técnica, o poder simbólico do impresso se sobrepõe ao das novas mídias. Em vez do sentimento de coabitação de que fala Wolton (2007), o que se percebe ainda é um cisma entre os profissionais.

Por não termos investigado os fatores que levam a essa condição durante a realização de nossa pesquisa, compactuaremos, então, com a explicação dada por Salaverría e Negredo (2008) que compreendem esse fenômeno em relação tanto a fatores econômicos quanto simbólicos. No primeiro plano, porque o impresso ainda é mais lucrativo que as mídias digitais e, no segundo, por conta da credibilidade e tradição junto ao público que a mídia impressa carrega. O que nos interessa nesse fenômeno aqui é identificar as forças simbólicas construídas no espaço da redação, motivadas pelas influências conjunturais.

Nesse sentido, o que observamos no caso do *Diário do Nordeste* é a prevalência da cultura do impresso em comparação com a cultura do digital e, conseqüentemente, a superioridade simbólica dos profissionais filiados a essa lógica cultural. Apesar de, ao colocar em prática a convergência jornalística, o DN acompanhar as tendências de jornais considerados modernos e referenciais no cenário mundial, no espaço das microrrelações

¹²⁹ O título do artigo é: Quem precisa de identidade?

sociais a presença do homem tipográfico e dos hábitos e costumes atrelados a ele se impõem em relação a do homem pixel.

Essa constatação, mais que uma conclusão advinda com a pesquisa, é uma demonstração do dinamismo do fenômeno sobre o qual nos debruçamos, pois, ainda na fase preliminar da pesquisa, quando estávamos nos familiarizando com o objeto e suas facetas, propusemos como hipótese que a **autodefinição dos jornalistas como profissionais multimídia poderia localizá-los em uma posição de inclusão (estabelecidos) dentro da redação**. E o que verificamos com o decorrer da investigação foi exatamente o contrário, que **os profissionais definidos como jornalistas de impresso é que ocupam a posição de prestígio no jornal**.

A ausência de um *habitus* próprio, de regras e códigos institucionalizados que guiem o exercício da produção multimídia faz com que muitos jornalistas, conforme observamos em seus depoimentos, sintam-se inseguros ainda para definirem-se como profissionais multimídia. Portanto, o posicionamento em torno da identidade de jornalista de impresso é uma forma dos profissionais se sentirem seguros e o fortalecimento dessa posição identitária, por meio da diferenciação que relega os diferentes, os multimídia, para o lugar da inferioridade, baseada em princípios clássicos e tradicionais do jornalismo, acaba gerando uma hierarquia na qual os jornalistas de impresso são os dominantes, os estabelecidos e os multimídia ficam assim na posição de outsiders.

Assim como os moradores da cidade inglesa de Winston Parva, onde Elias e Scotson (2000) realizaram seu estudo sobre as relações entre estabelecidos e outsiders, os jornalistas do DN preservam e defendem a superioridade da posição identitária de impresso em relação à de profissional multimídia para não perderem o status, no plano simbólico e, conseqüentemente, garantirem a materialidade da profissão. Ou seja, atribuir mais valor à posição de jornalista de impresso é uma forma de garantir a permanência na instituição e no mercado de trabalho, afinal, como pontua Travancas (2011), as transformações editoriais e também de cunho tecnológico no ambiente jornalístico geram, de forma imediata, o acúmulo de funções e, em longo prazo, demissões.

Naquela pequena comunidade, a superioridade de forças do grupo estabelecido desde longa data era desse tipo, em grande medida. Baseava-se no alto grau de coesão de famílias que se conheciam havia duas ou três gerações, em contraste com os recém-chegados, que eram estranhos não apenas para os antigos residentes como também entre si (ELIAS E SCOTSON, 2000, p. 22).

O fator de distinção e em torno do qual se constrói a hierarquia entre os moradores da comunidade pesquisada pelos autores é o tempo de vivência na cidade. De certa forma, no

caso dos jornalistas do DN, observamos também que o tempo é um fator de diferenciação entre os profissionais de impresso e estabelecidos e os multimídia e outsiders. Porém, a variável aqui não está relacionada com o tempo de exercício da profissão de cada profissional, mas com a **tradição do jornalismo impresso em contraposição a ausência de uma bagagem simbólica e material para o jornalismo multimídia**, cujos contornos, regras, códigos e modos de ação estão sendo construídos no aqui e agora.

Daí porque os autores que tratam da convergência jornalística enfatizarem que para essa obter êxito é necessária a instauração de uma cultura profissional diferenciada, baseada na colaboração e não em uma organização construída sobre classificações hierárquicas.

Em relação a isso, Salaverría e Negredo (2008, p.159) observam que essa cultura colaborativa não surge de modo espontâneo, ela é resultado de ações pensadas estrategicamente nos planos empresarial e editorial. Nessa proposta, o profissional do impresso não trabalha isolado, mas em diálogo constante com os colegas do on-line. A ausência da colaboração, como acrescentam os autores, resultará diretamente na qualidade dos conteúdos e a mais visível delas é a redundância na cobertura.

Quando o informante 2 afirma que não gosta de realizar a mesma pergunta para as fontes mais de uma vez, por conta da gravação dos vídeos; ou ainda no momento em que o informante 12 revela que seus vídeos não continham nenhuma informação para além daquelas também expressas na notícia impressa, eles estão identificando essa redundância. “Cada tema tiene su formato. Internet permite difundir todos, pero los editores deben decidir cuáles son los más adecuados en cada momento y para cada soporte” (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008, p. 162).

A redundância dos conteúdos e a falta de capacidade para discernir que tipo de cobertura é mais adequada a um meio especificamente são aspectos superficiais dos problemas de consolidação da convergência jornalística, cuja ausência de colaboração desponta como o entrava mais profundo do processo.

Para corrigir as imperfeições do projeto de convergência jornalística é preciso que a instituição interpele os profissionais para que estes colaborem entre si, ou seja, que a coabitação e respeito às diferenças sejam estimuladas. A forma como esse chamamento pode ser feito é colocada pelos próprios informantes de nossa pesquisa: cursos, orientações, qualificações ou toda e qualquer ação que implique em um aprendizado cognitivo para esses profissionais, capacitando-os com conhecimentos/saberes para poderem transitar com desenvoltura entre as posições de jornalista de impresso e jornalista multimídia.

Dessa forma, os jornalistas que demonstram afinidade com a produção dos vídeos, mas se sentem inseguros em realizá-los por conta da falta de normatização da atividade poderão repensar novamente sua posição identitária e, talvez, passar da condição de homem tipográfico para a de homem pixel, de jornalista de impresso para jornalista multimídia e, quem sabe, para um perfil de profissional mais abrangente que identificamos como um possível jornalista convergente. Um jornalista cuja competência cognitiva abrange desde as técnicas do jornalismo tradicional, independente do meio, e não se restringe à materialização desses saberes e normas em apenas uma mídia ou por meio de uma única linguagem, aos novos modos de produção informativa provenientes com as novas mídias e as transformações culturais associadas a elas.

É importante observar que esse profissional se aproxima da definição de jornalista multiplataforma de Salaverría e Negrodo (2008), contudo, a nosso ver, mais do que dominar as técnicas produtivas para a elaboração de diferentes produtos jornalísticos, que serão veiculados por suportes também diferentes, esse profissional deve ampliar os horizontes de suas técnicas cognitivas para pensar coberturas jornalísticas convergentes de acordo com os recursos que a instituição dispõe.

Dessa forma, o jornalista convergente não será apenas aquele que executa, que produz conteúdos convergentes, mas o profissional capaz de identificar a melhor linguagem midiática para fazer a mediação de um fato específico, valendo-se de diferentes narrativas que se complementam e não se repetem. O profissional convergente aqui imaginado domina as especificidades e minúcias do jornalismo e não se restringe às barreiras dos códigos. Ele pode até ter a competência produtiva necessária para produzir os conteúdos, mas sabe qual o profissional mais capacitado para realizar uma cobertura para o impresso, para o audiovisual e para a internet ou aquele que consegue articular todas essas linguagens basicamente.

Mas isso não quer dizer que o jornalista convergente é exclusivamente o profissional que ocupa um cargo de chefia. Apesar de, na atualidade, os termos repórter convergente e editor de mídias convergentes serem correntes para designar cargos ocupados por profissionais à frente do processo de convergência jornalística nas redações, ele tenderá a designar todos os profissionais que pensam de forma convergente. Quer dizer, a convergência jornalística assim pensada é uma questão cultural e não de performance técnica e manuseio de aparatos e ferramentas.

Porém, o jornalista convergente acaba se convertendo em um perfil de profissional difícil de ser definido, pois seus contornos e atribuições estão sendo constituídos no presente,

o que nos impede de ser restritivos ou de afirmar com segurança que os rumos da convergência jornalística conduzirão à formação desse novo profissional.

Ao longo de nossa pesquisa, nos deparamos com reflexões e experiências observadas durante o trabalho de campo que nos levaram a moldar esse protótipo de jornalista convergente. No entanto, para verificar sua correspondência no mercado de trabalho e a abrangência de seu perfil precisaríamos realizar uma investigação de maior fôlego e com outros objetivos, o que o empreendimento aqui construído não comporta. Portanto, somente em um futuro próximo, será possível assim investigar quem é esse profissional convergente e quais suas competências e posições no campo jornalístico.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Um dos autores centrais que norteou as reflexões realizadas ao longo de toda essa dissertação foi o jamaicano Stuart Hall. Por meio de suas discussões em torno dos sentidos e da construção de identidades culturais na contemporaneidade, foi possível problematizar a reconstrução da identidade dos jornalistas de impresso diante da produção de conteúdo multimídia. Porém, a afinidade com esse intelectual está para além das posições identitárias e das negociações problematizadas em seus textos.

Assim como Hall, um sujeito “deslocado” em virtude da mudança para outro país e que, a partir de suas próprias experiências, construiu um legado teórico denso sobre as migrações culturais, também encontrei no sentimento de “deslocamento” a fundamentação para a realização da pesquisa que aqui é encerrada.

Pode soar pretensioso comparar meu percurso intelectual com o de um expoente no campo dos Estudos Culturais. Mas o que me interessa destacar com essa comparação é que a produção de conhecimento também é uma ação marcada significativamente pela subjetividade, pela trajetória pessoal, seja do pesquisador ou de outros sujeitos envolvidos no fenômeno. E foi o interesse de perceber as subjetividades dos jornalistas que motivou a elaboração dessa pesquisa e orientou todas as ações realizadas em seu decorrer.

Por mais que os manuais de metodologia e o Positivismo cobrem certo distanciamento do pesquisador em relação ao fenômeno estudado, no meu caso, foi quase impossível me comportar como um ser exterior. Cada leitura, cada nova entrevista realizada e conclusão elaborada me levavam a refletir não somente sobre a construção das identidades dos jornalistas do *Diário do Nordeste*, mas da minha própria identidade.

Vivenciei assim conflitos de ordem teórica, com as ideias dos autores; conflitos de ordem prática, com os entraves materiais da pesquisa e conflitos existenciais, marcados por questionamentos como: sou pesquisadora? Sou apenas repórter de impresso? Ainda sou jornalista?

Quero, assim, evidenciar que o conflito e sua variante de menor intensidade, a tensão, foram palavras-chave que acompanharam a realização desse trabalho e proporcionaram captar aspectos da subjetividade de cada protagonista desse estudo. A razão de ser das tensões vivenciadas por esses sujeitos estava relacionada, em um plano micro, ao uso de um celular como ferramenta de trabalho e gravação de vídeos para a versão on-line do jornal. Em uma esfera macro, as incertezas e conflitos pelos quais passavam os profissionais dizem respeito às

transformações provenientes do processo de convergência jornalística (SALAVERRÍA E NEGREDO, 2008).

Durante o percurso da pesquisa, foi possível identificar as tensões culturais e simbólicas que influenciaram significativamente o processo de instauração de novas competências, valores e hábitos moldados na vivência prática dos jornalistas. Acompanhar de perto esse fenômeno me fez perceber que o impresso, a mais tradicional das mídias artificiais, não perdeu seu valor simbólico, como muitos profetizaram. Foi possível confirmar, inclusive, que o jornalismo impresso ainda ocupa um lugar referencial para os profissionais, de modo que, ao sentirem-se deslocados por conta das cobranças relativas à tarefa de gravação dos vídeos, voltaram à **posição segura de jornalistas de impresso**.

Isso não quer dizer que os profissionais do DN também não transitem pela posição identitária multimidiática. Contudo, por esta ainda estar em construção e, assim, implicar em um terreno simbólico prático e politicamente movediço, muitos jornalistas foram buscar a solidez, segurança e conforto na posição de jornalista de impresso para continuar exercendo a profissão.

Todo esse complexo movimento subjetivo e cultural é apenas um indicativo de um processo amplo que se delineia no campo jornalístico graças às transformações práticas e culturais que o uso das novas tecnologias tem motivado. Mesmo a identidade de jornalista de impresso sendo dominante no espaço social da redação do *Diário*, a identificação da construção de uma posição identitária de jornalista multimídia e a própria opção de alguns profissionais por se definirem como jornalistas multimídia conduzem a uma reflexão mais abrangente sobre a possível construção de uma **identidade do jornalista no século XXI**.

Apesar da pesquisa não ter sido conduzida nesse sentido, não posso me furtar de mencionar essa questão levando em conta que as discussões travadas ao longo de toda essa dissertação se encaminharam para tal. O jornalista do século XXI, nesse contexto, é um profissional submetido a transformações de grande envergadura no cenário social e no campo da profissão.

Ele busca reconhecimento e legitimidade depois de seu status perante a sociedade ter sido solapado pela “queda do diploma”, disputa a credibilidade do grande público diante do surgimento de outros produtores de conteúdos nos espaços colaborativos da web 2.0 e vê valores e práticas tradicionais do ofício se transformando por conta do volume e da velocidade de informações circulantes em diferentes meios.

Ou seja, esse profissional - que pode ser eu, ou qualquer outro, basta que assim nos definamos e orientemos nossas ações para tal - é testemunha e protagonista de um momento

transitório, em que estão sendo lançadas as bases para novas práticas jornalísticas no cenário local que ainda não sabemos muito bem como serão moldadas.

A observação da rotina no *Diário do Nordeste* e as leituras sobre experiências semelhantes realizadas em outros veículos proporcionaram verificar em que sentido está sendo direcionado o exercício da profissão. Dentre as ações observadas estão desde a alteração do espaço físico da redação para abrigar os profissionais que fazem o impresso e aqueles que produzem a versão on-line, ao aprimoramento das competências dos jornalistas.

Nessa seara, o que ficou evidente é que o jornalismo impresso não se faz mais somente com papel e caneta. O jornal não depende mais do papel para se constituir como tal. Ele surge em pequenas telas, onde a materialidade das tintas dá lugar ao brilho que emana dos dispositivos portáteis.

