

A fotografia e a produção de conteúdo audiovisual com dispositivos móveis no jornalismo em Natal (RN/Brasil): uma investigação sobre as práticas nas empresas jornalísticas e nos meios alternativos¹

Elis DeJane da Silva LOPES²

Thalia Varela DANTAS³

Alice Oliveira de ANDRADE⁴

Itamar de Moraes NOBRE⁵

Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN

RESUMO

Apresenta-se os resultados preliminares do projeto de Iniciação Científica titulado “A fotografia e a produção de conteúdo audiovisual com dispositivos móveis no jornalismo em Natal (RN/Brasil): uma investigação sobre as práticas nas empresas jornalísticas e nos meios alternativos”. O objetivo é apresentar o mapeamento e discussões iniciais referentes à produção da fotografia e de conteúdo audiovisual através de dispositivos móveis digitais em Natal, capital do Rio Grande do Norte, nas empresas comerciais e veículos alternativos. Como metodologia principal de trabalho, utilizamos a Cartografia Simbólica associada à pesquisa bibliográfica, com recorte temporal entre os meses de outubro de 2016 e abril de 2017. Apesar de incipiente, a pesquisa aponta uma utilização corriqueira dos dispositivos móveis digitais para a produção audiovisual e fotográfica tanto nas empresas jornalísticas quanto em veículos de comunicação alternativos.

PALAVRAS-CHAVE: fotografia; audiovisual; dispositivos móveis digitais; contra-hegemonia; jornalismo móvel digital.

¹ Trabalho apresentado no IJ 4 Comunicação Audiovisual – do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (Ecomsul/UFRN). Email: dejanelopes@live.com

³ Estudante de Graduação 4º. semestre do Curso de Comunicação Social - Jornalismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (Ecomsul/UFRN). Email: thaliavarela358@gmail.com

⁴ Mestranda pelo Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN). Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. Bolsista CAPES. Pesquisadora do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (Ecomsul/UFRN). Email: alicandrade@live.com

⁵ Docente e pesquisador do Departamento de Comunicação Social (DECOM) e do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia (PPgEM), da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Pesquisador do Grupo de Pesquisa Epistemologias e Práticas Emergentes e Transformadoras em Comunicação, Mídias e Cultura (Ecomsul/UFRN). Pesquisador do OBES - Observatório Boa-ventura de Estudos Sociais, em convênio com o Centro de Estudos Sociais (Universidade de Coimbra-Portugal). Membro do Núcleo de Pesquisa: Fotografia, da INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Membro da REDE FOLKCOM – Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação. Membro da RPCFB - Rede de Produtores Culturais da Fotografia no Brasil. Email: itanobre@gmail.com

INTRODUÇÃO

Os dispositivos móveis digitais, como *smartphones* e *tablets*, estão sendo incorporados ao fluxo operacional das empresas jornalísticas tanto na vertente da produção quanto na distribuição dos conteúdos. Da mesma maneira, observa-se o crescente quantitativo de páginas de teor político-ideológico nas redes sociais na Internet as quais utilizam tais aparelhos na produção para diferentes suportes digitais, propondo-se a ser uma alternativa à agenda da mídia hegemônica.

Observa-se que os aspectos multimidiáticos dessas ferramentas móveis contribuem para o desdobramento de suas aplicações práticas no processo de produção e disseminação de conteúdo. Sobre essa prática, conceitua-se jornalismo móvel digital (SILVA, 2015) a utilização de tecnologias móveis nas etapas da produção, distribuição, consumo e transmissões ao vivo. Com o objetivo de investigar as características e as práticas de produção da fotografia jornalística e de conteúdo em audiovisual através de dispositivos móveis no jornalismo natalense, nas empresas comerciais e nos meios alternativos, atualmente desenvolvemos a pesquisa de Iniciação Científica intitulada "*A fotografia e a produção de conteúdo audiovisual com dispositivos móveis no jornalismo em Natal (RN/Brasil): uma investigação sobre as práticas nas empresas jornalísticas e nos meios alternativos*", através da Pró-Reitoria de Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (PROPESQ/UFRN), com vinculação no Departamento de Comunicação Social, desenvolvida por discentes de graduação, pós-graduação e orientada pelo professor Itamar de Moraes Nobre.

