

O Jornalismo na Era Digital: Impactos Percebidos por Repórteres e Editores¹

Daniele Vieira LOPES²
Fabiano Mazzini BONISEM³
Centro Universitário Faesa, Espírito Santo, ES

RESUMO

A pesquisa discute o impacto das ferramentas digitais de comunicação nas atividades cotidianas de repórteres e editores visando responder como o aparato tecnológico, baseado nos processos de digitalização, reflete na produção jornalística e modifica a rotina dos profissionais da imprensa. Autores de períodos distintos, como Mattos (2013), Silva (2008) e Travancas (1993), evidenciam as transformações no jornalismo ao longo das últimas décadas, decorrentes da chegada das tecnologias digitais nas redações, e refletem sobre as condições de trabalho dos jornalistas. Ao analisar respostas de 21 profissionais dos veículos capixabas *A Gazeta*, *A Tribuna*, *TV Vitória*, *TV Gazeta*, *Gazeta Online*, *Folha Vitória* e *Tribuna Online*, constata-se que houve impactos significativos na produção da notícia e no fazer jornalístico.

PALAVRAS-CHAVE: Era digital; Profissional jornalista; Notícia.

1 INTRODUÇÃO

O propósito da presente pesquisa foi refletir sobre o jornalismo contemporâneo e os desafios da profissão na era digital, considerando a presença de novas ferramentas de comunicação nas atividades cotidianas dos profissionais jornalistas. A pesquisa buscou responder ao questionamento sobre o papel das tecnologias digitais no jornalismo na mudança da rotina produtiva dos profissionais da imprensa.

Desde os primeiros tempos da profissão a tecnologia está presente na atuação do jornalista, começando com a prensa de Gutenberg e, atualmente, tendo o mesmo que se adaptar em um novo modelo de atuação nas redações devido às inovações tecnológicas. Entre as mudanças nas exigências profissionais, surgem novos desafios para os jornalistas da contemporaneidade. Com ênfase ainda maior no despertar do século XXI, o jornalismo sente a necessidade da utilização de novas tecnologias de comunicação nas suas práticas, tendo em vista o surgimento de demandas emergentes tais como a interatividade, a instantaneidade e a convergência midiática.

¹ Trabalho apresentado na DT/IJ – Jornalismo do XXIV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Vitória - ES – 03 a 08/06/2019.

² Recém-Graduada do Curso de Comunicação Social – Jornalismo do Centro Universitário Faesa, e-mail: vieiraldaniele@outlook.com

³ Orientador e professor Msc. do Centro Universitário Faesa, email: fabianomazzini@uol.com.br

O final do século XX, até o momento atual, é marcado pela evolução nos processos comunicacionais da sociedade, que impactam diretamente o profissional jornalista. Devido ao cenário de mudanças, princípios básicos para a execução do jornalismo, como a produção da notícia baseada nos tradicionais valores-notícia, são questionados e passam a exigir uma adequação das rotinas anteriormente estabelecidas, em um modelo organizativo da empresa noticiosa, agora para o ambiente totalmente digital.

Além dos meios jornalísticos tradicionais, por exemplo, o impresso, a televisão e o rádio, com a era digital surgem o jornalismo na web. Uma nova plataforma de comunicação, agora na internet, exige dos jornalistas a abolição de práticas jornalísticas antigas e novos desafios para a profissão e seu relacionamento com o público consumidor. Em um novo momento enfrentado pelos jornalistas, configurado pelas exigências de mercado das empresas de comunicação e pelas mudanças tecnológicas, vão ser exigidos dos jornalistas conhecimentos específicos das novas ferramentas de trabalho.