Da mesma forma, o jornalista não precisa mais recorrer ao grafite do lápis para registrar declarações e anotar suas próprias observações. Ele pode fazer isso com um gravador de áudio digital e até mesmo com o celular, aparelho este que começa a ser usado pelos profissionais do DN para ampliar seu escopo de trabalho, ao ponto da diversificação de funções agregadas a esse único aparelho (câmeras fotográficas e de vídeo, *web browser*, editor e visualizador de textos em diferentes formatos, conexões 3G e *Wi-Fi*) proporcionarem um novo modo de produção de notícias que vem sendo chamado de jornalismo móvel (SILVA, 2009).

De posse do celular, os jornalistas passam então a ser interpelados pela instituição a ampliarem seu modo de ação, contudo, não recebem estímulo cognitivo para tal. A ausência de uma iniciativa por parte da organização que orientasse os profissionais no sentido estético e jornalístico para a realização dos vídeos foi uma das principais reclamações apontadas pelos informantes ouvidos durante a investigação. Por conta disso, o profissional saía para o trabalho de apuração de rua sem saber exatamente o que fazer e como fazer.

A resposta a essa situação veio de diferentes formas, desde o **entusiasmo com a tarefa** e dedicação ao aprimoramento dos registros **ao esquecimento** do celular na bolsa ou no carro de reportagem, muitas vezes inconsciente e, em outras, proposital. Essas atitudes mostram posições extremas de recepção da atividade por parte dos jornalistas: positivas e negativas. Mas o que foi possível constatar com o decorrer da pesquisa é que os **repórteres negociam de diferentes formas a produção do conteúdo multimídia** e, ao fazer isso, assumem a autoria desse projeto.

O fato da atividade de realização dos vídeos não ser normatizada, quer dizer, não ter parâmetros institucionais para sua execução, deixa a cargo dos profissionais a construção desse projeto e o estabelecimento de normas referenciais de ação.

A negociação da produção dos vídeos se dava na própria experiência prática, em campo, quando o repórter se deparava com a necessidade de fazer escolhas, de privilegiar a gravação ou a entrevista de uma fonte; de selecionar qual pauta merecia uma cobertura audiovisual e qual não se encaixava nesse tipo de abordagem; de dispensar mais tempo para a realização do vídeo que o de costume ou sair da pauta sem nem mesmo ligar o celular.

A posição de negociação assumida pelos profissionais em relação à tarefa de gravação dos vídeos, de certa maneira, foi um fator surpresa com o qual me deparei. Ainda na fase de elaboração do projeto, acreditava que a tecnologia era a matriz da “antipatia” com que os profissionais encaravam a atividade. Contudo, o que pude perceber com a observação empírica, as reflexões teóricas e a realização das entrevistas articuladas nessa pesquisa foi que o manuseio do aparelho, apesar de ter sido mencionado como entrave inicial, não era o maior problema. O que incomodava os repórteres e, portanto, gerava conflitos, era o fato de estes terem que, ao mesmo tempo, dominar dois códigos midiáticos para realizar a cobertura noticiosa.

Os jornalistas do DN, dessa forma, se viram cobrados pela conjuntura a lidar com a linguagem audiovisual e com o impresso. Essa convergência de linguagens exigia de muitos deles o **aprimoramento de suas técnicas cognitivas de processo** (GUERRA, 2008). Além dos preceitos, regras, normas e códigos que orientam o fazer jornalístico voltado para a mídia impressa, esses profissionais tiveram que adequar esses saberes ao desafio que lhes era proposto pela instituição: gravar vídeos.

Mais uma vez, os repórteres adotam a postura de negociação e recorrem ao repertório audiovisual particular, na ausência de orientações da empresa, para construir suas produções. E, assim, enveredam pela desconhecida posição de jornalista multimídia e dão forma a um **habitus profissional diferenciado**, marcado pelo uso de novas tecnologias e aprimoramento das técnicas cognitivas por meio da convergência de linguagens.

É interessante ressaltar que essa convergência abordada até aqui sob a perspectiva dos códigos de linguagens ganha outro significado do ponto de vista, digamos assim, trabalhista.

A ação do DN caracteriza o que os autores Salaverría e Negredo (2008) consideram uma **convergência de funções jornalísticas**, resultando assim em um perfil de profissional polivalente, que passa a acumular funções e se especializa na cobertura de um tema, ampliando, no entanto, sua capacidade de realizar conteúdos voltados para diferentes suportes

e meios. Apesar das ressalvas que os autores fazem em relação ao perfil de profissional multitarefa, o que se observa é a prevalência dessa tendência nas empresas que estão em processo de convergência midiática.

Esse perfil costuma ser usado para preencher a definição de jornalista multimídia, por conta disso, é que o termo vem ganhando um sentido negativo, seja no mercado ou na academia. Essa questão acaba por impedir que o jornalista do século XXI seja identificado como um jornalista multimídia. A esfera de atuação desse novo profissional é mais abrangente e não se limita a acumular funções e saber conciliar, minimamente, a prática do impresso e a prática do audiovisual.

O jornalista do tempo presente apresenta competências diferenciadas. Ao mesmo tempo em que está preparado, em termos de domínio da tecnologia, para atuar no impresso e no on-line, ele também acumula conhecimentos operacionais sobre o funcionamento empresarial, técnico e jornalístico de cada uma das diferentes mídias (jornal, rádio, TV e internet) e, sobretudo, tem domínio dos princípios tradicionais do jornalismo, que envolvem desde critérios de noticiabilidade, ética a técnicas de entrevista e edição, dentre outros elementos.

Aparentemente, essa definição parece descrever um “super” profissional, inexistente no mercado. Porém, se pararmos para pensar, todas essas competências e qualidades nos são passadas e estimuladas ao longo da formação profissional, ainda nos bancos de graduação. Ou seja, **o jornalista do presente tende a ser mais generalista**, perfil de profissional este que foi sendo gradativamente abandonado com as especializações em torno de uma mídia de cobertura. Isso não implica dizer que o profissional do século XXI tenha que, necessariamente, produzir conteúdos para todos esses meios. Sua atuação pode muito bem se limitar à produção para um único meio, contudo, seu comportamento e suas ideias é que devem ser abrangentes, convergentes, multimidiáticos.

Dessa forma, ele poderá estabelecer conexões entre as diferentes possibilidades de cobertura dos fatos a partir dos recursos que cada mídia oferece. O lema desse profissional será a colaboração, em vez da acumulação, que vem sendo posta em prática no mercado de trabalho. E se, para Jenkins (2009), Salaverría e Negredo (2008) e Applegren (2005), a **convergência é sinônimo de colaboração**, portanto, o jornalista do século XXI é, em sua essência, um profissional colaborativo, convergente e que estimula o sentido de coabitação da comunicação (WOLTON, 2007).

Se esse jornalista será polivalente ou especialista em um tema, mas um generalista nos suportes, se terá mais mobilidade física que simbólica ou se continuará usando papel e caneta

e não um tablet como ferramenta de trabalho, não é possível afirmar nesse momento com precisão. Para tanto, seria necessária a construção de uma investigação cujos objetivos e problemática estivessem voltados para a identificação do perfil desse profissional convergente.

Por enquanto, o que a pesquisa aqui descrita me possibilitou foi reconhecer que o jornalismo hoje não é feito da mesma forma como há sete anos, quando iniciei minha carreira. E, que essas transformações, graças aos desdobramentos das inovações tecnológicas, estão se dando em progressão geométrica, desorientando, desestabilizando e deslocando muitos profissionais, inclusive a mim, que ou se deixam levar pelo movimento das transformações ou tentam se fixar em um referencial sólido e estável até que adquiram os requisitos necessários (cognitivos e tecnológicos) para estabelecer as conexões e diálogos com os outros profissionais e com o próprio universo jornalístico.

O que não significa que eles estarão de todo seguros e isentos de serem submetidos a novas tensões e momentos de transição, afinal, como observa Giddens (1996) e Bauman (2001), a modernidade é sensivelmente marcada pela mobilidade, pela fluidez das ações e ideias e ainda pela iminência de crises e conflitos e, principalmente, pela tensão entre o desejo de permanência e o de mudança.

Novamente, o conflito entra em cena, desta vez, para encerrar o raciocínio aqui construído. Como iniciei essa narrativa expondo meu conflito pessoal, o esperado era que, ao final do relato, ele fosse desvendado, ou melhor, desfeito. Contudo, para desalento dos que precisam de certezas e afirmações para seguir vivendo nesse mundo móvel, o que tenho a expressar é que estou preparada para novas inquietações e conflitos, estejam eles na academia ou no mercado de trabalho, contanto que sejam tão ricos e significativos como os que originaram essa dissertação.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSÍ, Ruth (org). **Imagens de si no discurso: a construção do ethos**. São Paulo: Contexto, 2005.

APPELGREN, Esther. **The influence of media convergence on strategies in newspaper production**. Tese de doutorado defendida na KTH, em Estocolmo, Suécia, 2005, p. 41-51.

AUGÉ, Marc. Sobremodernidade: do mundo tecnológico de hoje ao desafio essencial do amanhã. In MORAES, Denis (org). **A sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

BAUMAN, Zygm Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

BAUMAN, Zygm Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2001.

BENETTI, Márcia e HAGEN, Sean. Jornalismo e imagem de si: o discurso institucional das revistas semanais. In **XVIII Encontro da Compós**. PUC-MG, Belo Horizonte, em junho de 2009.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

BOLTER, J.D. & GRUSIN, R. **Remediation: understanding new media**. Cambridge: MIT Press, 2002.

BOURDIEU, Pierre. **O que falar quer dizer** – a economia das trocas lingüísticas. Algés: Difel 1998.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BRIGGS, Asa e BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: De Gutemberg a internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BRÜNNER, Joaquin. **Globalización cultural y posmodernidad**. Santiago, Chile: Fondo de Cultura Econômica, 1998.

BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2003.

CARVALHO, Rejane Vasconcelos Accioly. A máquina fabulatória da mídia e o re-encantamento da política: a estrutura mítica das campanhas eleitorais majoritárias. In **Cadernos do CRH**. Salvador n. 22. p. 114-137, jan/jun, 1995.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade: a era da informação, economia, sociedade e cultura**. Vol. 2. São Paulo: Paz e Terra, 2008. 6. ed.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede: a era da informação, economia, sociedade e cultura**. Vol. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999. 2. ed.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Rio de Janeiro: Zahar Editora, 2003.

CASTILHO, Carlos e FIALHO, Francisco. O jornalismo ingressa na era da produção colaborativa de notícias. In RODRIGUES, Carla (org). **Jornalismo on-line.** Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio, Editora Sulina, 2009.

CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias.** São Paulo: Contexto, 2006.

COGO, Denise e BRIGNOL, Liliane. Redes sociais e os estudos de recepção na internet. In **XIX Encontro da Compós,** na PUC-Rio, Rio de Janeiro, RJ, em junho de 2010.

DINIZ, Tânia Maria Ramos Godói. O estudo de caso: suas implicações metodológicas na pesquisa social. In MARTINEZ, Maria Lúcia (org). **Pesquisa qualitativa: um instigante desafio.** São Paulo: Veras Editora, 1999.

DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs). **Metodologias e Técnicas de Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Atlas, 2008.

ECO, Umberto. **Viagem na Irrealidade Cotidiana.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

ELIAS, Norbert e SCOTSON, John. **Os estabelecidos e os outsiders.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed, 2000.

FEATHERSTONE, Mike. **O Desmanche da Cultura: globalização, pós-modernismo e identidade.** São Paulo: Studio Nobel, 1995.

FORD, Aníbal. **Navegações: comunicação, cultura e crise.** Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1999.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso.** São Paulo: Edições Loyola, 18. ed, 2009.

FOUCAULT, Michel. **Vigiar e punir.** Petrópolis: Vozes, 1987.

FRAGOSO, Suely. Reflexões sobre a convergência midiática. In *Libero*, São Paulo, v. viii, n. 15-16, p. 17-21, 2006.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

GIDDENS, Anthony. **As conseqüências da modernidade.** São Paulo: UNESP, 1991.

GIL, Antonio Carlos. **Estudo de caso: fundamentação científica, subsídios para coleta e análise de dados, como redigir o relatório.** São Paulo: Editora Atlas, 2009.

GOLDENBERG, Miriam. **A arte de pesquisar: como fazer pesquisa qualitativa em Ciências Sociais.** Rio de Janeiro: Record, 2003.

GONDIM, Linda M. P (org). **Pesquisa em Ciências Sócios: o projeto de dissertação de mestrado.** Fortaleza: EUFC, 1999.

GUERRA, Josenildo Luiz. **O percurso interpretativo na produção da notícia** – verdade e relevância como parâmetros de qualidade jornalística. São Cristóvão: Editora UFS; Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2008.

HAGUETTE, F. Maria Tereza. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. Petrópolis: Vozes, 1987.

HALL, Stuart. **Da Diáspora** – identidades e mediações culturais. Belo Horizonte: Editora UFMF, 2ª reimpressão, 2008.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaraciara Lopes Louro. 11. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2006.

HALL, Stuart. Quem precisa de identidade? In SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença** – a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis: Vozes, 2000.

HARVEY, David. **A condição pós-moderna**. Rio de Janeiro; Loyola, 1993.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2. ed, 2009.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**: como a internet de hoje está matando nossa cultura. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

KISCHINHEVSKY, Marcelo. Convergência nas redações: mapeando os impactos do novo cenário midiático sobre o fazer jornalístico. In RODRIGUES, Carla (org). **Jornalismo online**. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio, Editora Sulina, 2009.

KUHN, Thomas. **A estrutura das revoluções científicas**. Trad. Beatriz Viana Boeira. São Paulo: Perspectiva, 1962.

LEMOS, André e LÉVY, Pierry. **O futuro da internet** – Em direção a uma ciberdemocracia planetária. São Paulo: Paulus, 2010.

LEMOS, André. **Cibercultura** – tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 4. ed, 2008.

MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos (orgs). **Modelos de Jornalismo Digital**. Salvador: Gjol Edições, 2003, pp 37 – 57.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista: o desafio da tecnologias e o fim das ilusões**. São Paulo: Paulus, 2009.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo: Cultrix, 2007. 15ª reimpressão.

MAINGUENEAU, Dominique. **Cenas da enunciação**. Curitiba: Criar Edições, 2006.

MARTIN-BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo**: travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: Edições Loyola, 2004.

MARTINO, Luiz Mauro Sá. **Comunicação e identidade. Quem você pensa que é?** São Paulo: Paulus, 2010.

MARTINO, Luiz C. Pensamento comunicacional canadense: as contribuições de Innis e McLuhan. In **Comunicação, mídia e consumo**. São Paulo, vol. 5, n. 14, p. 123 – 158, nov. 2008.

MARQUES DE MELO, José. **Jornalismo Brasileiro**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

MIELNICZUK, Luciana. Sistematizando alguns conhecimentos sobre jornalismo na web. In:

MINAYO, Maria Cecília de Souza (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis: Vozes, 1996.

MORAES, Denis (org.). **A sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

OLIVEIRA, Manfredo Araujo de. **Ética e Racionalidade Moderna**. São Paulo: Loyola, 1993.