Neste artigo, pretendemos apresentar os resultados preliminares dos primeiros meses da investigação, realizada entre os meses de outubro de 2016 e abril de 2017, com o objetivo de subsidiarmos sistematicamente futuras reflexões acerca da produção audiovisual do jornalismo em Natal (capital do Rio Grande do Norte, Nordeste do Brasil), com o uso de dispositivos móveis digitais – com recorte em celulares, *smartphones* e *tablets*. Levamos em consideração que, o nosso atual contexto social, cultural e econômico, permeado pela utilização em larga escala de aparelhos digitais móveis com acesso à redes de conexão sem fio, se torna âmbito propício para efetivação de tal investigação.

Em trabalhos anteriores, a utilização dos dispositivos móveis na fotografia de imprensa, configurada como fotojornalismo móvel digital (ANDRADE; SILVA; NOBRE, 2016), foi abordada para problematizar as dinâmicas do fotojornalismo a partir

da possibilidade de disponibilização da imagem no mesmo instante do acontecimento, por meio da conexão à Internet a partir de *smartphones*, por exemplo. No presente trabalho de pesquisa, pretendemos estender nossas análises também para a produção da imagem em movimento. Ou seja, abordaremos conteúdos em fotografia e em audiovisual.

Os dispositivos móveis digitais, progressivamente acessíveis no mercado, se tornam cada vez mais presente na vida da maioria das pessoas e em suas relações, sejam pessoais ou de trabalho. Além disso, colocam-se também como ferramentas multitarefa, na qual diversas funções convergem em um único aparelho. Como exemplo disso, podemos encontrar câmera fotográfica e de vídeo, gravador de voz, bloco de notas, agenda telefônica, calendário e aplicativos de mensagens instantâneas em uma só ferramenta digital. Dessa forma, através da inserção de tecnologias móveis na rotina pessoal e profissional de diversas pessoas, a fotografia é possivelmente mais acessível. A associação de duas variáveis - uso de unidades móveis e difusão da fotografia - com uso da internet vem provocando mudanças na produção audiovisual de uma forma geral, e também no jornalismo.

Levando em consideração essa perspectiva, a pesquisa que serviu de base para este artigo interessa-se pelas mudanças ocorridas na rotina jornalística, causadas pela introdução do uso de dispositivos móveis nos contextos de produção fotográfico e audiovisual. Portanto, temos como recorte empírico de investigação o uso dos dispositivos móveis no contexto jornalístico alternativo e comercial. Como metodologia de pesquisa, estamos aplicando a Cartografia Simbólica (SANTOS, 2002).

Entre um dos segmentos em que o jornalismo pode ser exercido está o comercial. De acordo com o decreto nº 83.284, de 13 de março de 1979, é considerado uma empresa jornalística aquela que,

Art. 3º - considera-se empresa jornalística para os efeitos deste decreto, aquela que tenha como atividade a edição de jornal ou revista, ou a distribuição de noticiário, com funcionamento efetivo, idoneidade financeira e registro legal.

1º Equipara-se à empresa jornalística a seção ou serviço de empresa de radiodifusão, televisão ou divulgação cinematográfica, ou de agências de publicidade ou de notícias, onde sejam exercidas as atividades previstas no art 2º. (BRASIL, 1969).

Já o jornalismo tido como alternativo, ao contrário do comercial, não funciona como uma "empresa" cujo objetivo central é o lucro, mas trabalha em um viés pautado

pela colaboração na construção de conteúdo, podendo ou não ter um direcionamento político partidário, e geralmente sem fins lucrativos, como é caso do Coletivo Mídia Ninja Nacional: uma rede desconcentrada de mídia, que se declara como alternativo e funciona como veículo de esquerda.

Partindo desse ponto, salienta-se que a pesquisa é subdividida em duas frentes de trabalho, sendo a primeira com campo empírico nas empresas comerciais e a segunda em veículos de comunicação alternativos. Para este último, levamos em consideração àquilo que podemos julgar como sendo alternativo, ou seja, aqueles meios que oferecem conteúdo contra hegemônico à grande mídia.

O JORNALISMO MÓVEL NOS MEIOS ALTERNATIVOS

A inserção dos dispositivos móveis digitais no jornalismo está reordenando o modo de produção nas redações. Hoje em dia, com o auxílio de aparelhos conectados a redes sem fio de Internet, é possível apurar informações e veiculá-las no tempo real dos acontecimentos.