Na era digital, o jornalismo depara-se com profundas transformações na sociedade. Nos dias atuais, o cidadão e/ou colaborador participa diretamente da produção da notícia, fator que modifica a relação do jornalista com as suas fontes. Além de o profissional jornalista enfrentar diversas transformações em sua área de atuação, conseqüentemente, o conteúdo da notícia também será profundamente modificado. As empresas de comunicação, visando atrair mais leitores e também mais publicidade, muitas vezes parecem optar em ter uma dedicação e espaço maior ao gênero entretenimento do que o informativo. Ou seja, as notícias devem passar a ser construídas para atenderem “o gosto do cliente”, em termos de suas sensações e expectativas imediatas.

Tais modificações no jornalismo obedecem à lógica de produção no âmbito de conglomerados multimídia inseridos no mercado com a estrutura do capitalismo transnacional – as empresas que produzem conteúdos jornalísticos possuem a capacidade de, mesmo quando fazem dele um produto de sucesso, reduzir o caráter social do jornalismo.

O público contemporâneo, ao procurar informação jornalística, possui um contato direto com o profissional da imprensa, além de também fornecer, exigir e participar da criação do relato noticioso de um fato. O jornalista, diante do novo

cenário, se depara, muitas vezes, com empresas jornalísticas que alimentam conteúdo para todas as suas plataformas midiáticas (televisão, rádio, impresso e web), possuindo poucos profissionais, com o objetivo de atender a muitas demandas e em um novo formato, o digital. A consequência para esse profissional, muitas vezes, acaba sendo acumular funções e atividades laborais.

Em formato de questionário, essa pesquisa, baseada em uma análise qualitativa (VICTORIANO e GARCIA, 1999), buscou investigar como vêm sendo desempenhadas e refletidas pela categoria profissional as funções de editor e repórter ao longo de três diferentes períodos – 1990 a 1999; 2000 a 2009; 2010 a 2018, totalizando quase três décadas de transformações no jornalismo. Ao todo, buscamos a percepção de 21 jornalistas (sendo 7 para cada período), dos veículos capixabas *A Gazeta*, *A Tribuna*, *TV Vitória*, *TV Gazeta*, *Gazeta Online*, *Folha Vitória* e *Tribuna Online*. A escolha dos períodos foi motivada pelo ingresso gradual do processo de digitalização das redações jornalísticas e a posterior chegada das mídias sociais no universo da comunicação. O resultado da pesquisa compreende o entendimento dos profissionais para as mudanças que impactam o jornalismo no atual cenário comunicativo e o próprio fazer profissional deles.

2 O JORNALISTA BRASILEIRO

Ainda no século XIX, Travancas (1993) ressalta que a imprensa passa ter uma perspectiva empresarial, que era inexistente até então. Os jornais, anteriormente destinados somente à política, à literatura, começam a dar espaço para as entrevistas, reportagens, crônicas e também as notícias de esporte.

Já no século XX, na década de 30, a atividade do jornalismo passa a ter um documento específico a respeito da Imprensa. O Decreto-lei nº 910 dispõe sobre a duração e condições do trabalho em empresas jornalísticas. A partir disso, passou a ser necessária a exigência de um registro que comprovasse que o jornalista “não responde a processo ou condenação por crime contra a segurança nacional”, caso contrário, seria proibida a atuação do profissional. A profissão, enfim, estava criada e reconhecida, no entanto, com forte controle do Estado.

Profissão firmada, os jornalistas encaram as rotinas de trabalho. Segundo Travancas (1993), a redação representou para o jornalista o coração do jornalismo. Esse espaço tinha a necessidade de funcionar 24 horas por dia com produção de informação

jornalística. Além da companhia dos sons das conversas altas e dos telefones e gente saindo e entrando da sala o tempo todo, os anos 90 foram marcados pela substituição das máquinas de escrever por computadores. Travancas (1993) explica que somente os jornalistas mais velhos não se adaptaram à mudança. Para eles, a redação perdeu as principais características: barulho da máquina e papéis para todos os lados, mas alguns mais experientes conseguiram aderir à nova ferramenta de trabalho. Já os jovens, agora informatizados, maior rapidez e ganho de tempo.