ORTIZ, Renato. **A Moderna Tradição Brasileira**. São Paulo: Editora Brasiliense, 1988.

PEREIRA, F.H e JORGE, T. H. Jornalismo on-line no Brasil: reflexões em direção ao perfil de um profissional multimídia. In **XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009.

PINTO, Ana Estela de Sousa. **Jornalismo diário: reflexões, recomendações, dicas e exercícios**. São Paulo: Publifolha, 2009.

POUPART, Jean. A entrevista do tipo qualitativo: considerações epistemológicas, teóricas e metodológicas. In POUPART, Jean et alli (org.). **A pesquisa qualitativa; enfoques epistemológicos e metodológicos**. Petrópolis: Vozes, 2008.

RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo on-line**. Rio de Janeiro: Ed. PUC Rio, Editora Sulina, 2009.

RODRIGUES, Ernesto. Em cada editoria um desafio diferente. In CALDAS, Álvaro (org.). **Deu no jornal: o jornalismo impresso na era da internet**. Rio de Janeiro: Editora PUC, 2002.

RÜDIGER, Francisco. A escola de Frankfurt. In FRANÇA, Vera Veiga; HOHLFELDT, Antonio e MARTINO, Luiz C. **Teorias da Comunicação**. Petrópolis (RJ): Vozes, 2001.

SALAVERRÍA e NEGREDO, Ramón e Samuel. **Periodismo integrado – convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Universidade de Navarra, Espanha, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **Linguagens líquidas na era da mobilidade**. São Paulo: Paulus, 2007.

SANTAELLA, Lúcia. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. In **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 22, dezembro de 2003.

SAUSSURE, Ferdinand de. **Curso de Lingüística Geral**. São Paulo: Cultrix, 1969.

SILVA, Fernando Firmino da. Tecnologias móveis como plataformas de produção no jornalismo. In LEMOS E JOSGRILBERG, André e Fabio (orgs). **Comunicação e mobilidade: aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**, Salvador: EDUFBA, 2009.

SILVA, Fernando Firmino da. Jornalismo e tecnologias de mobilidade: conceitos e configurações. In **II Simpósio Nacional de Pesquisadores em Cibercultura – ABCiber**, realizado entre os dias 10 e 13 de novembro de 2008, na PUC-SP. Disponível em <http://jornalismomovel.blogspot.com>. Acessado em 15 de agosto de 2009.

SILVA JÚNIOR e GUERRA, José Afonso e Josenildo Luiz. Dejá-vu onipresente: repetição, previsibilidade e homogeneidade no jornalismo on-line brasileiro. In **III Seminário Anual de Ciberpesquisa Facom/UFBA**. Salvador, julho de 2002.

SILVA, Tomaz Tadeu da. A produção social da identidade e da diferença. In SILVA, Tomaz Tadeu da (org). **Identidade e diferença – a perspectiva dos estudos culturais**. Petrópolis: Vozes, 2000.

SILVERSTONE, Roger. **Por que estudar a mídia?** São Paulo: Loyola, 2002.

SINDICATO DOS JORNALISTAS PROFISSIONAIS NO ESTADO DE SÃO PAULO. **Que é isso, computador?** São Paulo: Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo, 1982.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

SOUSA, Bruno Marinoni Ribeiro de. **Sistema Verdes Mares de Comunicação e Indústria Cultural brasileira ou das técnicas modernas para sereias concorrerem em ambientes oligopolizados**. Recife: Universidade Federal de Pernambuco. Dissertação de Mestrado, 2008.

SOULES, Marshall. The Bias of Communications & Monopolies of Power. In **Media Studies.ca**. Canadá, 1996. Disponível em: (<http://www.mediastudies.ca/articles/innis.htm>). Acessado em 10 de abril de 2009.

THOMPSON, John B. **Mídia e modernidade – uma teoria social da mídia**. Petrópolis: Vozes, 9. ed, 2008.

THOMPSON, Paul. **A voz do pasado: história oral**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo – volumen 1 – porque as notícias são como são**. Florianópolis: Insular, 2. ed, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. São Paulo: Summus, 4ª ed, 2011.

TREMBLAY, Gaëtan. De Marshall McLuhan a Harold Innis ou da Aldeia Global ao Império Mundial. In **Revista da FAMECOS**, Porto Alegre, n.22, p. 13-22, dez. 2003.

VERÓN, Eliseo. **El análisis del contrato de lectura un nuevo método para los estudios del posicionamiento de los soportes de los media.** Disponível em <http://www.geocities.com/horror_misfits/Veron_Eliseo_Analisis_del_contrato_de_lectura.rtf>. Acessado em março de 2005.

VILLAÇA, Nízia. **Impresso ou eletrônico?** Um trajeto de leitura. Rio de Janeiro: Mauad, 2002.

VILCHES, Lorenzo. Migrações Midiáticas e Criação de Valor. In MORAES, Denis. **A Sociedade Midiatizada.** Rio de Janeiro: Mauad, 2006. Trad. Carlos Frederico Moura da Silva e Maria Inês Coimbra Guedes.

VILCHES, Lorenzo. **A Migração Digital.** Rio de Janeiro: Editora Puc-Rio e São Paulo: Edições Loyola, 2003. Trad. Maria Immacolata Vassalo Lopes.

WEAVER, W. A teoria matemática da comunicação. In COHN, Gabriel. **Comunicação e indústria cultural.** São Paulo: T. A. Queiroz Editor, 1987.

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: Vozes, 2000.

WILLIAMS, Raymond. **La Política del Modernismo: contra los nuevos conformistas.** Buenos Aires: Manatíal, 2002.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2. ed, 2005.

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Porto Alegre: Editora Sulina, 2. ed. 2007.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação.** São Paulo: Paulus, 2006.

WOLTON, Dominique. **Elogio do grande público** – uma teoria crítica da TV. São Paulo: Ática, 1990.

OUTRAS FONTES:

BARDO de papel. In O POVO 80 ANOS, **O Povo**, Fortaleza, 07 janeiro de 2008.

BLOGS jornalísticos e de opinião superam popularidade dos maiores veículos no Twitter, **Comunique-se**, São Paulo, 8 de fevereiro de 2011. Disponível em <http://www.comunique-se.com.br/index.asp?p=Conteudo/NewsShow.asp&p2=idnot%3D57961%26Editoria%3D1193%26Op2%3D1%26Op3%3D0%26pid%3D96652592100%26fnt%3Dfntnl> Acessado em 04 de abril de 2011.

CARTA DE PRINCÍPIOS O POVO, **O Povo**, Fortaleza, 2011.

CIRCULAÇÃO DE JORNAIS AUMENTOU 2% NO PAÍS EM 2010, **O Globo**, 29 de janeiro de 2011. Disponível em

<http://oglobo.globo.com/economia/mat/2011/01/29/circulacao-de-jornais-aumentou-2-no-pais-em-2010-923638077.asp>. Acessado em 04 de abril de 2011.

CIRCULAÇÃO DE JORNAIS CAI 5% NOS ESTADOS UNIDOS EM 2010, **Portal Imprensa**, 25 de outubro de 2010. Disponível em http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/10/25/imprensa38854.shtml. Acessado em 04 de abril de 2011.

CIRCULAÇÃO DE JORNAIS NA AMÉRICA LATINA DEVE CRESCER NOS PRÓXIMOS CINCO ANOS, DIZ ESTUDO, **Portal Imprensa**, 18 de agosto de 2010. Disponível em http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/08/18/imprensa37547.shtml. Acessado em 04 de abril de 2011.

COMPROMISSO de luta. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 19 de dezembro de 1991.

NOTÍCIAS na palma da mão. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 03 de abril de 2011.

EQUIPAMENTOS de ponta na nova fase do Diário. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393106>. Acessado em 17 de maio de 2009.

MARCO na imprensa cearense. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393098>. Acessado em 17 de maio de 2009.

MARKETING do jornal faz escola. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 19 de dezembro de 1991.

MISSÃO, VALORES E VISÃO. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 20 de abril de 2011.

MUDANÇAS gráficas facilitam identificação e leitura do conteúdo. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393110>. Acessado em 17 de maio de 2009.

NOVO visual prioriza cor e interatividade. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diariodonordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393107>. Acessado em 17 de maio de 2009.

O ESTADO em evolução. **O Estado**, Fortaleza, 28 de setembro de 2009. Disponível em

O PASSO ao futuro. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 19 de dezembro de 1991.

O POVO 80 anos. **O Povo**, Fortaleza, janeiro de 2008.

PORTAL é mais do que versão on-line. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em

<http://diarionordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393108>. Acessado em 17 de maio de 2009.

SETOR de fotografia na era digital. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. Retrospectiva 1981-2006. 31 dez. 2006. Disponível em <http://diarionordeste.globo.com/materia.asp?codigo=393109>. Acessado em 17 de maio de 2009.

UMA liderança comprovada pelo IVC. **Diário do Nordeste**, Fortaleza, 19 de dezembro de 1991.

UMA nova fase no jornalismo cearense. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. 19 de dezembro de 1991.

UMA vida em 73 anos, legado e história, **O Estado**, Fortaleza, 28 de setembro de 2009.

VEJA a íntegra do discurso da candidata Dilma Roussef. **Folha.com**, São Paulo, 13 de junho de 2010. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/poder/750393-veja-a-integra-do-discurso-da-candidata-dilma-rousseff.shtml>. Acessado em 16 de julho de 2010.

VIDEOS e áudios no site do Diário do Nordeste. **Diário do Nordeste**, Fortaleza. 09 de mar. 2008. Disponível em <http://diarionordeste.globo.com/materia.asp?codigo=518572>. Acessado em 17 de maio de 2009.

8. ANEXOS

ANEXO A – Matérias dos cadernos de 25 anos do *Diário do Nordeste*

NOVA ERA (9/3/2008)

Vídeos e áudios no site do Diário do Nordeste

Com auxílio de tecnologia de ponta, o site www.diariodonordeste.com.br complementa as matérias com multimídia

Uma ferramenta que aproxima o leitor das fontes de informações das matérias publicadas no jornal está disponível, de forma efetiva, a partir deste domingo, no site do Diário do Nordeste. Com um misto de inovação tecnológica e criatividade, o novo serviço on line disponibiliza vídeos e áudios colhidos pelos repórteres, durante a realização de algumas pautas.

“Trata-se de mais uma forma de interação com o leitor do jornal na Internet, uma vez que, através de vídeos e gravações de áudio feitos pelos próprios repórteres, se estabelece uma nova maneira de mostrar a informação”, explica o diretor editor do Diário, Ildefonso Rodrigues, que destaca que essa inovação faz parte de uma seqüência de mudanças que o jornal vem implementando junto ao seu site.

Para Rodrigues, como a notícia geralmente vem acompanhada de texto e foto, os vídeos e áudios serão mais uma forma de leitura do jornal. Ele ressalta, entretanto, que o recurso multimídia - que passou por uma fase de testes e, por isso já é conhecido do leitor do site há uma semana - vai estar disponível somente em algumas matérias da edição diária.

A idéia principal da iniciativa é disponibilizar ao leitor um material complementar multimídia às matérias do dia-a-dia. “Basicamente o leitor terá um conteúdo mais amplo e vai poder sentir mais de perto como a matéria é feita, com a mesma proximidade que o repórter tem da fonte”, explica o editor de conteúdo do Portal Verdes Mares, Leonardo Fontes.

Para isso, os repórteres do Diário estarão munidos de um aparelho celular com gravador e filmadora, compatível com a tecnologia terceira geração (3G). “Os conteúdos de vídeo usam o mesmo formato usado pelo youtube, que chamamos de vídeos em flash, (ou .flv). É um formato mais leve, fácil de carregar e não tem tanta banda. Os arquivos de áudio serão disponibilizados no conhecido formato mp3, que é universal, leve, fácil de carregar e tocável em qualquer computador, sem restrições de tecnologia”, comenta Leonardo.

Futuramente, outras funcionalidades do aparelho celular também estarão disponíveis, como o serviço de GPS, que, ao invés de mapas, fornece coordenadas mais precisas dos locais da cidade.

Para Leonardo, o Diário está entrando em uma nova era. “É um passo importante em matéria de multimídia, ao usar um equipamento de ponta, com a preocupação de

fornecer maior quantidade de conteúdo e fazer com que o site seja cada vez mais moderno”, diz.

CREDIBILIDADE (31/12/2006)

Marco na imprensa cearense

Diário do Nordeste, um jornal independente e corajoso que nasceu sob o signo da modernidade e segue proposta original

O Diário do Nordeste este ano completou 25 anos e continua seguindo à risca a proposta inicial: credibilidade na informação e investimento em novas tecnologias. O primeiro editorial, da edição número um, que circulou em 19 de dezembro de 1981, “Compromisso de Luta”, selava esse pacto. Abordava questões que marcariam os principais acontecimentos da década que começava.

O jornal foi testemunha e intérprete dos acontecimentos de uma época efervescente e complexa, conduzindo-se em sua missão dentro de princípios morais e éticos, executando seu trabalho de bem informar a opinião pública com independência e imparcialidade. Os investimentos que foram feitos representam confiança no futuro da imprensa e nos destinos do Brasil.

Democracia, ajuste da atividade econômica com o meio ambiente e capitalismo com justiça social, ética na informação foram alguns dos temas destacados, provando que o Diário surgia com uma proposta jornalística avançada: unir informação de qualidade e análise dos acontecimentos a partir de uma perspectiva global de trabalhar os fatos, sem perder de vista o aspecto local. O grupo de jornalistas que iniciou o jornal encontrou terreno fértil no idealismo de um homem que apostava em desafios, Edson Queiroz.

O Diário surgiu numa época em que o Brasil iniciava o seu processo de abertura política. E, com certeza, os bons ventos da democracia contribuiriam para fazer com que o jornal apostasse sempre no novo.

Contando com moderno parque gráfico, aparece no mercado dentro de um novo contexto, ou seja, quando a informação e as novas tecnologias de comunicação ganhavam maior destaque dentro desse cenário de mundo globalizado e multicultural. Foi o primeiro jornal a informatizar toda a redação no Estado e adotar o uso de cores.

Por ter essa compreensão, foi um dos pioneiros no Brasil a investir na segmentação, criação de suplementos específicos e cadernos especiais. Sempre preocupado com a satisfação dos leitores, o Diário realiza promoções que possibilitam a ligação entre os setores de marketing e o editorial.

Histórias de um quarto de século

Wilame Moura participa da equipe do Diário do Nordeste antes mesmo de sua primeira edição. “Fui convidado por Edson Queiroz para montar a equipe de diagramadores e paginadores. Ele desejava uma equipe com profissionais experientes. A intenção era produzir um jornal regional, bem diferente do que os outros produziam. Foi um negócio de doido. Nós tínhamos que pensar algo diferente”.