O jornalismo móvel digital (SILVA, 2015) apresenta as tecnologias móveis como mediadoras da mobilidade informacional e física, alterando significativamente o fluxo de informações circulantes entre as etapas de produção de campo e distribuição. O profissional não necessariamente depende de uma estrutura física, como uma redação, para produzir conteúdo informacional. Com o acesso a conteúdos advindos da internet a produção do "fazer jornalístico" tornou-se mais célere e a divulgação cada vez mais imediata. O jornalista passou a agregar funções a partir da necessidade de produção multiplataforma, que antes eram atribuídas a outros profissionais, e que agora, com a praticidade dos dispositivos móveis digitais e a rapidez da internet, complementa e encaminha um só processo de produção, já que o jornalista pode se deslocar sozinho, gravar matéria ou áudio, fotografar, editar e veicular o conteúdo apenas com uso de um *smartphone* ou *tablet*, realizando todas essas atividades de forma mais ágil e, conseqüentemente, levando a informação ao público celeremente.

As tecnologias móveis digitais e as conexões sem fio se alimentam da mesma estrutura. Já é comum nas empresas jornalísticas mundiais e nacionais o uso de aplicativos de mensagens instantâneas, como o WhatsApp, para recebimento de material externo. Tais recursos se tornaram facilitadores para indicação de pautas, além de funcionarem como uma ferramenta de interação direta com o público, fazendo com que a produção das notícias deixe de ser uma exclusividade do jornalista e passe a ter

um viés colaborativo a partir do recebimento de materiais noticiosos por parte dos internautas. Silva (2015) aponta que a utilização de tecnologias móveis digitais causou reconfigurações no fazer jornalístico:

O jornalismo móvel redimensiona a produção ou o fazer jornalístico a partir da interface desse conjunto de tecnologias e de estratégias agregando mudanças e novos valores as rotinas produtivas do jornalista ou as formas de consumo e de interação mediada por dispositivos móveis (SILVA, 2015, p. 12).

Assim, apreende-se que os dispositivos móveis digitais estão sendo inseridos nas rotinas jornalísticas em um ambiente multiplataforma de produção. Contudo, ao mesmo modo em que são utilizados nas empresas comerciais, esses aparelhos também são ferramenta de construção de uma comunicação alternativa em relação aos grupos midiáticos empresariais, proporcionando uma ruptura no modelo tradicional do fazer jornalístico. É a partir dessa nova forma de fazer o jornalismo que surgem o que Silva (2015) chama de “repórteres cidadãos”, pessoas e profissionais da área que buscam oferecer um jornalismo sem fins lucrativos.

Entendemos, em nossa pesquisa, o conceito de alternativo como a opção de outra resposta para algo, ou seja, a possibilidade de mais de uma escolha. Ou ainda, o alternativo pode ser visto como o novo, aquele que surgiu a pouco e que, por ser uma opção, oferece oposição a um sistema vigente.

Trazendo tal conceito para nossa pesquisa, o alternativo é visto como a opção de um novo jornalismo, que ofereça uma narrativa contra-hegemônica aos Meios de Comunicação de Massa (MCMs), tendo por objetivo oferecer outra interpretação aos acontecimentos sociais, políticos e econômicos, diferente da interpretação oferecida pela mídia. É devido a tal característica, por posicionar-se “contra” a grande mídia (geralmente de direita), que essa narrativa, muitas vezes é associada ou possui viés de esquerda política. É sabido que, com o emprego da internet, o crescimento do jornalismo alternativo foi beneficiado, tornando-se um meio o qual oferece pontos de vista além do contra-hegemônico, pois é possível encontrar meios de direita que se declaram alternativos, MBL (Movimento Brasil Livre) é um exemplo. Porém, até chegar ao atual conceito, essa forma de resistência teve de adaptar-se ao longo dos anos.

O jornalismo alternativo surge historicamente ligado a ideologias políticas e formas de resistência. Ao longo do período imperial brasileiro (século XIX) já era possível notar a presença da imprensa alternativa através de pasquins que faziam

oposições a certas medidas tomadas pelo governo da época. Porém, foi durante a ditadura militar (1964 a 1985) que os meios alternativos assumiram caráter de contraposição. Jornais impressos como *O Opinião* e *O Movimento*, fizeram diferença em sua época ao oferecerem narrativas de resistência e objeção, publicando acontecimentos (sobretudo nacionais) que eram negligenciados pela grande mídia.