Na década de 90, Travancas (1993) já evidenciava os desafios do profissional jornalista. O tempo desse profissional é completamente diferente do de outros, pois se tem a impressão de que o relógio é bem mais rápido e em outro ritmo. O trabalho desse profissional não costuma seguir nenhuma rotina, o que, muitas vezes, acarreta consequências graves à saúde por conta da sobrecarga e da tensão. Travancas (1993) destaca as doenças mais comuns nos jornalistas, como úlceras, cardiopatias e outras, mediante o alto consumo de álcool e, com a chegada dos computadores nas redações, as doenças da vista apareceram também.

A profissão de jornalista tem como característica, ao longo da história, a passagem por frequentes transformações no âmbito de atuação e execução do ofício. Se, anteriormente, a chegada dos computadores e a aposentadoria das máquinas de escrever nas redações assustaram os jornalistas experientes dos anos 90, os profissionais de hoje tem como desafio de atuarem sob novas e avançadas tecnologias digitais, fundamentais para a construção e divulgação da notícia.

3 A ERA DIGITAL E O JORNALISMO

O século passado registrou bons números para a mídia impressa nacional. Por exemplo, em 1990 a média de circulação de jornais era de 4,3 milhões de exemplares, até atingir o topo, em 2000, de 7,9 milhões ao dia. De acordo com a Associação Nacional dos Jornais (ANJ) o crescimento chegou a 69,43% no período. Apesar disso, a chegada da crise foi inevitável. No entanto, no final do século XX, as empresas de jornalismo acumularam alguns prejuízos, boa parte vinda de grandes investimentos em informatização das redações e na compra de novas impressoras, um custo de cerca de 700 milhões de dólares (MATOS, 2013).

Logo na entrada do século XXI vieram as quedas de circulação de exemplares, e retração do investimento publicitário, registrando uma dívida de 10 bilhões de reais

entre as empresas de comunicação (LOBATTO, 2004). Os jornais impressos passaram a ter uma considerável queda de vendas e assinaturas em todo mundo. Entre os principais motivos estão a concorrência com meios de comunicação mais atraentes, como a TV e a internet, além da queda do hábito de leitura e do seu incentivo (MATTOS, 2013).

De acordo com o jornal *Folha de São Paulo*⁴, no período de 2000 a 2002, a circulação de revistas caiu 5% e jornais impressos 11%, já o investimento da publicidade decresceu 0,25% no mesmo período. Para especialistas, a queda está diretamente relacionada ao fato de os leitores terem acesso à informação livre na internet. Mattos (2013) aponta que a tecnologia digital permitiu que a distribuição da notícia ainda mais interruptiva e precisa, multiplicando a capacidade de transmissão de conteúdos jornalísticos.

Em meados da primeira década do século XXI, os grandes jornais tiveram que traçar alternativas de sobrevivência para a mídia impressa com o objetivo de enfrentar as decorrentes modificações impostas pelo mercado. Em 2010, o *Jornal do Brasil* foi o primeiro a lançar um jornal *online* no país e também o primeiro a deixar de circular no formato impresso e ser somente eletrônico. Posteriormente, no primeiro dia *online*, o *Jornal do Brasil* (JB) teve um crescimento de 92% na quantidade de acessos (MATTOS, 2013). No começo, o JB ofereceu, aos seus assinantes, o acesso gratuito, em seguida, o noticiário passou a ser cobrado por meio de assinatura.

Primeiro a mudar radicalmente de plataforma, o JB teve sua decisão considerada radical por muitos na época, mostra atualmente um indicador de tendência para o seguimento impresso no Brasil. O jornal do Brasil explicou que se tratava de um novo modelo de negócios, voltado para uma nova era da tecnologia e do conhecimento. Após oito anos sem circulação, ou seja, desde 2010, o JB surpreende com a reestrela da versão impressa, no Rio de Janeiro, em um formato *standard* e, de acordo com o próprio jornal, sem foco em publicidade e assinatura. Entretanto, em 2019, o jornal anunciou que voltou a ser apenas online.