*Wilame Moura
Chefe de Diagramação*

“Sou assinante desde sua fundação. Para mim, ler o Diário do Nordeste é estar informado sobre todos os fatos locais e nacionais. Ao longo desses 25 anos, sinto que o jornal vem se aprimorando cada vez mais. Ele está mais bem elaborado, mais bonito de se ver. O Diário trata com profundidade os assuntos que merecem ser repercutidos, sempre com críticas bem embasadas, ouvindo todas as fontes envolvidas”.

Oto Sá Cavalcante
Educador e assinante de 81

A primeira edição do Diário do Nordeste foi autografada pelo industrial Edson Queiroz durante a confraternização de Natal dos funcionários da Indaiá, no ano de 1981. “O Dr. Edson Queiroz levou algumas edições para distribuir entre os seus empregados. Eu fui fazer a matéria sobre essa visita dele à Indaiá. Aí, no meio da festa, uma funcionária chegou perto e pediu que ele autografasse o jornal para ela guardar”.

Tuno Vieira
Fotógrafo desde a fundação

COBERTURAS

Jun/82 Acidente com o boeing na Serra da Aratanha
Jan/84 Comício pela Diretas, na Praça da Sé (SP)
Jan/85 Eleições indiretas, Tancredo Neves é eleito
Nov/85 Maria Luíza é eleita prefeita de Fortaleza
Nov/89 Primeiras eleições após a redemocratização do País
Jan/90 Crise do álcool tende a piorar
Jan/91 Guerra do Golfo
Set/2001 Atentado às torres gêmeas
Abril/2005 Morre João Paulo II

ENTREVISTA

DEDÉ DE CASTRO*

Como o senhor avalia a evolução do Diário do Nordeste ao longo desses 25 anos?
Considero muito importante. Não esperava que o jornal passasse por cima de tudo e continuasse circulando até hoje.

Por quê?

A concorrência era muito grande e o pessoal, muito jovem. Mas o jornal acabou dando a volta por cima e continua mostrando que é possível inovar.

Qual é o diferencial do Diário do Nordeste?

O forte do Diário do Nordeste é a sua penetração maciça em todo o Estado. Ele abrange todas as regiões, cobrindo os fatos e chegando nas mãos dos leitores de Norte a Sul do Ceará. Outro aspecto é o apelo popular que foi consolidado com o Jornal dos Bairros, que circulava aos domingos. A cada semana era contada a história de um bairro da Cidade.

O senhor poderia falar um pouco da sua vida profissional, como por exemplo, quando o senhor descobriu que queria seguir a profissão de jornalista?

Quando morava ainda em Itapipoca, minha terra natal. Sempre gostei muito de ler e escrever. Até hoje continuo lendo muito. Mas o gosto pela escrita foi incentivado por uma antiga

professora de Português, que gostava das minhas crônicas.

O senhor lembra de alguma dessas crônicas?

Lembro de uma delas, 'Um dia no campo'. As minhas crônicas falavam de coisas simples. Aliás, levei isso para o jornalismo. Tudo que via acabava transformando em matéria. Depois vim morar em Fortaleza, estudar e foi quando descobri que queria ser jornalista. Naquela época não havia escola como hoje. O jornalista se formava no batente.

O senhor passou por quase todos os jornais de Fortaleza, mas onde o senhor começou a escrever profissionalmente?

Eu não agüentava pau na orelha, por isso tinha muita facilidade para entrar e sair dos jornais. Iniciei minha carreira escrevendo num panfleto de esquerda do Jáder de Carvalho. Comecei a trabalhar no mesmo dia, só que não tinha salário. Era uma garotada boa.

O senhor chegou a sair de Fortaleza para trabalhar no Sul. Como foi essa experiência?

O Sul é bom para malandrar, não para trabalhar... (risos)

** José Edmundo de Castro (Dedé de Castro), 85 anos, 65 de jornalismo. No currículo: Dois prêmios Esso (1983 e 1987).*

DIÁRIO 1981 - 2006

MAIS QUE MIL PALAVRAS (31/12/2006)

Setor de Fotografia na era digital

Desde agosto de 2005, o Diário do Nordeste utiliza o sistema digital em seu Departamento de Fotografia. Além de proporcionar aos leitores imagens de melhor qualidade, a tecnologia agilizou o trabalho de todas as editorias do jornal. "Hoje é possível transmitir uma foto em tempo real direto do local do fato para a redação", afirma o editor de fotografia Eduardo Queiroz.

A inovação passou pela substituição de todos os equipamentos utilizados pelos repórteres-fotográficos e capacitação dos profissionais. O trabalho é completamente integrado ao CIA, facilitando o acesso de editores e repórteres ao material produzido.

Comprovando a vocação para o pioneirismo, o Diário lançou, também no ano passado, sua agência de fotografia. Através do site www.agenciadiario.com.br, leitores e publicações de todo o mundo têm à disposição imagens de fatos ocorridos no Ceará.

NOVIDADES (31/12/2006)

Mudanças gráficas facilitam identificação e leitura do conteúdo

Segmentação editorial, circulação ampliada e canal direto com o leitor estão entre as principais características

A dinâmica de acompanhamento das inovações, não apenas tecnológicas, mas editoriais, tem sido uma característica marcante do Diário do Nordeste, que vem sendo segmentado de forma atenta às tendências mundiais do jornalismo impresso.

"Isso possibilita a criação de novos focos, ampliação do raio de cobertura, falando também

para públicos específicos e exigentes”, contextualiza o diretor editor, Ildefonso Rodrigues.

Dando seqüência a essa tendência, após a criação de cadernos específicos com conteúdos mais gerais, surgem páginas temáticas específicas, como: Informática; e, mais recentemente, Gestão Ambiental, Imóveis e Comer & Beber.

Outra possibilidade é aberta com cadernos especiais, a exemplo do Agronegócios e Exportação, fazendo com que, nos últimos três anos, o jornal tenha circulado por cinco vezes no exterior, em diferentes eventos.

“Isso demonstra que o jornal não somente se faz presente no cotidiano das pessoas que residem no Ceará, mas vai além das nossas fronteiras territoriais”, enfatiza Ildefonso.

Outra inovação elaborada pelo Diário é o canal de interlocução com o leitor, estabelecido através do “Alô Redação”.

Funcionando em horário comercial, através do telefone (85) 3261.5050 e do e-mail aloredacao@diariodonordeste.com.br, ele tem facilitado o trânsito de críticas, sugestões e dúvidas entre os leitores e a redação.

“É uma forma de compreender o que o leitor está pensando, um mecanismo interativo, de grande importância para a avaliação do nosso trabalho cotidiano”, destaca o diretor editor.

Dando prosseguindo e essa linha editorial, o novo projeto gráfico, dentro do mais recente conceito adotado em nível mundial, traz mais modernidade, agilidade e dinâmica para a elaboração do próprio material noticioso, conforme Ildefonso.

A idéia foi deixá-lo de mais fácil leitura e com uma maior quantidade de informações, separando-as em diferentes peças, para que possam ser lidas juntas ou separadamente, de acordo com o interesse e disponibilidade de tempo dos leitores.

Sala de Aula

O Projeto Jornal na Sala de Aula surgiu em 1997, possibilitando uma nova forma de pensar e agir através da leitura e manuseio do jornal na escola, desde as classes menores até os cursos superiores, com a orientação de profissionais multidisciplinares e resultados surpreendentemente positivos.

De acordo com Ana Cristina de Freitas Ramos, coordenadora do Projeto, ele se mostra como recurso pedagógico dinâmico, atualizado, viável; promovendo a leitura crítica; aproximando o aluno da realidade; incentivando um melhor domínio e manejo da linguagem oral e escrita; e democratizando as informações.

Implementado em 36 municípios do Ceará, em escolas públicas e privadas, atualmente atinge, ao todo, um público de mais de 63.000 alunos e 1.500 professores, em 1.000 escolas públicas e privadas.

Regionalização e pioneirismo no jornal

A capilaridade da rede de distribuição é um dos pontos altos. A recepção no interior é

fantástica, assim como a ampliação da cobertura regional. Essa opção é ainda mais oportuna porque o jornalismo “on line” nos aproxima de uma cobertura global e nosso “quintal” está fora da área de interesse das agências. A expectativa é de que se cumpra o projeto de Edson Queiroz, de “um grande jornal”.

Gilmar de Carvalho
Professor da UFC

O Diário do Nordeste surge à luz de um modelo de jornalismo hoje hegemônico, cuja origem remonta ao final do século XIX, quando a imprensa se profissionalizava. Comemora, este ano, a consolidação de um projeto de prestígio, ao optar, de forma decisiva, pela distribuição no interior. Foi pioneiro ainda na impressão em cores e sai na frente com o seu novo parque gráfico.

Erotilde Honório
Coord. do Curso de Com. da Unifor

Acompanho a trajetória do Diário desde 1981. Integrei a primeira equipe. Foram momentos decisivos para um jornal que vem construindo, há 25 anos, uma história cujo grande desafio é associar o avanço tecnológico e a qualidade editorial. É gratificante ver o novo parque gráfico e as notícias estampadas em páginas com um projeto gráfico funcional.

Nilton Almeida
Professor da Unifor

DIÁRIO NA INTERNET (31/12/2006) **Portal é mais do que versão on-line**

Assim como o jornal impresso, o portal do Diário do Nordeste na Internet também foi reformulado

As mudanças visuais do Diário do Nordeste não ficaram restritas apenas à versão impressa do jornal. O endereço eletrônico da publicação na Internet (www.diariodonordeste.com.br) também foi reformulado e passa a exibir um ‘layout’ mais dinâmico. A proposta é aproximar cada vez mais os internautas dos conteúdos veiculados, oferecendo mais que uma mera versão ‘on-line’ do jornal impresso.

O grande avanço do site do Diário é que ele se consolida como portal de conteúdo. Além da reprodução do conteúdo impresso, a página contará com um volume de informações cada vez maior, incluindo notícias do Ceará, Brasil e do Mundo, atualizadas constantemente. Para o aprofundamento do assunto, os visitantes têm à disposição links que levam a coberturas anteriores sobre o tema.

Mas como não basta apenas oferecer mais textos, o portal teve o cuidado de implementar mudanças que possuem como foco a interatividade. O internauta terá a oportunidade de dialogar com o Diário, através de comentários sobre as matérias e também de enquetes. Essas opiniões ficarão disponíveis no sistema para que outros usuários possam acompanhar as discussões.

Em harmonia com as mudanças gráficas do Diário, a versão “on-line” também teve o cuidado de adequar o design para um melhor navegação e orientação do usuário. A visibilidade e a ordenação das seções e conteúdos foram privilegiadas. As cores utilizadas no jornal impresso foram levadas para a Internet, facilitando a localização das notícias e tornando a leitura do conteúdo mais agradável.

PROJETO GRÁFICO (31/12/2006)

Novo visual prioriza cor e interatividade

De cara nova, o Diário está mais fácil de ler e promove uma interatividade maior com seus leitores

O designer Chico Amaral (leia-se Cases i Associats) é o homem por trás do novo projeto visual do Diário do Nordeste. De acordo com ele, os princípios básicos do estilo gráfico criado são a densidade de informação e a facilidade de leitura. “Neste sentido, decidimos explorar mais as cores por causa da luminosidade da cidade”, conta.

Segundo Ildefonso Rodrigues, diretor editor do jornal, a publicação ficou mais descontraída sem perder a sobriedade. “A nova tipologia, adquirida com exclusividade para a reformulação, e a forma como a notícia é organizada, facilitam a leitura”, ressalta.

Além disso, acrescenta, o novo projeto permite uma maior interação com os leitores, já que em algumas matérias um e-mail será disponibilizado para comentários. “A idéia é ter um retorno mais rápido do trabalho desenvolvido”, explica.

Equipamentos de ponta na nova fase do Diário

O Diário do Nordeste chega aos 25 anos e inicia uma nova fase, com a aquisição de um parque gráfico de última geração

Publicação brasileira, impressa numa máquina feita na Índia, com tecnologia alemã. O resultado da parceria já pode ser conferido pelos leitores do Diário do Nordeste, desde o início do mês, quando começou a funcionar a Manugraph Cityline Express, nova impressora do jornal.

“Tanto os leitores quanto o mercado publicitário têm exigido um produto com qualidade cada vez maior e nós precisávamos nos preparar para o mercado competitivo e exigente. O equipamento que está sendo aposentado não atendia mais às nossas necessidades”, afirma Pádua Lopes, diretor superintendente.

A tecnologia Computer to Plate (CTP) alia-se aos modernos recursos da nova impressora para fazer chegar às mãos dos leitores um produto de alta qualidade. Nas máquinas novas, os comandos mecânicos deram lugar aos controles eletrônicos de precisão. Tudo é acionado, controlado e comandado por computador através do ‘soft touch on screen’ -contato do dedo sobre a tecla de um micro dedicado.

Com capacidade para rodar 35 mil exemplares por hora - contra 20 mil do sistema antigo -o equipamento representa o que há de mais moderno em termos de impressão de jornais de médio porte no mundo.

A substituição do parque gráfico, assim como a reformulação do projeto visual do jornal, vinham sendo pensadas há cerca de um ano. Apenas a fabricação da nova impressora levou cinco meses; a montagem, outros quatro, numa operação que incluiu até a construção de um prédio anexo à sede do Diário para abrigar o maquinário recém-adquirido, envolvendo profissionais de diversas áreas.

Com peso estimado em 80 toneladas, a Cityline viajou da Índia para o Brasil de navio, em sete contêineres, numa jornada que durou 60 dias. “O desembarque e a montagem do equipamento foram operações complexas que envolveram mais de 100 pessoas, entre técnicos indianos, brasileiros e capatazia, mas valeu à pena”, conta Antonio Capibaribe Neto, diretor industrial do Diário. Ressalta que os maiores diferenciais do novo maquinário são a qualidade do colorido na impressão, a rapidez e a economia de papel que proporciona.

“Para se ter uma idéia, no sistema antigo, quando era preciso substituir a bobina de papel durante a impressão, perdia-se, em média 500 exemplares. Hoje, essa perda não passa de um exemplar e a troca é feita em produção”, revela Capibaribe.

A meta agora é a conquista do certificado ISO 14001 pelo Departamento Industrial do Diário, pioneiro na obtenção da ISO 9001. “Esta máquina está fazendo com que as artes gráficas do jornal dêem um salto qualitativo e, em pouco tempo, o objetivo é estar com um caderno de 24 páginas totalmente colorido”, declara Capibaribe.

Preocupação constante

O diretor industrial do Diário lembra, ainda, que o cuidado com a qualidade gráfica do jornal sempre existiu. “Fomos os primeiros a imprimir em cores no Ceará, isso em 1982”, lembra.

A redação do Diário também foi a primeira a ser informatizada e, há pelo menos dez anos, o tratamento dado às imagens publicadas é prioridade absoluta. Prova são os constantes cursos de reciclagem pelos quais passam os profissionais responsáveis pela tarefa.

O Controle Informatizado de Arquivo (CIA), implantado em 2004, é outro reflexo desta preocupação com a tecnologia. Todas as imagens e matérias do jornal foram catalogadas e, através de um programa criado pelo departamento de informática do próprio Diário, organizadas por assunto. A busca é feita através de palavras-chave, autor, tema, matéria ou caderno - no Departamento de Pesquisa ou, individualmente, em cada terminal da redação, agilizando o trabalho dos repórteres e editores.