Atualmente, o jornalismo alternativo ancora-se na *web*, pois “A nova mídia desenvolve sua cobertura como um documentário ficcional cujo roteiro vai sendo escrito através das fabulações narradas pelos próprios participantes” (MALINI; AUTOUN 2013, p. 151). Desse modo, o jornalismo alternativo encontra na rede o ambiente propício para sua atuação. Além de acessível à grande parte das pessoas, especialmente aquelas que possuem dispositivos móveis digitais, a internet também permite que essa narrativa emergente se torne participativa. Um dos exemplos expostos na pesquisa é o Mídia Ninja – RN (uma célula local do coletivo Mídia Ninja Nacional) que oferece narração informacional colaborativa e alternativa, feita de maneira prática e em tempo real (na maioria dos casos) com o uso de dispositivos móveis ao invés de equipamentos técnicos.

A explanação a respeito do que é jornalismo alternativo torna-se pertinente, pois, a pesquisa tem por foco a produção audiovisual com uso de dispositivos móveis. Sendo assim, os meios alternativos de informação (optamos por um recorte às páginas de Facebook) constituem-se em exemplos. No mais, enquadramos em nossa pesquisa as páginas de Facebook que se caracterizam como narrativas informacionais ao discurso dominante. A delimitação pelas páginas de Facebook deu-se pelo fato dessa rede possuir grande alcance e significativo uso de *hiperlinkagem*⁶. Nessa abordagem, segundo Silva (2015):

As redes sociais são reapropriadas para o jornalismo nas condições de narrativas construídas diretamente dos lugares dos acontecimentos [...] Nessas circunstâncias e pelas suas características, as redes sociais são mais ágeis e perfeitamente aplicáveis à noção de jornalismo móvel na compreensão da relação jornalismo, mobilidade e lugar através de tecnologias móveis conectadas e ubíquas. (SILVA, 2015, p.35)

Sendo assim, apesar de não ser uma plataforma de notícias convencional, o Facebook é hoje um dos meios mais utilizados por aqueles que buscam informação.

⁶ Uso do hiperlink, também conhecido como link. É uma palavra, endereço ou imagem presente em conteúdos da internet que, ao ser selecionado (clicado) direciona o usuário à outra página na rede, cujo conteúdo é referente ao hiperlink.

Seja por ser uma rede social na Internet em si, facilitando a interação e fluxo de informação ou por ser um âmbito onde muitas notícias, independentemente de seu teor, circulem livremente. Dito isto, as redes sociais na Internet podem servir como fontes de notícias quando apropriadas pelo jornalismo.

PERCURSO METODOLÓGICO: CARTOGRAFIA SIMBÓLICA E APRESENTAÇÃO DOS DADOS

Conforme exposto anteriormente, a pesquisa realiza-se em duas vertentes: a análise das empresas jornalísticas comerciais, e a análise dos meios alternativos (ambos em Natal). Essas duas frentes de trabalho foram desenvolvidas ao longo da investigação levando em consideração o uso de dispositivos móveis na produção de conteúdo audiovisual e fotojornalístico que esses meios apresentavam.

A Cartografia Simbólica, proposta por Santos (2002), está sendo utilizada como metodologia principal de trabalho. A Cartografia Simbólica propõe mapear, cartografar, localizar, colher e analisar dados referentes aos aspectos sociais, culturais e políticos de uma sociedade. De forma simplificada cartografar, nesse sentido significa elaborar mapas de territórios simbólicos, modos de vida, crenças, valores aparentes nas formas visuais e perceptíveis, comportamentos, relações e vivências. Como técnicas associadas poderemos ter a aplicação de questionários, a serem definidos, a entrevista aberta e a pesquisa bibliográfica.

A partir da Cartografia Simbólica, mapeamos e localizamos os iniciais referenciais de pesquisa (empresas comerciais e meios alternativos a serem analisados nas próximas etapas). Ao desenvolver da investigação, recortes e delimitações tiveram de ser adotados para haver uma adequação metodológica aos nossos objetivos. Critérios de escolha foram levados em consideração ao selecionarmos os referenciais de pesquisa: em meio ao processo de seleção e identificação, estabelecemos contato (online) com os produtores de conteúdo dos referenciais analisados para confirmação do uso de dispositivos móveis. A pesquisa bibliográfica permeia nossa investigação desde o princípio, sendo realizada de forma sistemática – através de fichamentos, reflexões presenciais e produção deste artigo - a fim de fundamentar teoricamente a empiria da nossa investigação.