A passagem para o digital também provocou transformações na produção jornalística. A tecnologia digital contribuiu para que a informação fosse processada, em alto grau de exatidão e na facilidade de armazenamento e recuperação de informações, reduzido os gastos de produção dos veículos (MATTOS, 2013).

⁴LOBATO, Elvira. **Mídia nacional acumula dívida de R\$ 10 bi**. Folha de S. Paulo, São Paulo, 15 fev. 2004. Acesso em: 05 set. 2018. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi1502200416.htm>>

A passagem para o digital também provocou transformações na produção jornalística. A tecnologia digital contribuiu para que a informação fosse processada, em alto grau de exatidão e na facilidade de armazenamento e recuperação de informações, reduzido os gastos de produção dos veículos (MATTOS, 2013).

A era digital chegou também para a televisão, começando pelo aparelho de celular que, antes, possibilitava somente o acesso de músicas, agora recebe a portabilidade e sinal da TV digital (MATTOS, 2013). Com essa transição do analógico para a TV Digital, tem-se o objetivo de atrair cada vez mais a atenção do público e no processo de reestruturação no mercado como um todo. Isso contribui para restabelecer as relações com as radiodifusoras, operadoras de telecomunicações, consumidores e, mais à frente, aproveitar um novo modelo de negócios gerado a partir dessa nova proposta. O rádio também vem sofrendo mudanças por conta da tecnologia digital e a convergência multimídia, ele que também se encontra na fase de transição do analógico para o digital.

Já no século XXI, a internet alcançou um bilhão de pessoas no mundo, sendo seguida dos aparelhos móveis, com a previsão de chegar a 10 bilhões de unidades antes de 2020 (ARARIPE E; EMILIÃO, M; ROSENBERG, C, 2015). Como consequência, todas as outras plataformas das mídias convencionais então passaram a viver num contexto de redefinição para se adaptarem à nova realidade, já que o cidadão contemporâneo passa a consumir notícia de forma diferente, pois agora tem-se uma nova mídia *online*.

Se, anteriormente, tudo era via de mão única, ou seja, poucas emissoras (os jornais, capazes de custear uma estrutura de impressão e distribuição, ou rádios e TVs, possuidores das redes transmissoras e da exploração da concessão de radiofrequências), agora, no século XXI, essa estrutura foi completamente modificada (ARARIPE E; EMILIÃO, M; ROSENBERG, C, 2015). Na atualidade, existe uma infinidade de leitores, telespectadores, ouvintes e internautas a procura de algum conteúdo, pois o jornalismo numa nova plataforma, a internet, é capaz de circular várias informações e em qualquer formato com maior rapidez e custo de operação muito menor. Por conta dessas “facilidades” de divulgação de todos os tipos de conteúdo é deflagrada uma crise na área de comunicação – principalmente no impresso. Entretanto, surge também um novo cenário de possibilidades para investimentos das empresas de comunicação.

Com a revolução digital também veio uma nova plataforma que possibilita a circulação de informação em qualquer formato possível, a internet. Agora, esse novo formato oferece ao mercado uma série de novidades e modelos de negócios e valores. O primeiro exemplo de mercado de comunicação atuante é o *Google*. Desde 2001, o *Google* possibilitou a introdução de modelos de anúncios que somente ao serem clicados renderiam muito lucro. Isso remete para o novo formato de comunicação.

Outras plataformas digitais com modelo semelhante são usadas no jornalismo, as redes sociais. Elas possibilitam distribuição de conteúdo que, por meio da interação entre seus usuários, depois estabelecem perfis específicos de público sob medida e sendo repassados para o anunciante. Agora, a imprensa tem duas preocupações inquietantes, provenientes da era digital: as marcas jornalísticas não terem total controle sobre qual conteúdo será feito e exibido aos usuários; o mesmo ocorre em relação ao efeito que elas terão (ARARIPE E; EMILIÃO, M; ROSENBERG, C, 2015).