DADOS

35 mil exemplares. É a quantidade de jornais que a nova impressora tem capacidade de rodar em uma hora. Além de mais ágil, o equipamento garante uma maior qualidade de impressão.

60 dias. Foi quanto durou a viagem da Manugraph, partindo da Índia até Fortaleza, de navio. Para cumprir o trajeto sem avarias, o equipamento foi desmontado e acomodado em sete contêineres.

ANEXO B – Primeiro editorial do Diário do Nordeste

ANEXO C – Matérias do caderno de 10 anos do *Diário do Nordeste*

CREDIBILIDADE

A credibilidade vem da qualidade

DIÁRIO

DO NORDESTE

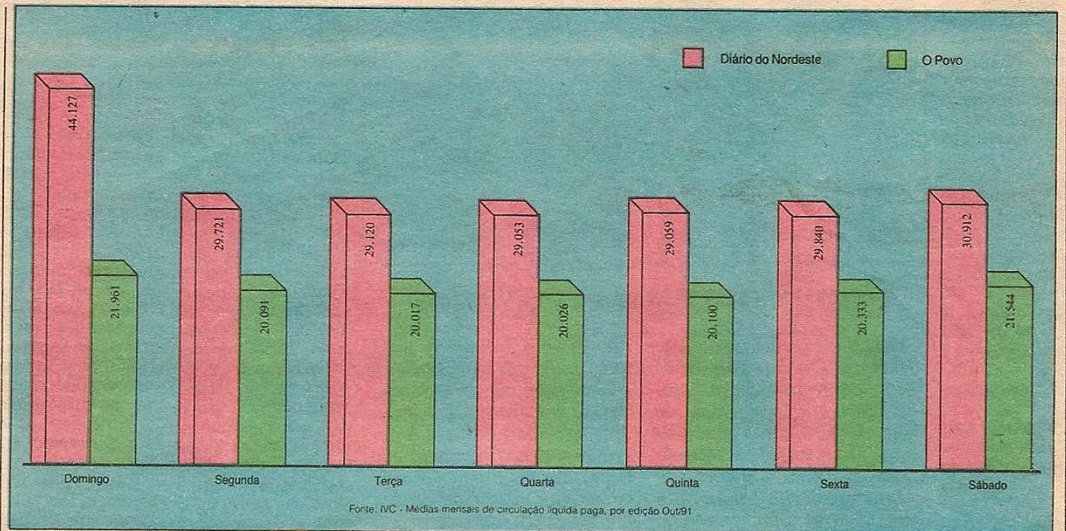
Fundador: EDSON QUEIROZ

QUALIDADE

A qualidade vem da verdade

Fortaleza, Ceará — Quinta-feira, 19 de dezembro de 1991

Ano XI • Nº 3.527



Pesquisa confirma a preferência do leitor

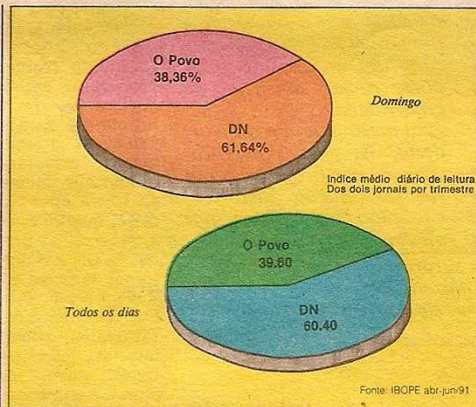
Diário é líder de circulação no Ceará

Caderno de classificados conquista o mercado local

Com a participação de 43,3% em anúncio de linha e de 44,7% em destacados, o Caderno de Classificados do Diário do Nordeste é o melhor negócio para quem quer fazer bons negócios. Seu crescimento contínuo no mercado de classificados é a prova da conquista diária de novos leitores e anunciantes. Um caderno totalmente informatizado, com serviços ágeis e competentes como os classificados do DN, tem lugar certo na liderança do Ceará.

O primeiro jornal do CE informatizado e segmentado

O Diário do Nordeste, como sempre, aparece na frente. É o primeiro jornal do Ceará a ser totalmente informatizado. E também pioneiro em fazer a segmentação de cadernos, atendendo ao interesse do leitor. Além do Primeiro Caderno, Caderno 3 e os Classificados, o Diário traz, do esporte, ao turismo; da TV à criança; da sociedade aos negócios, suplementos cada vez mais completos e identificados com seu público.



LIDERANÇA EM LEITURA

DN assegura sua posição

O índice de leitura é a maneira eficaz e confiável de se medir a credibilidade de um jornal. O Diário do Nordeste também possui essa liderança, uma consequência natural de sua maior circulação paga. O resultado da pesquisa feita pelo IBOPE no trimestre abril-junho de 91, mostra que o DN supera seus concorrentes e detém 52,52% a mais do universo de leitores, todos os dias.

Um jornal que veio inovar

Numa iniciativa ousada e empreendedora, o chanceler Edson Queiroz inaugura em 19 de dezembro de 1981 o Diário do Nordeste. Muito mais que um novo jornal, o DN representa a passagem para um jornalismo de livre transparência. Com uma proposta gráfica moderna que se traduz em qualidade.



Segundo os dados do Instituto Verificador de Circulação - IVC -, o Diário do Nordeste mantém a liderança em circulação paga, no Ceará, desde o ano de 1988. De acordo com o relatório do IVC, feito em outubro de 91, a vantagem do DN nos dias úteis agora é de 9.265 exemplares sobre seu principal concorrente. No Domingo essa vantagem chega a 22.166 exemplares. Já a vantagem em assinaturas é de 12.042. O respeito ao leitor garante esta posição do Diário do Nordeste.

PRÊMIOS

O jornalismo de muitas vitórias

Ao completar 10 anos de existência, o Diário do Nordeste acumula um número invejável de títulos, prêmios e troféus. Seu trabalho jornalístico tem merecido aplauso de todo o Brasil. E o DN a cada ano conquista novas premiações, testemunhas inequívocas do alto padrão de suas notícias, opiniões, serviços e reportagens.

PRÊMIOS	ANO
Prêmio Esso de Jornalismo	1983
Prêmio Esso de Jornalismo	1987
Prêmio Esso de Jornalismo	1988
Troféu Mérito Lejista	1985
Troféu Mérito Lejista	1986
Troféu Mérito Lejista	1989
Troféu Mérito Lejista	1990
O Melhor Veículo do Ano "Rev. About"	1988
Jornal do Ano no Brasil "Rev. About"	1988
Prêmio Qualidade do Brasil	1988
Troféu Kibon de Comunicação	1989
Troféu Kibon de Comunicação	1990
Prêmio Colunista	1989
Troféu Gutenberg	1990

Uma nova fase no jornalismo cearense

O **Diário do Nordeste** representou o início de nova fase no jornalismo cearense. Renovação de conceitos, mudanças gráficas, aliados a um equipamento da mais alta tecnologia, caracterizaram este 'divisor de águas'. A nova proposta jornalística surgiu no dia 19 de dezembro de 1981, com a edição de número um.

Idealizado pelo industrial **Edson Queiroz**, **Diário do Nordeste** nasceu moderno. Tudo isso se concretizou na compra de um maquinário avançado, na formação de um corpo redatorial de alto nível e na linha independente de um jornalismo ágil e criativo.

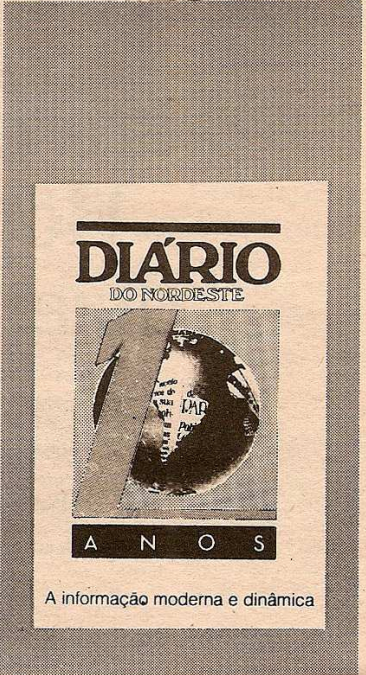
No seu primeiro editorial ficaram definidos compromissos de luta. Apesar da grave crise que angustiava o Brasil, o surgimento do **Diário do Nordeste** representou uma mensagem de confiança nas potencialidades de um País imenso, em dimensões e riquezas.

Ao longo de seus dez anos de existência, o **Diário do Nordeste** obteve um desempenho invejável. A segmentação, o uso da cor e o lança-

mento de suplementos especializados marcaram o ritmo de vanguarda de um jornal que, em pouco tempo, consolidou o sucesso editorial, publicitário e comercial. Foi assim que surgiram o DN Gente, DN Infantil, Revista da Tevê, Caderno de Automóvel, DN Vídeo, DN Turismo, DN Esporte e DN Rural, DN Cultura. As inovações não pararam aí. Em lugar de dois pesados cadernos, o **Diário do Nordeste** avançou ainda mais em seu projeto de

segmentação ao lançar os cadernos Empresas & Negócios, Caderno 3 e o Grande Fortaleza. No meio publicitário, o **Diário do Nordeste** também rompeu no tempo com muita criatividade, introduzindo no mercado cearense a política de espaços especiais, explorando locais tidos como 'não-convencionais', como a primeira página. Um empreendimento arrojado, sua estrutura de distribuição alcançou um êxito surpreendente.

Cedinho o jornal segue para o interior do Ceará e antes do meio-dia, chega em 150 Municípios. Este esforço de integração se revela ainda no trabalho diário de três sucursais, localizadas na região Sul (Cariri), região Norte (Sobral) e região Centro (Quixadá). Graças a esse sistema próprio, o **DN** vai aos pontos mais distantes do Estado, levando às últimas consequências todo o dinamismo de um veículo de comunicação.



DIÁRIO DO NORDESTE

Ceará cresceu, em 1981, menos 9% no setor primário (Página 13)

Ano 1 - Número 01



2º. Caderno tem arte, cultura e passatempo

No Segundo Caderno tem conteúdo dos últimos lançamentos de Cabete. A deputada Dourina de Castro diz como conciliar a vida de parlamentar e dona-de-casa. Ela revela os preconceitos "machistas" dos parlamentares cearenses. O poeta Passarim do Assis conta um pouco de sua vida. "Se eu fosse um pouco mais dinheiro, mas preferia ficar no meu recado. Lá está minha felicidade".

TRE avverte...

Passagens do ônibus sobem em janeiro

Os preços das passagens de ônibus deverão ser elevados em janeiro próximo. Acontece que nem os empresários que nem os consumidores, segundo eles próprios, já estão causando uma retração na demanda de transportes. Tanto quem não pode andar à eles, ficam entre a cruz e a destina; se não elevam os preços, não tem condições de manter o seu negócio rentável. O povo andará nos de ônibus e a retração menta mais. (Página 9)

Preço de alimentos será levantado aos sábados pelo DN

A incrível dança dos preços de produtos de primeira necessidade, principalmente hortifrutigranjeiros, carne, arroz, feijão etc., será registrada, todo sábado, pelo DN. Ferretomada de preços do mercado, a partir dos principais centros de abastecimento, informando a dona-de-casa onde melhor adquirir produtos de qualidade por preços menores. Através da análise dos preços o leitor poderá verificar o que ocorre nas disparidades, pela tabela que apresentaremos, escolher aquelas fontes de abastecimento que melhor oferecem preços e produtos de qualidade. (Página 9)

Irregularidades no Plano de Emergência em três municípios

O presidente da Federação dos Trabalhados na Agricultura estão sendo...

O passo ao futuro

Ao completar dez anos de vida, o **Diário do Nordeste** deu mais um passo em busca do futuro. Este ano, iniciou seu processo de informatização, que se completará nos primeiros dias do Ano Novo. Com um investimento em torno de US\$ 1 milhão, o **DN** trouxe ao Ceará os computadores da mais alta tecnologia. Agora, quase todo o processo de produção do jornal se dará eletronicamente, deixando-o mais ágil e flexível. Para em termos gráficos, os ganhos são igualmente significativos, com melhoria de cerca de 70% em qualidade e resolução, além de abrir espaço para outras inovações. Para os repórteres, digitar as matérias numa telinha de computador era uma realidade possível apenas nos grandes jornais do Sul do País. Mas no **DN** as velhas máquinas de datilografia também já estão sendo abandonadas. São 33 terminais inteligentes instalados no setor de Redação e conectados com três computadores centrais. O texto do repórter, depois de passar pelo editor e pela Diagramação, é transmitido para o Sistema de Paginação Automática (SPA) e, em seguida, liberado para elaboração do folheto em fotocompositora laser. Com a informatização, o **DN** comemora o sucesso de um jornal moderno, que se pautou na inovação e na criatividade, marcando época na imprensa cearense.

DN, a liderança conquistada com ousadia **Marketing do jornal faz escola**

Antes mesmo do seu lançamento, o **Diário do Nordeste** teve o cuidado de estruturar um departamento comercial à altura de um grande veículo de comunicação. E o sucesso do jornal no mercado deve-se a esses três fatores: profissionalismo, qualidade do produto e união no trabalho.

Com base nesse tripé, buscou com ousadia a liderança, até atingir a posição de primeiro colocado. E muitas outras metas ainda vão ser alcançadas. O trabalho do Departamento Comercial sempre contou com grande apoio da editoria do jornal, formando-se uma parceria na segmentação dos novos produtos criados.

Essa integração possibilitou o surgimento de inovações na imprensa nordestina, fazendo com que o **Diário do Nordeste**, sem dúvida nenhuma, represente também um marco na região no que se refere à parte comercial. Hoje, o DN recebe, quase mensalmente, a visita de jornalistas e homens de marketing de outros jornais de capitais brasileiras — Belo Horizonte, Curitiba, São Luís, Teresina, Salvador e outras — que vêm ver o sucesso que este veículo de comunicação vem obtendo no mercado. Muitos deles estão aplicando essa mesma filosofia em suas praças, obtendo êxitos em seus empreendi-

mentos na área de marketing na imprensa escrita.