A primeira etapa e principal base da Cartografia Simbólica aplicada ao nosso campo de pesquisa constituiu-se no mapeamento dos meios comerciais e alternativos

que presumivelmente fazem uso de dispositivos móveis em suas produções. É importante salientar que fizemos um recorte em veículos de comunicação presentes em meio online. Para isso, inicialmente identificamos portais comerciais e meios alternativos (*blogs* e páginas de Facebook) e os listamos em tabelas, nas quais foram estabelecidos critérios de escolha que respondessem à seguinte questão: “o que caracteriza tal conteúdo como produzido por dispositivo móvel?”.

Inicialmente referenciando apenas as companhias jornalísticas de Natal e regiões metropolitanas, foram identificadas 16 empresas, incluindo as emissoras televisivas, jornais impressos e portais da *web*. Essa abrangência serviu para identificarmos quantas empresas existiam e operavam por todo o estado facilitando a compreensão do cenário empresarial jornalístico no estado do Rio Grande do Norte.

Sendo assim, após uma nova checagem e um novo recorte na pesquisa, foram selecionados 6 portais jornalísticos empresariais da *web* para serem monitorados (de janeiro a junho de 2017). Os portais selecionados foram: NOVO⁷; No Minuto⁸; Tribuna do Norte⁹; ¹⁰Agora RN; Portal no Ar¹¹ e G1 RN¹². Desses portais selecionados apenas 3 foram analisados nessa pesquisa; NOVO; No Minuto e Tribuna do Norte. Devido tanto a dificuldades técnicas encontradas durante o monitoramento dos portais - como a limitação de busca dos sites no qual só se pode pesquisar por palavra-chave reunindo assuntos de uma mesma temática sem seguir ordem cronológica, como no caso do (G1 RN e Portal no Ar) - quanto a problemas de carregar páginas de meses anteriores, como no caso do (Agora RN), optamos pela exclusão desses portais no primeiro levantamento e mostra de dados. Apesar disso, ressaltamos que essas empresas permanecem inclusas para etapas posteriores da pesquisa que está em andamento.

Na pesquisa dos meios alternativos, inicialmente foram pré-selecionados 42 endereços, entre *blogs*, portais e páginas de Facebook. No decorrer da investigação, podemos notar um uma redução do número de meios alternativos escolhidos, pois, como dito antes, os endereços foram pré-selecionados, ou seja, optamos por trabalhar com aqueles veículos que apresentassem os critérios estabelecidos pela pesquisa, tais como: uso constante de dispositivos móveis e conteúdo contra-hegemônico

⁷ Portal disponível em: <http://www.novonoticias.com/>

⁸ Portal disponível em: <http://www.nominuto.com/>

⁹ Portal disponível em: <http://www.tribunadonorte.com.br/>

¹⁰ Portal disponível em: www.agorarn.com.br

¹¹ Portal disponível em: <http://portalnoar.com.br/>

(alternativo). A restrição deu-se, sobretudo quando passamos a delimitar o espaço empírico ao Facebook, devido ao alcance que essa rede social na Internet possui. A partir deste ponto, selecionamos seis veículos alternativos de comunicação a serem monitorados durante seis meses (de janeiro a junho de 2017). Esses seis veículos são: Mídia Ninja – RN; Levante Popular da Juventude– RN; Frente Brasil Popular – RN; DCE – UFRN; Coletivo Foque e Movimento Passe Livre – Natal. O monitoramento consistiu em um levantamento diário das publicações feitas pelas páginas de Facebook analisadas.

Nesse mapeamento, quantificamos os números de produções diárias com uso de dispositivos móveis (quanto se produziu durante determinado dia); a que editoria pertence as publicações; e por último estabelecemos critérios de escolhas (o que caracteriza tal produção como proveniente de uso de dispositivos móveis). Os critérios mais identificados foram características tais como: qualidade técnica das imagens; qualidade técnica dos vídeos; publicações de *lives* (transmissões ao vivo via Facebook) e uso de fones de ouvido como microfone de lapela, além da reprodução de imagens advindas do WhatsApp e Facebook, no caso dos portais empresariais. Os critérios referidos aos meios alternativos e comerciais podem ser identificados nas imagens a seguir, retiradas da página Mídia Ninja – RN e do site da Tribuna do Norte. A qualidade técnica da imagem e do audiovisual bem como o uso de fones de ouvido como microfone foram características decisivas para nossa escolha.