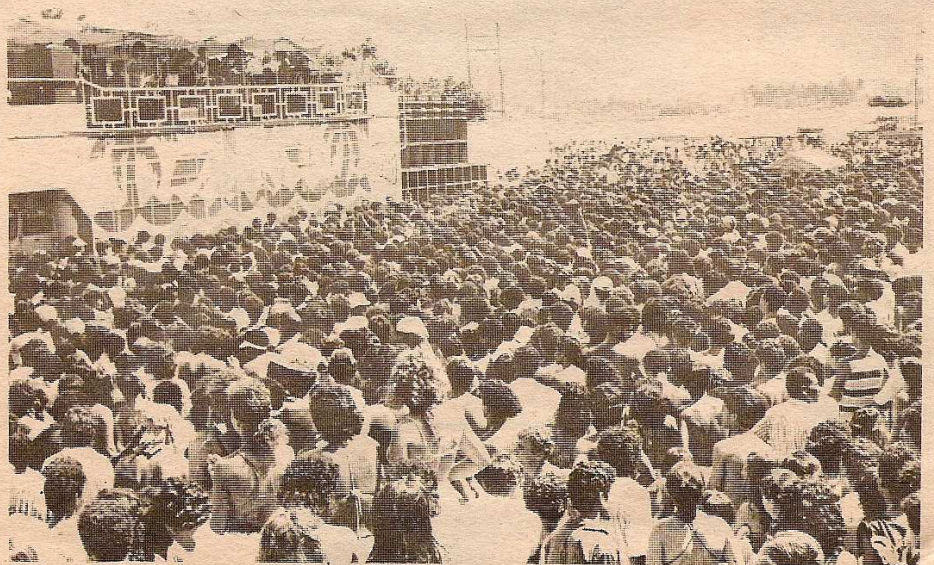
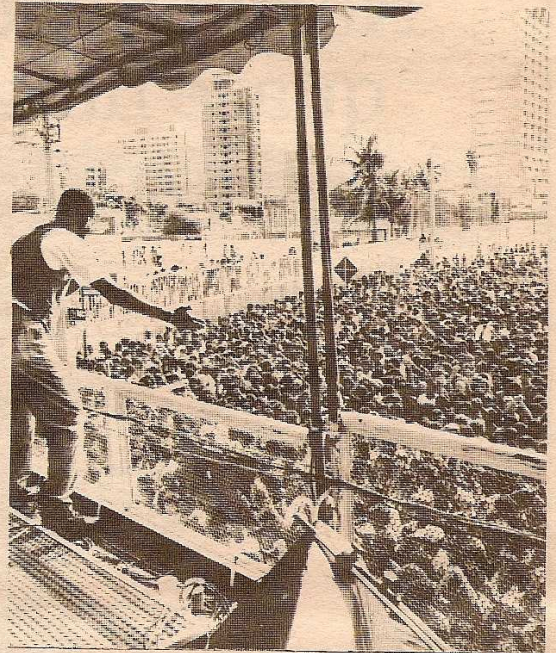
A direção comercial destaca que o segredo é simples. Uma grande união de equipe, onde todos vestem a camisa e vibram com a conquista de novos clientes, não se importando ser um grande anunciante ou um usuário dos classificados. A única coisa exigida é o atendimento eficiente aos clientes e agências, tudo isso num trabalho criterioso e sério.

MARKETING

O setor de marketing, isto é, a imagem do jornal junto aos seus leitores e clientes,

tem recebido um tratamento especial no **Diário do Nordeste**. O marketing é tratado pela direção comercial como a grande ferramenta da modernidade.

Uma prova dessa atenção foi a criação de uma gerência exclusiva para o marketing. O jornal está consciente de que deve marcar presença nos meios de comunicação. Não é só a imagem do jornal que precisa estar em evidência, mas o próprio jornal deve participar de tudo o que diz respeito à comunidade, através de uma presença maciça e marcante. São as nossas diretrizes.



Promoções: comunidade presente

As promoções têm sido, nesses dez anos, um dos pontos fortes do **Diário do Nordeste**. Veículo integrante do **Sistema Verdes Mares**, ao lado da TV Verdes Mares, da Rádio Verdes Mares AM e da FM 93, o DN tem realizado uma média de dez promoções por ano.

Começando com o reveillon, numa grande festa na Praia de Iracema, passando pela Avenida Iluminada (Carnaval), promoções de praia — Garota da Praia, Vôlei de Praia —, festas juninas, Férias, Dia da Criança, todas essas promoções contam com a participação da comunidade.

Do golpe de Moscou ao vestibular, dedicação O efeito das grandes reportagens

Um jornal onde a informação é moderna e dinâmica as grandes reportagens têm vez em suas páginas. Não é à toa que o DN, nesses dez anos, publicou várias reportagens que surtiram efeitos imediatos. O Drama da Polônia, em 1981; o Escândalo da Cobal, em 1984; o aumento absurdo do IPTU, em 91; o Nordeste na ditadura do machado, em 91; a evasão de renda no futebol cearense, em 90; as coberturas sobre Aids, problema dos menores, prostituição infantil, vestibular, eleições, Carnaval, morte de Tancredo Neves, o desastre da serra da Aratã e o golpe na URSS e o conseqüente colapso do comunismo foram momentos altos no Diário do Nordeste ao longo dessa década.

Golfo

Em agosto de 1989, o Oriente Médio voltou às manchetes de jornais. O Diário do Nordeste publicou as primeiras notícias de que a paz no Golfo Pérsico havia chegado ao fim. Saddam Hussein invadiu o Kuwait e provocou um conflito que poderia ter posto fogo no mundo. Uma guerra sofisticada, com ampla cobertura pela televisão, principalmente a da rede norte-americana CNN. Os críticos disseram que houve muito show televisivo e pouca informação. As manchetes do Diário chamavam a atenção para a estupidez da guerra.

País

A Constituição um tema que mobilizou as ações de to-

dos os segmentos nacionais, mereceu ampla cobertura por parte do Diário do Nordeste: O Plano Cruzado e suas versões, O Plano Collor, enfim, os pacotes econômicos que deram esperanças e que também traumatizaram o País, foram dissecados pelas Editorias Nacional e de Economia.

Esportes

Nesses dez anos, o Brasil amargou derrotas no futebol. O futebol cearense seguiu o futebol brasileiro ladeira abaixo. Alegrias mesmo em se tratando de esportes só foram proporcionadas pela Fórmula-1, através da perícia e da ousadia de Ayrton Senna.

Política

O ocaso dos coronéis cearenses foi assunto

POLICIA
Mais 2 envolvidos na fraude do vestibular
(Página 12)

DIÁRIO DO NORDESTE
Fundado em 1928

RADIAÇÃO
CNEN nega vazamento nuclear na clínica
(Página 11)

Fortaleza, Ceará — Terça-feira, 20 de agosto de 1991

Ano X - N.º 3.455 - Cr\$ 200,00

Sunab divulga tabela. Preços aumentam até 20%

Diretor do Sunab
O Estado do Rio Grande do Norte, por meio do Conselho Estadual de Defesa (CED), realizou, em 19 de agosto, reunião com membros do Conselho de Defesa (CED) para discutir o aumento de preços de produtos básicos. O governador, Valdir Maranhão, destacou a importância de manter a estabilidade econômica e a defesa do consumidor. O ministro da Defesa, Celso Amorim, também participou da reunião.

Yegor Yeltsin, do KGB, chega ao Brasil
O ministro do Interior, Bodo Prager, recebeu o ministro da Defesa Soviética, Dmitri Lator, em uma reunião para discutir a cooperação entre as forças de segurança dos dois países.

Atentado à paz. Cai Gorbachev Boris Yeltsin comanda a resistência

A paz mundial sofreu um novo acanudo. Nem polce desarmado durante a madrugada, comunistas ortodoxos derrubaram o presidente soviético Mikhail Gorbachev. Boris Yeltsin transformou-se no principal líder da resistência. Para considerar o golpe, ele subiu num tanque em Moscou, proclamando o discurso em defesa das liberdades democráticas. Todas as instituições soviéticas já passaram sob o controle dos novos dirigentes. O estado de emergência foi proclamado por seis meses, a partir das primeiras horas de ontem.

A surpresa no mundo
O golpe de estado soviético surpreendeu todo o mundo. O presidente da ELIA, George Bush, decretou o reconhecimento como "particularmente grave". A França convocou o Conselho de Segurança da Comunidade Europeia e pediu garantias de vida para Gorbachev. O governo brasileiro, imediatamente, que tropas leais ao governo dissuadem e mantêm um boicem em Riga, capital da Letônia. Enquanto isso, o presidente do Brasil, Collor, reformista Boris Yeltsin transformou-se no principal líder da resistência. Para considerar o golpe, ele subiu num tanque em Moscou, proclamando o discurso em defesa das liberdades democráticas. Todas as instituições soviéticas já passaram sob o controle dos novos dirigentes. O estado de emergência foi proclamado por seis meses, a partir das primeiras horas de ontem.

Iplance calcula inflação de 12% no mês de julho
O setor do Vestuário foi o responsável maior pela elevação da inflação de julho, em Fortaleza, para a casa dos

Fazendários do Ceará realizam primeira greve
Os servidores da Secretaria de Fazenda iniciaram ontem a primeira greve de categoria em toda a sua história. O servid-

constante nas páginas de política local. Empunhando a bandeira da modernidade, Tasso Jereissati, à frente do grupo de empresários do CIC, vence as eleições de 86, dando início a uma nova era no Estado. No dia 24 de novembro de 1986, o DN publicou uma matéria que definia bem o momento: "A revolução do CIC, o destrutivo e o transformável".

Ciro Gomes, empunhando a mesma bandeira, é o vencedor das eleições para prefeito em 1988. Deixa o mandato para disputar o governo do Estado em 1990, sendo eleito no primeiro turno, com larga maioria.

Cidade
A defesa dos interesses da população de Fortaleza é sempre uma preocupação do Diário do Nordeste. A preservação dos seus reduzidos monumentos históricos mereceu muitas reportagens. Matérias abordando a falta de infraestrutura da cidade: problemas de trânsito, comércio ambulante, desemprego, desempenho do comércio de uma maneira geral, o turismo, marcaram época e provocaram polêmicas.

E o DN mostrou os podres da Cobal

O escândalo da Companhia Brasileira de Alimentos (Cobal) foi noticiado pelo DN durante oito meses de reportagens através do repórter Carlos Célio. Ele descobriu a grande quantidade de feijão estragado nos depósitos de Parangaba que deveria ter sido distribuído com os cearenses. Resolveu ir fundo ao assunto e descobriu que o mar de lama na Cobal estava cheio. 'Foram oito meses de investigações. Trabalhamos ao lado da Polícia Federal. Eles, através do delegado estadual Paulo Duarte, nos passavam o que sabiam e nós mandávamos para eles nossas informações. Tentaram nos subornar, mas fomos em frente e conseguimos mostrar os podres da Cobal'. Foram 59 matérias e 402 dias de investigações. Carlos Célio contou com a ajuda de Fenelon Rocha e dos editoriais seguidos que o DN escreveu repudiando o Escândalo da Cobal. 'Apesar de ser uma composição literária pobre, Cobal rima com Mobraal. Este último, de fracasso em fracasso, não cumpriu o seu papel, transformou-se em elefante branco e acabou tendo o fim merecido, a extinção inglória. Aquela primeira, no entanto, continua resistindo bravamente, legando à administração pública do País um dos mais vergonhosos exemplos de trapaceas e

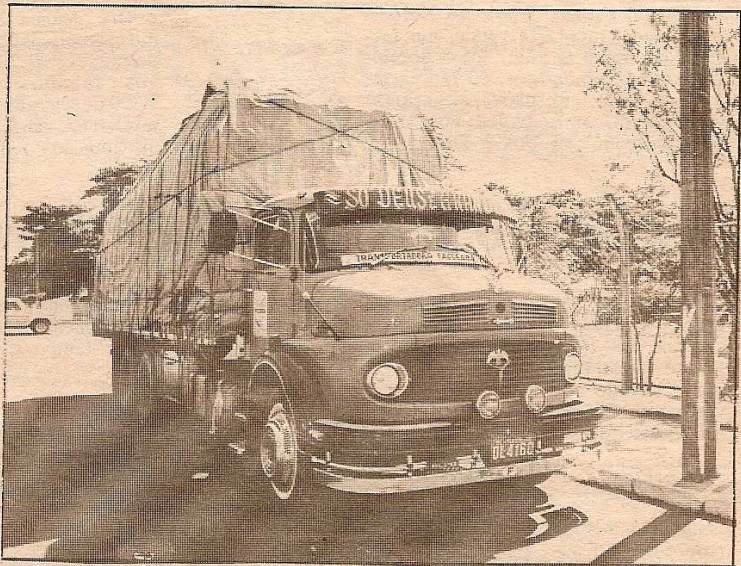
aliciamentos, através da ação de verdadeiras gangues que contam com o apoio de pessoas ligadas à entida-

de', diz o editorial 'Corrupção Indomável', de 13 de dezembro de 1985. O resultado das denúncias afastou

da Cobal o superintendente regional, Sebastião Célio de Carvalho, e gerente de compras Célio Capis-

trano, o comprador Rocialdo Salles Correia, o outro superintendente José Ribamar Colação e os fun-

cionários Mário Aguiar, Francisco de Assis Pereira, José Wilson e José Humberto Barbo-



Denúncia de abusos no IPTU obtém resultados

Outra grande reportagem feita pelo DN foi contra o aumento abusivo do Imposto Predial e Territorial Urbano (IPTU). Participaram os repórteres Carlos Célio, Ane Katerine Medina e Olegário Gurgel. Com 400 mil novos contribuintes, o IPTU representa 9% da receita da Prefeitura de Fortaleza. 'Como resultado do repúdio popular à iniciativa, a Prefeitura primeiro adiou o prazo de início da cobrança do tributo e, depois, reduziu em cerca de 31%, em média, seu cálculo de avaliação. As entidades representativas da sociedade não se conformaram com essa leve concessão oficial e insistiram numa nova revisão quanto aos valores aplicados. O prefeito Juraci Magalhães, com o bom-senso que vem demonstrando nos seus atos, mandou fazer então um novo levantamento da situação dos imóveis, concluindo por oferecer uma redução de 58,60%, em média', diz o editorial 'Vitória da População', de 27 de fevereiro de 1991.

GREVE
Petroleiros param em oito refinarias (Página 6)

DIÁRIO DO NORDESTE
Fundador: EDSON GUEZOL

Fortaleza, Ceará — Quarta-feira, 27 de fevereiro de 1991

Ano 2 - Nº 3.283 - Cr\$ 100,00

Fortaleza aprova redução por unanimidade

Valeu a luta. IPTU cai 58,60%

ONU exige mais que retirada iraquiana

O Conselho de Segurança da ONU decidiu exigir de Saddam Hussein uma declaração por escrito de que aceita e cumprirá todas as 12 resoluções e outras anteriores e futuras recomendadas a desarmar o Iraque. A declaração deve especificar os aliados, incluindo aqueles, e garantir o acesso inspetores de retirada iraquiana do petróleo. Entre os aliados, os Estados Unidos e Inglaterra foram mais enfáticos em sua aceitação. 'A guerra continua'. O presidente norte-americano, George Bush, afirmou que Saddam 'tema clamor viciado em meio a uma derrota'. Saddam Hussein em seu discurso promete que seguirá o tratado de Kuwait (Página 10).



A mensagem do prefeito Juraci Magalhães, cujo objetivo de lei propunha redução de 58,60% nos valores do Imposto Predial e Territorial Urbano — IPTU — da Taxa de Limpeza Pública, foi aprovada ontem pela Câmara Municipal de Fortaleza, por unanimidade. Para o vereador Sérgio Novaes, a pressão da sociedade foi fundamental, e bem que a maior parte ainda tenha ficado acima da inflação. 'Aceitamos, a decisão', acrescentou, 'porque significa um avanço'. O vereador Emanuel Tellez lembrou, ainda, a instalação de inquérito civil para apurar a legalidade da taxa do imposto, decidida pelo Decoo, bem como a decisão tomada pela OAB-CE em recorrer na Justiça contra a resolução da Prefeitura Municipal. O vereador Carlos Rayol disse que a população protestou e a Câmara Municipal para externar suas insatisfações (Página 5).

Zélia propõe abono até dez salários

Roberto Galvão expõe a série 'Rosto Hermoso'
Dois episódios marcados para hoje. Um do artista italiano Roberto Galvão na Galeria Inez Frick — sereno e marcado para as 21 horas, e outro do artista brasileiro André Stolte, na Galeria Inez Frick, às 21h30. Ambos os artistas de 'Rosto Hermoso' são artistas brasileiros, incluindo o brasileiro André Stolte, que segundo Galvão, não representa de uma ou outra maneira a expressão de uma ou outra cultura.

Falta energia e um detento foge do IPPS
Apresentando-se de falta de energia, o bandido Alex Jorge Alexandre de Lima fugiu em madrugada de ontem, da Inimata Penal Paulo Sarasate, onde se encontrava a disposição da Justiça, aguardando a conclusão por advogado e laudo. Para Carlos Roberto de Jesus, a fuga do marginal foi planejada. 'Não acredito em sorte de sua natureza. Não acredito em sorte de sua natureza, sem contudo, fugir, porém, sem desistir'.

Maracanaú: a boa receita não diminui atraso
Apesar de ser o segundo Município em arrecadação do Ceará, Maracanaú permanece quase no mesmo atraso social de 40 anos atrás. Os 250 mil habitantes que assistem à posse de cinco prefeitos e o assassinato de um deles, ainda não vivem o progresso que a cidade espera possuir no mercado público, muito embora a Prefeitura tenha pago em fevereiro de 90, a quantia de Cr\$ 1.304.886,34 pelo fornecimento e montagem de um prédio.

Servidor estadual tem direito ao

Uma liderança comprovada pelo IVC

No domingo não sobra quase ninguém para ler o outro jornal. Os números da pesquisa de outubro de 1991 do IVC — Instituto Verificador de Circulação — são irrefutáveis. Nos domingos, em todo o Ceará, o **Diário do Nordeste** vende

44.127 exemplares, enquanto 'O Povo' 21.961. Aos sábados, a liderança continua. O **Diário do Nordeste** vende 30.912 em todo o Estado e 'O Povo' 21.544. O **DN** continua na frente de segunda à sexta-feira, em todo Ceará, com 29.359, com 'O

Povo' obtendo 20.113. Em Fortaleza, ainda segundo dados do IVC de outubro de 1991, o **Diário do Nordeste** vende, em média, aos domingos, 33.756 exemplares, alcançando 22.560 nos sábados e 20.990, de

segunda à sexta-feira. O concorrente vende uma média de 20.240 exemplares aos domingos, 19.823 nos sábados e 18.374 de segunda à sexta-feira. **ASSINATURAS** Com relação à

assinatura, o **Diário do Nordeste** dispõe de 17.860 assinantes distribuídos em onze áreas de Fortaleza. Em venda avulsa, o **DN** alcança 22 mil exemplares aos domingos, 7.200 aos sábados e 5.300 de segunda à sexta-feira, com a distribuição feita

através de onze veículos, entre caminhões e camionetas. No interior do Estado, a venda avulsa atinge 3.700 no domingo e 2.000 na semana. O **DN** dispõe de 7.500 assinantes no interior do Estado, divididos em três rotas: Norte, Sul e Centro.

Classificados do DN criam um diferencial

No **Diário do Nordeste**, o caderno de Classificados é olhado como se fosse um veículo à parte. Todo o cuidado foi exigido para se disputar o mercado e chegar à liderança. E os objetivos foram conseguidos.

O caderno de Classificados representa hoje uma grande parte da receita dos jornais brasileiros. Normalmente, existe apenas um jornal em cada praça que dispõe de uma grande liderança em número de pequenos anúncios, ficando os demais veículos em situação bastante inferior.

Em Fortaleza, o quadro é diferente. O **Diário do Nordeste** já atingiu 47% do número de anúncios dos cadernos de classificados do mercado. Temos um bom número de clientes exclusivos. São conquistas como essas que atestam a eficiência e o retorno rápido dos anúncios do **DN**.

O **Diário do Nordeste** inovou também no que se refere aos Classificados. Ao fazermos

o caderno em páginas amarelas, criamos um diferencial que vem sendo seguido por vários outros jornais brasileiros.

CLIENTES

Ninguém melhor para falar do sucesso dos Classificados do **DN** do que os seus clientes. Luciano Cavalcante Empreendimentos Imobiliários, diz o seguinte: 'Jornal ágil, organizado, eficiente e moderno, com programação visual avançada, corpo funcional eficiente e estrutura de entrega eficiente. Grande retorno de anúncios, principalmente aos domingos'.

Antonio Alberto Bezerra de Oliveira, presidente do Sindicato dos Corretores de Imóveis, dá a sua opinião. 'O caderno de Classificados do **DN** é o que mais cresceu nos últimos tempos, não-somente em termos quantitativos quanto qualitativos. Isso nos motiva a conti-

nuar anunciando. Tem dado um bom retorno com

tendência a crescer pela constante divulgação que o

DN tem feito. O pequeno espaço de tempo que

existe o **DN**, o retorno está além das expectativas'.

DN Classificados

DIÁRIO DO NORDESTE Fortaleza-CE - Quinta-Feira, 19/12/91

000 IMOVEIS Compra e Venda

Compreenders
Fincas em casa na Aldeia, para compra pagamos até 15% de desconto. Cofre 2.500 mil. Bairro: 24.110. Fone: 241.100. Fax: 241.100.

Aldeia Nova - Varjo
Compre até 5 mil reais, mais 20% de desconto. Bairro: 24.110. Fone: 241.100.

Imóveis
Venda de terreno 10.000,00. Cofre 241.100. Fone: 241.100.

Imóveis
Venda de terreno 10.000,00. Cofre 241.100. Fone: 241.100.

Filmagens, edição e som

Vozes, imagens, edição, montagem, legendagem, dublagem, mixagem, masterização, distribuição.

A-10 - Transcrição de áudio, legendagem, dublagem, mixagem, masterização, distribuição. Cofre 241.100. Fone: 241.100.

A-15 - Edição de vídeo, legendagem, dublagem, mixagem, masterização, distribuição. Cofre 241.100. Fone: 241.100.

A-20 - Edição de áudio, legendagem, dublagem, mixagem, masterização, distribuição. Cofre 241.100. Fone: 241.100.



Qualidade e dedicação reconhecidas

Três prêmios Esso de Jornalismo

Um dos grandes feitos do **Diário do Nordeste** nesses dez anos foi a conquista de três prêmios Esso de Jornalismo.

Criado em 1955, o Esso de Jornalismo veio para o **DN** em 83, 87 e 88, através de reportagens que dignificam qualquer meio de comunicação de massa.

SOS PRESIDENTE

O primeiro Esso chegou com o caderno especial SOS Presidente, quando da visita do presidente interino da República, Aureliano Chaves, em quatro de agosto de 1983, ao Ceará. Uma equipe de treze jornalistas mostrou a Aureliano que o Ceará precisava de recursos, pois a seca poderia matar mais cearenses.

A manchete daquele dia foi 'SOS Presidente. Nordeste só quer água e comida'. No editorial, 'Aureliano e a seca', o **Diário** escreveu que 'Dr. Aureliano vai encontrar um Nordeste amargo e queixoso, miserável e doente. E, como sempre, discriminado. Sobre isso, poderíamos nos entender muito, que as discriminações contra o Nordeste já viraram folclore e vêm desde o descobrimento do Brasil'. No editorial o registro da denúncia que uma instrução normativa baixada pela Receita Federal, determinava que as contribui-

ções ou doações em dinheiro, feitas ou que viessem a ser destinadas naquele ano às vítimas da seca no Nordeste não poderiam ser abatidas no Imposto de Renda. 'Isso só poderia ser feito nos casos de destinações aos flagelados das enchentes do Sul do País'.

Coordenado por Dedé de Castro, o trabalho foi produzido por Wilson Pinto, Ronaldo Salgado, Nilton Almeida, Luiza Nascimento, Jô Abreu, Virgínia Crisóstomo, Paulo Ernesto Serpa, Giovana Sampaio, Angela Marinho, Mara Cristina, Carlos Célio e Verônica Silveira. Concorreu com outras 283 reportagens.

NAS GRADES

O segundo Esso para o **DN** veio através da série de cinco reportagens de Dedé de Castro sobre o tema 'O Nordeste por trás das grades'. A série foi publicada de 26 a 30 de agosto de 1987, enfocando o problema carcerário da região. No mesmo ano, foi premiado ao lado de Dedé de Castro, Jânio de Freitas, da Folha de São Paulo, com a reportagem 'Ferrovia Norte-Sul foi uma farsa'. Participaram do concurso 386 trabalhos.

SUPERSAFRA

O terceiro Esso **DN** veio em 1988 com a série de cin-

co reportagens de Jurandir Garcia sobre 'Supersafra.

O sonho acaba nas mãos do atravessador'. A série foi

publicada de dois a seis de julho de 1988. Para o Esso

de 88 foram inscritos 499 trabalhos de 311 jornalistas.

NORDESTE



DN
ESPECIAL
Fortaleza Ceará - Quinta-feira
14 de agosto de 1983

*Tragédia da
seca nos
caminhos de
Aureliano*



*Economia
cearense
quase em
pedaços*

*A lenta
agonia
de um
município*

SOS PRESIDENTE

Total de 65 prêmios

Em dez anos, o **Diário do Nordeste** conquistou 65 prêmios. É uma média de 6,5 prêmios por ano. Foram três prêmios Esso, 31 prêmios de Imrensa (ACI), quatro Cidade de Fortaleza, um Federação Nacional dos Jornalistas, um Marcoloco, um Chapéu de Couro, um Racimtec, quatro Mérito Lojista, dois Veículo do Ano, um Ecologia, um Jornal do Ano, dois Kibon, um Gutemberg, quatro Melhor Jornal do Cariri, um Melhor Jornal de Morada Nova, um prêmio internacional Exporter's Servi-

ce, um Nikon, um Kodak, um Filatelia, um Instituto Cearense Histórico, Geográfico e Antropológico, um Clube de Regatas Barra do Ceará, Fórmula Honda.

O porta-voz da população periférica

'Sem preconceito/sem mania de passado/sem querer ficar de lado/de quem não quer navegar'. Essas palavras foram tomadas emprestadas de Paulinho da Viola há nove anos para servirem de slogan do Jornal dos Bairros (JdB), demonstrando a disposição do **Diário do Nordeste** de lutar em defesa da comunidade. A partir do dia 14 de abril de 1982, com a primeira edição do JdB, a problemática da falta de infra-estrutura e deficiência dos bairros da Região Metropolitana de Fortaleza deixou de ser encarada como fato corriqueiro, diante das carências amargadas habitualmente pelas comunidades periféricas, para ocupar um espaço privilegiado nas páginas do jornal.

Com um tratamento jornalístico sério, as reclamações da população, antes sem voz, passaram a ser notícia, ocupando inicialmente duas páginas do primeiro caderno do DN, com o mesmo peso dos acontecimentos internacionais, nacionais e outros fatos locais. Foi dedicado também um vasto espaço à vida social nos bairros, costumes, tradições, hábitos dos moradores e até a personagens de destaque na comunidade. E foram muitos os problemas levantados ao longo desses anos: saneamento, poluição, preservação da memória histórica, habitação, religiosidade, todos assuntos de interesse da comunidade.

JORNAL dos BAIRROS

Sem preconceito/Sem mania de passado/Sem querer ficar de lado/De quem não quer navegar.

Jardim América, reduto de dois grandes poetas

Poetas devem existir em todos os lugares. Hoje há um poeta ocupando a Prefeitura de Fortaleza e um outro a Presidência da República. Mas em se tratando de bairro, o Jardim América no-



Foto: Everton Lemos

o beco. Antes um beco lamacento, onde os amigos que iam visitá-lo saíam com os sapatos enlameados e às vezes até a barra da calça. Hoje uma rua asfaltada e com tráfego relativamente intenso.

A casa de Luis Assunção fica na Rua Júlio César, a poucos metros do famoso Canal do Jardim América. Encravada num amplo terreno arborizado, é a mais humilde do quartei-

Cobrindo o Ceará de Norte a Sul

O **Diário do Nordeste** cobriu, nesses dez anos, os acontecimentos mais relevantes do interior cearense. Da tristeza da seca à alegria do inverno. A época de inauguração do DN, o Ceará já vinha enfrentando um novo período de estiagem e toda problemática social que dela deri-

va, como desemprego massivo, fome, miséria, conflitos de terras etc. Uma das matérias importantes, datada de 20 de dezembro do mesmo ano, dá a seguinte manchete: 'Na luta da razão, o sertanejo vai à luta, só não sabe se ganha'.

As regiões cearenses mereceram

sempre tratamento equânime do **Diário do Nordeste**: Norte, Centro e Sul. Do litoral, ao sertão, passando pelas serras. Os problemas do homem do campo: custeio da safra agrícola, inundações, problemas das cidades de médio porte, educação, mão-de-obra rural, tudo isso foi

assunto das páginas de interior do DN, através do relato da sua rede de correspondentes ou dos próprios repórteres do jornal.

O **Diário do Nordeste** promoveu fórum de debates em todas as regiões do Estado, reunindo prefeitos, lideranças políticas, empresa-

riais e de trabalhadores, com a finalidade de divulgar as reivindicações do homem do campo e chamar a atenção das autoridades para os seus problemas. Essa preocupação do DN teve o reconhecimento. Hoje, o jornal lidera de ponta a ponta no interior do Estado.

Fortaleza, Ceará
Segunda-feira,
17 de janeiro de 1983

Seca no Nordeste

ESPERANDO UM MILAGRE

(De Deus ou dos homens)

Seca no Nordeste não é fenômeno, como muitos teimem em rotular. É fatalidade rotineira que depõe contra governos e organismos públicos e que é responsável pela miséria de mais de um milhão e meio de pessoas, que vão morrendo e resistindo. Resistindo e morrendo, de sede, de fome, de desesperança.

Com uma área superior a um milhão e quinhentos mil quilômetros quadrados, abrangendo nove Estados e um território - Maranhão, Piauí, Ceará, Rio Grande do Norte, Pernambuco, Alagoas, Sergipe, Bahia e Fernando de Noronha - o Nordeste vive atualmente um dos piores momentos de sua história. Entrando para o quarto ano de seca e praticamente abandonado pelo poder central, a maioria dos seus 33 milhões de habitantes encontra-se à beira da miséria total. E o mais doloroso é que esta não é uma situação nova, há repetição. Fenômeno é o extraordinário, o raro, o surpreendente. Uma coisa difícil de acontecer. Porque a seca no Nordeste é o pato que rola, uma coisa da cultura e a desolação. O que não chega a ocorrer as altas figuras da Nação. Depois de Pedro II, somente José Américo, Juscelino e Médica demonstraram maior sensibilidade para com a tragédia. Os demais tiram de banda. Médica comoveu-se em Crato, falou forte na Sudene e não passou disso.