Imagem 01 – exemplo de conteúdo audiovisual com dispositivos móveis em meios alternativos



Fonte: Mídia Ninja RN

Imagem 02 – exemplo de conteúdo audiovisual com dispositivos móveis em empresas comerciais



Fonte: Portal Tribuna do Norte

Na imagem 01, a partir da observação das imagens em movimento do vídeo, notamos uma produção feita através de dispositivos móveis digitais por causa da qualidade da imagem e uso de fones de ouvido com lapela. Já na imagem 02, que é uma captura de tela de um vídeo em um portal jornalístico, observamos a qualidade técnica reduzida da imagem, caracterizando, em nossas apreciações empíricas, uma produção de conteúdo audiovisual com ferramentas móveis para a produção.

Ao realizarmos tal monitoramento, atualizamos nosso campo de pesquisa a partir da construção de novas tabelas e recortes de escala, levando em consideração as dificuldades encontradas no percurso metodológico, tais como: em dado momento da pesquisa (que se realizou de forma online) as páginas saíram do ar à medida que se regia nas datas. Logo, quanto mais se voltava na linha do tempo (em relação às datas de publicações), menores eram as chances de conseguirmos acesso aos portais e páginas. Devido a essa dificuldade, o primeiro recorte realizado dos objetos de pesquisa foi a delimitação do período monitorado. Inicialmente pretendíamos observar as publicações de outubro de 2016 a março de 2017, porém delimitamos para janeiro de 2017 a junho do mesmo ano¹³. Neste trabalho, mostraremos os dados obtidos nos dois primeiros meses do ano.

Durante o percurso metodológico, a segunda delimitação ocorreu com a retirada de dois veículos da pesquisa, então passamos a monitorar quatro páginas. Essa exclusão

¹³ O monitoramento continua em curso no momento de construção deste artigo.

de veículos se deu ao fato de: em uma das páginas, o Coletivo Foque, apesar de ser ofertado conteúdo contra-hegemônico (alternativo), não atendia aos requisitos exigidos na pesquisa, ou seja, o uso de dispositivos móveis constante em suas publicações. A segunda página removida da empiria da pesquisa foi a Movimento Passe Livre – Natal. Sua exclusão deve-se ao fato de ser uma página considerada eventual, ou seja, não possui periodicidade constante nas publicações, atuando apenas em determinados períodos e limitando seus assuntos a questões referentes ao transporte público. Feita esta delimitação, a observação dos veículos está sendo feita atualmente em quatro páginas: Mídia Ninja – RN; Levante Popular da Juventude– RN; Frente Brasil Popular – RN; DCE – UFRN.¹⁴

Para melhor distribuição dos dados, sintetizamos as tabelas para apresenta-las no presente trabalho. Os veículos analisados estão dispostos de acordo com o mês e frequência de publicação. A seguir as referidas tabelas dos meios comerciais e alternativos:

Tabela 01 - Monitoramentos dos meios comerciais

Novo http://www.novonoticias.com/		
Mês	Período	Frequência
Janeiro	01/01 a 31/01/2017	115 produções com uso de dispositivos móveis
Fevereiro	01/02 a 28/02/2017	61 produções com uso de dispositivos móveis
No Minuto http://www.nominuto.com/		
Mês	Período	Frequência
Janeiro	01/01 a 31/01/2017	61 produções com uso de dispositivos móveis
Fevereiro	01/02 a 28/02/2017	30 produções com uso de dispositivos móveis
Tribuna do Norte http://www.tribunadonorte.com.br/		
Mês	Período	Frequência
Janeiro	01/01 a 31/01/2017	84 produções com uso de dispositivos móveis

¹⁴ <https://www.facebook.com/midianinjaRN/?fref=ts>
<https://www.facebook.com/LevanteRN/?fref=ts>
<https://www.facebook.com/FrenteBrasilPopularRN/?fref=ts>
<https://www.facebook.com/dceufrn/?fref=ts>

Fevereiro	01/02 a 28/02/2017	97 produções com uso de dispositivos móveis
-----------	--------------------	---