Filme antigo

dro peral, como se é verdadeiro clamor não, através de rede responsável que, ditte alimentar o noticiosa página do Ontem, mantivermos com vários diários, elementos para a desta matéria. Os correspondentes de J Lucas, Iquatu, Ce nus, Varzea Alegre, mobiliz. Maranhão, Pompeu e de outros, pois, as quais, diste dificuldades, por passando os habitas localidades, para dar o grau e quando do grau e fundo de emergência, mil homens alistamento, nos bolsos, mente 500 trabalhadores. Diante disso, que a economia d esta completam nutrida. Neste de seca rou a la cabou a picuata ros transferiam nhos para o A quando isso não vendiam o reba corle. De outro, foi resativado, vo a triste "asse e avara. O que si que, para eman te que se queb bordosa, e pic Tempo, omeio ção para reali ho sério, com

ANEXO D – Modelo do termo de consentimento livre e esclarecido

Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (T.C.L.E.)

Você está sendo convidado a participar como voluntário de uma pesquisa. Você não deve participar contra a sua vontade. Leia atentamente as informações abaixo e faça qualquer pergunta que desejar, para que todos os procedimentos desta pesquisa sejam esclarecidos.

A pesquisa em questão será realizada pela estudante do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Ceará, Naiana Rodrigues da Silva, com orientação da professora Dra. Catarina Tereza Farias de Oliveira. Seu objetivo é analisar como os repórteres do Diário do Nordeste estão se adequando ao uso das novas tecnologias na rotina de trabalho e de que forma as mudanças recentes no fazer jornalístico estão afetando a identidade de jornalista de impresso destes profissionais.

Trata-se de uma entrevista em profundidade em que o participante será questionado sobre a profissão de jornalista, sua rotina de trabalho e ainda a relação com as novas tecnologias de comunicação e informação no seu cotidiano. As entrevistas deverão ser realizadas fora do ambiente de trabalho, para que o entrevistado não sofra nenhum tipo de retaliação ou censura por conta de sua colaboração com o pesquisador.

A identificação do participante será preservada e o conteúdo de suas respostas utilizado apenas com finalidade educacional. A participação é gratuita e voluntária, não sendo oferecida nenhuma forma de remuneração financeira ou de qualquer outra natureza pela entrevista.

É reservado ao participante o direito de suspender sua participação no processo a qualquer momento e também de retirar o consentimento expresso nesse documento, sem que isso lhe acarrete qualquer dano moral ou financeiro.

Endereço da responsável pela pesquisa:

Nome: Naiana Rodrigues da Silva

Instituição: Universidade Federal do Ceará

Endereço: Avenida da Universidade, 2762, Benfica.

Telefones p/contato: (85) 8811-3367, 9695-1896 e 3366-7710

ATENÇÃO

Para informar qualquer questionamento durante a sua participação no estudo, dirija-se ao:

Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Ceará

Rua Coronel Nunes de Melo, 1127 Rodolfo Teófilo

Telefone: 3366.8338

O abaixo-assinado, _____, ____ anos, RG nº _____
 declara que é de livre e espontânea vontade que está participando como voluntário da
 pesquisa. Eu declaro que li cuidadosamente este Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
 e que, após sua leitura tive oportunidade de fazer perguntas sobre o conteúdo do mesmo,
 como também sobre a pesquisa e recebi explicações que responderam por completo minhas
 dúvidas. E declaro ainda estar recebendo uma cópia assinada deste Termo.

Fortaleza, ____/____/____

--	--	--

Nome do voluntário

Assinatura

ata

--	--	--

Nome do pesquisador

Assinatura

ata

--	--	--

**Nome da Testemunha (se o
 voluntário não souber ler)**

Assinatura

ata

Nome do profissional que aplicou o TCLE	Assinatura ata
----------------------------------------------------	---------------------------

ANEXO E – Questionário que guiou a realização das entrevistas

Repórteres

- 1 – Qual o seu tempo de profissão?
- 1.1 – Em quais veículos já trabalhou?
- 2 - Há quanto tempo você trabalha no Diário do Nordeste?
- 3 – Desde quando você atua como repórter na editoria de Cidade?
- 4 – Como você definiria o passo a passo de sua rotina de trabalho?
- 5 - Como tem sido sua relação com as novas tecnologias (blogs, perfil em redes sociais, email e tecnologias móveis, como celular multifuncional)?
- 6 – O que você acha dessas novas tecnologias aplicadas ao jornalismo?
- 6.1- Elas facilitam a apuração e redação das notícias?
- 6.2 – Elas dificultam o exercício da profissão?
- 7 – Você tem um celular com funções de áudio e vídeo e acesso à internet? Utiliza essas funções com frequência? Em que circunstâncias, lazer ou trabalho?
- 8 – Você lê o conteúdo do jornal, com mais frequência, pela internet ou no papel? Por quê?
- 9 – Você já produziu vídeos digitais para o conteúdo multimídia do site do jornal?
- 9.1 – Muito, pouco ou de vez em quando?
- 10 – Você estava na redação quando essa nova tarefa foi atribuída aos repórteres? O que você achou disso à época?
- 11 – Descreva como foi a primeira vez que você produziu o vídeo. Qual foi a sensação?
- 12 – Você recebeu algum tipo de treinamento para manusear o aparelho celular e realizar os vídeos?
- 12.1 – Quem deu esse treinamento, alguém da redação, da informática ou da fotografia?
- 12.2 - Em relação ao conteúdo do vídeo, ninguém dava nenhum tipo de orientação, era só essa que fosse para uma pauta que rendesse imagens?
- 13 - Alguém explicou qual era a proposta desse conteúdo multimídia?
- 14 - Nos últimos meses, você tem produzido o vídeo? Com que frequência?
- 15 – O que você acha dessa nova função de realizar vídeos?
- 15.1 - Você gosta de realizar esses vídeos?
- 16 – Se você tivesse escolha, preferiria não produzir esse conteúdo multimídia? Por quê?
- 17 – Você assiste aos vídeos disponibilizados como conteúdo multimídia no site do jornal?
- 17.1 – Você assiste somente aos vídeos que realiza?
- 18 – Antes de produzir os vídeos digitais para o jornal, você já tinha feito algum registro audiovisual de forma amadora ou profissional?
- 19 – Você sente algum tipo de dificuldade para manusear o aparelho celular que grava os vídeos?
- 20 - A realização dos vídeos acrescentou algum conhecimento novo e importante para a sua profissão?
- 20.1 - Isso afetou a qualidade do seu texto ou seu modo de trabalho? Como?
- 21 – Como é o seu trabalho de apuração em campo quando você precisa realizar também os vídeos? Descreva um pouco sua rotina.
- 22 - A realização dos vídeos compromete, de alguma forma, a apuração para a redação da matéria impressa?
- 23 - Você leva mais tempo para apurar os fatos quando precisa realizar também os vídeos?
- 23.1 – Você recebe menos pautas porque precisa fazer vídeos ou não?
- 24 - Você já recebeu algum retorno de editor do portal ou de qualquer outro jornalista sobre os vídeos que você realiza para o portal?
- 24.1 – Você acha importante ter esse feedback?

- 25 – Você acha que deveria receber uma remuneração diferenciada por essa atividade de registro de vídeos? Por quê?
- 26 - O que você entende por produção ou conteúdo multimídia?
- 26.1 – Você acha que é isso que o Diário coloca em prática?
- 27 – Você se sente preparado para trabalhar com essa produção multimídia?
- 27.1 – Já pensou em fazer um curso de jornalismo on-line, por exemplo?
- 28 – Você se considera um repórter multimídia ou um repórter de impresso?
- 28.1 – Na sua opinião, o que é ser um repórter multimídia?
- 29 - Como você definiria os repórteres que trabalham no Portal?
- 29.1 – Qual a diferença entre você e eles?
- 29.2 – Eles são repórteres multimídia?
- 29.3 – O fato dos repórteres que trabalham com internet trabalharem com mídias digitais e redes sociais é um diferencial, por conta dessa efervescência das novas tecnologias, em relação a um repórter de impresso que não domina isso?
- 30 - Para você, essas novas tecnologias no cotidiano, de tudo ser muito rápido, ser muita informação, como é que tu se sente nessas condições atuais?
- 31 - Dentro dessa lógica de excesso de informação, o bom jornalismo é aquele que prima pela quantidade de conteúdos?
- 32 – Na sua opinião, o que é o cerne, a essência do jornalismo?
- 33 – Você acredita que o jornalismo impresso vai acabar por conta da internet e das novas mídias?
- 34 – Como o Diário está reagindo a essa situação?
- 35 – Você acha o Diário do Nordeste um jornal moderno? Por quê?

Chefes de reportagem

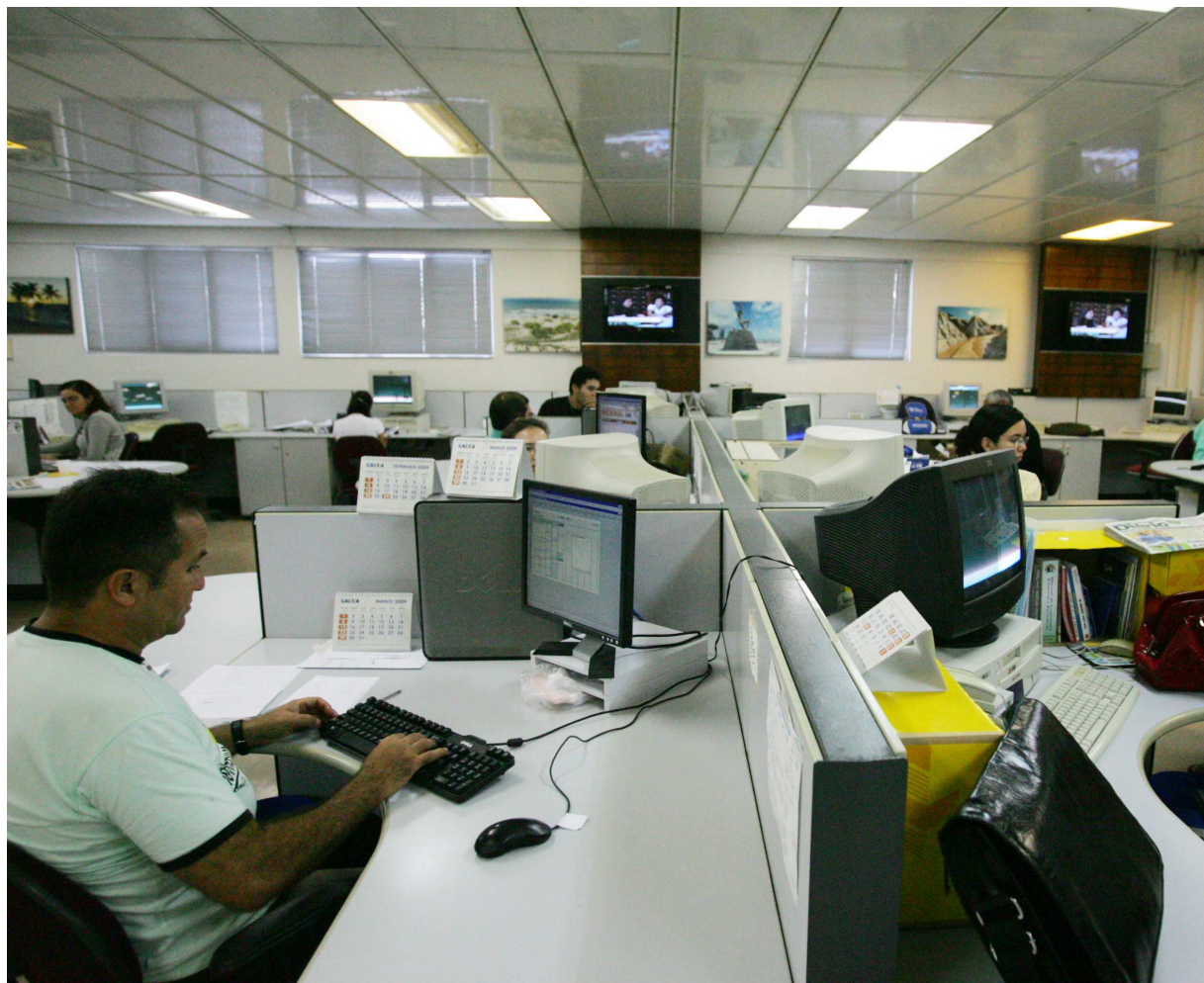
- 1 – Qual o seu tempo de profissão?
- 1.1 – Em quais veículos já trabalhou?
- 2 - Há quanto tempo você trabalha no Diário do Nordeste?
- 3 – Desde quando você atua como chefe de reportagem?
- 4 – Como você definiria o passo a passo de sua rotina de trabalho?
- 5 - Como tem sido sua relação com as novas tecnologias (blogs, perfil em redes sociais, email e tecnologias móveis, como celular multifuncional) aplicadas ao jornalismo?
- 6 – Como as novas tecnologias estão presentes no seu trabalho?
- 6.1 – E na sua vida?
- 7 – Como você avalia a prática do jornalismo multimídia pelo Diário do Nordeste?
- 8 – Quais os critérios para a divisão das pautas entre os repórteres?
- 8.1 – Como você pauta os repórteres?
- 9 – Quais os critérios para que um repórter leve o celular para a pauta e produza um vídeo?
- 9.1 – Você orienta os repórteres, de alguma forma, sobre a realização desses vídeos?
- 10 – Como você definiria sua relação com os repórteres?
- 11 – Você dá um retorno para eles sobre as pautas depois que são publicadas?
- 11.1 – Com que frequência e em que circunstâncias?
- 12 – Qual o perfil de um bom repórter, na sua opinião?
- 13 – Como você definiria sua relação com o editor de Cidade e o editor-chefe?
- 14 - Você lê o conteúdo do jornal, com mais frequência, pela internet ou no papel? Por quê?
- 15 - Você assiste aos vídeos disponibilizados como conteúdo multimídia no site do jornal?
- 16 – Você considera o Diário do Nordeste um jornal moderno? Por quê?
- 17 - Na sua opinião, o que poderia ser feito para melhorar as condições de trabalho no jornal?
- 18 - Quais as principais dificuldades que você enfrenta no dia a dia, no exercício da profissão?

ANEXO F – Redação do jornal Diário do Nordeste em 2011



Fonte: Agência Diário

ANEXO G – Redação do jornal Diário do Nordeste em 2010



Fonte: Agência Diário

ANEXO H – Parque gráfico do jornal Diário do Nordeste



Fonte: Agência Diário