Elaboração própria

Tabela 02 - Monitoramento dos veículos alternativos de informação

Mídia Ninja – RN https://www.facebook.com/midianinjaRN/?fref=ts		
Mês	Período	Frequência
Janeiro	15/01 a 31/01/2017	19 produções com uso de dispositivos móveis
Fevereiro	01/02/2017 a 28/02/2017	26 produções com uso de dispositivos móveis
Levante Popular da Juventude – RN https://www.facebook.com/LevanteRN/?fref=ts		
Mês	Período	Frequência
Janeiro	15/01/2017 a 31/01/2017	4 produções com uso de dispositivos móveis
Fevereiro	01/02/2017 a 28/02/2017	10 produções com uso de dispositivos móveis
Frente Brasil Popular – RN https://www.facebook.com/FrenteBrasilPopularRN/?fref=ts		
Mês	Período	Frequência
Janeiro	15/01/2017 a 31/01/2017	1 produção com uso de dispositivos móveis
Fevereiro	01/02/2017 a 28/02/2017	8 produções com uso de dispositivos móveis
DCE – UFRN https://www.facebook.com/dceufrn/?fref=ts		
Mês	Período	Frequência
Janeiro	15/01/2017 a 31/01/2017	Sem produções com uso de dispositivos
Fevereiro	01/02/2017 a 28/02/2017	1 produção com uso de dispositivos móveis

Elaboração própria

Como apresentado na tabela 01, o monitoramento dos três portais empresariais foi realizado nos meses de janeiro e fevereiro de 2017. O uso dos dispositivos móveis na produção de conteúdo já se mostrava presente nas publicações diárias desses veículos, sendo confirmadas posteriormente por jornalistas representantes dessas empresas. Os dois primeiros meses de 2017 tiveram um maior quantitativo de casos de uso desses aparelhos móveis devido à crise no sistema penitenciário nacional ocorrida no estado do Rio Grande do Norte nas primeiras semanas de 2017; e o massivo movimento político originário das propostas para as reformas da previdência e trabalhista.

No que tange ao uso de dispositivos móveis em veículos alternativos, durante esse período, identificamos o uso de celulares, *smartphones* e *tablets* em veículos (páginas de Facebook, no caso dos meios alternativos) considerados de ideologia esquerdista¹⁵, levando em consideração o momento dos acontecimentos. Ou seja, a priori, procuramos detectar quais meios têm os dispositivos móveis digitais como principal ferramenta de produção de conteúdo audiovisual em contexto noticioso. Em alguns casos, como a página do DCE – UFRN, por exemplo, seu conteúdo especifica-se à comunidade acadêmica. Já em Mídia Ninja – RN, o quadro de produção é mais abrangente em relação ao público-alvo e conteúdos abordados.

Ao realizarmos, como primeira etapa da Cartografia Simbólica aplicada por nós, o monitoramento diário durante esses meses, constatamos a periodicidade das publicações. Todas as páginas analisadas possuíam frequência semanal, porém não era na totalidade dos casos em que as publicações provinham do uso de dispositivos móveis, no caso dos meios alternativos. Sendo assim, na tabela 02, registramos apenas a quantidade de publicações decorrentes do uso de aparelhos móveis. Um dos fatores identificados como determinantes para utilização de dispositivos móveis foi a “pauta do momento”, ou seja, um acontecimento importante que merecia ou que fosse possível realizar cobertura. Protestos de rua, manifestações ou movimentos sociais, receberam maior ênfase noticiosa nas páginas durante o momento dos acontecimentos.

Dito isto, o critério “editorial”, levado em consideração, estabelece relação direta com o critério “frequência”, do ponto de vista que: publicações de conteúdo audiovisual feitas com dispositivos móveis eram mais notáveis durante períodos em que havia movimentos sociais ou manifestações, por exemplo. Para melhor exemplificarmos: durante o período de janeiro a fevereiro, acontecimentos de relevância local e nacional, como a crise no sistema penitenciário (presídio de Alcaçuz - início do ano), ou as manifestações e atos contra a Reforma da Previdência, receberam atenção e foram noticiados por tais páginas de Facebook. Levando em consideração a análise dos meios alternativos, também foi possível identificar a pauta (por essas páginas) de questões negligenciadas pela grande mídia. Um exemplo foi o caso da inauguração da transposição do Rio São Francisco (em março deste ano).

Dessa forma, podemos responder as duas questões que guiam nossa pesquisa: "quem faz uso dos dispositivos móveis para produção audiovisual jornalística?" e

¹⁵ A ideologia esquerdista diz respeito a um posicionamento político ou partidário que tem como propósito atender aos interesses dos grupos sociais de maneira igualitária.

“como estão sendo usados esses dispositivos móveis?”. A primeira pergunta foi acima respondida ao identificarmos e considerarmos páginas (julgadas de esquerda) que ofereciam conteúdo contra hegemônico. Já a segunda é respondida ao mostrarmos dados que analisam as unidades móveis como sendo usadas tanto para distribuição como também para produção de conteúdo audiovisual noticioso, podendo narrar os acontecimentos (muitos deles negligenciados pela grande mídia) em tempo real e diretamente do local.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir dos dados incipientes expostos neste trabalho, podemos perceber que os dispositivos móveis digitais são cada vez mais inseridos na produção de conteúdo informacional, seja nos meios empresariais ou alternativos, devido a características particulares desses aparelhos, como multifuncionalidade, possibilidade de acesso à Internet e mobilidade.

Apesar de ainda não termos conclusões concretas na pesquisa apresentada, visto que se trata de um projeto de Iniciação Científica ainda em curso, procuramos apresentar os dados obtidos até esta etapa da pesquisa (abril/2017) para que possamos fundamentar teórica e sistematicamente os nossos passos metodológicos iniciais. Os dispositivos móveis digitais constituem-se em um aparelho multitarefa que, incorporado ao meio jornalístico, tornou-se requisito para o produtor de conteúdo, como instrumento de distribuição e produção.

De acordo com os passos iniciais da Cartografia Simbólica aplicada na execução da referida pesquisa, ainda não nos é possível apresentar mudanças efetivas na rotina jornalística causadas pela inclusão dos dispositivos móveis na produção de conteúdo audiovisual, porém nota-se uma incorporação cada vez mais constante dessas ferramentas tanto nos meios comerciais quanto nos alternativos. O jornalismo alternativo não surgiu a partir do jornalismo móvel, porém, é notável que este último tem sido um suporte necessário para o primeiro. Constatamos que, a partir da conclusão deste estudo, será possível identificar as transformações ocorridas não apenas na produção do fotojornalismo e conteúdos audiovisuais, mas também as mudanças na rotina de produção.

Após mapearmos e selecionarmos os referenciais de pesquisa a serem utilizados como objeto de estudo, os próximos passos da investigação possivelmente se

concentrarão na condução de visitas aos meios comerciais que possuem sede fixa e entrevistas online, no caso dos meios alternativos. O objetivo da pesquisa empírica é a confirmação dos dados obtidos pelos próprios produtores, além de identificar o cenário político-ideológico dos mesmos, sendo que todos esses fatores nos auxiliarão na análise dos dados obtidos.

Portanto, a pesquisa exposta neste trabalho, além de proporcionar aos estudantes de graduação acesso à Iniciação Científica, abre reflexões acerca do atual contexto de mercado de trabalho; sobre a introdução do uso de dispositivos móveis na produção de conteúdo audiovisual e prática da fotografia. Ao finalizada, a referente pesquisa pretende configurar-se como um referencial didático para futuras pesquisas na mesma área.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Alice Oliveira de; SILVA, Ana Carmem do Nascimento; NOBRE, Itamar de Moraes. **A prática do fotojornalismo móvel em Natal (RN)**. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste – Caruaru - PE – 07 a 09/07/2016. Disponível em: <http://www.portalintercom.org.br/anais/nordeste2016/lista_area_DT04.htm>. Acesso em: 29/04/2017.

DECRETO, **Lei N° 972 de 17 de outubro de 1969**. Dispõe sobre o exercício da profissão do jornalista. Disponível em <<http://www.camara.gov.br/sileg/integras/844543.pdf>>. Acesso em 01 de Maio de 2017.

MALINI, Fábio; AUTOUN, Henrique. **Internet e a rua: ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre: Sulina, 2013.

SANTOS, Boaventura de Souza. A crítica da razão indolente: contra o desperdício da experiência. IN: _____. **Uma cartografia simbólica das representações sociais: o caso do direito**. São Paulo: Cortez, 2002, p. 197-224.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015.