Com a explosão de acesso, essas novas redes de comunicação fizeram com que as mídias tradicionais refletissem sobre produção e disseminação de conteúdo. Segundo Araripe, Emilião e Rosenberg (2015), as empresas de comunicação necessitam se adaptar aos processos de comunicação de antes e aos processos atuais para não “naufragar nesse oceano digital”.

A imprensa tradicional, mesmo com a transição de seu conteúdo para a plataforma digital e, tendo um aumento considerável de audiência, vive sob uma crise financeira decorrente da queda no faturamento publicitário e de público nas plataformas convencionais. É evidente que o que funcionava muito bem anteriormente está sendo ameaçado, abrindo espaço para um novo modelo de negócios e estratégia (ARARIPE E; EMILIÃO, M; ROSENBERG, C, 2015).

Ainda na contemporaneidade, os jornalistas enfrentam mudanças drásticas na atuação da profissão quando se compara ao modelo anterior, que, até então, era considerado um padrão de sucesso, mas que não se adequa às necessidades atuais do novo formato de consumo de notícias. Um dos principais responsáveis pela exigência de mudança de comportamento do jornalista é de ordem tecnológica e de expansão da internet e também dos equipamentos de altíssima qualidade no setor audiovisual, tudo isso reduz os custos de produção e aumenta a qualidade (FONSECA; KUHN, 2009).

As empresas de comunicação em atividade nessa nova mídia, a internet, têm características cada vez mais multimídia e, com isso, a exigência delas é também ter um

profissional que se adequa à nova realidade e atue ainda mais de forma multimídia. Por conta das novas exigências profissionais, o tempo e espaço no trabalho se modificam por completo. Passa ser com um profissional da área de comunicação exercer muito mais horas de trabalho do que o planejado no contrato e sem nenhuma remuneração extra.

O impacto da tecnologia digital está afetando diretamente a área do jornalismo e também o papel do jornalista, provocando uma necessidade de mudança nas áreas de atuação desse profissional, cujo papel é passar informação à sociedade cada vez mais dependente de algum processo de mediação nas plataformas digitais. O profissional jornalista tem como desafio atuar com ética e responsabilidade em uma geração com cada vez mais liberdade e participação.

4 A PRODUÇÃO E A DIVULGAÇÃO DA NOTÍCIA HOJE

O desafio da construção da notícia no ciberespaço ainda é o da capacidade de atingir um maior número possível de audiência com máximo de eficácia, no menor custo. As publicações ciberjornalísticas possuem, também, outro dilema, segundo Schwingel (2008), com as redes de telecomunicações, sistemas integrados e as múltiplas plataformas, o que pode paralisar é uma possível restrição para o conteúdo chegar a diferentes públicos. Para o cibermeio ter um retorno financeiro significativo, posicionamento mercadológico, estratégias de negócios bem estabelecidos, ação e inserção social, há a necessidade de planejar e programar a notícia seguindo um modelo de circulação prévio.

Segundo Schwingel (2008), quando o jornalista passa a ter informações à sua disposição, logo precisa selecioná-las e elaborar sugestões de pauta. Todas as informações são checadas conforme a critérios de noticiabilidade e valores-notícia, depois disso, é delimitado o foco da notícia que é considerada diante a linha editorial do veículo. Com as pautas em mãos, o jornalista pode, então, verificar e chegar a veracidade das informações, entre outras funções do repórter ciberjornalista.

Schwingel (2008) considera outros fatores essenciais a uma produção de pauta, por exemplo, a utilização de metadados. Um sistema de busca inteligente nos bancos de informação da própria organização e um sistema tecnológico que compreende a web 2.0. A autora adverte ainda que a grande disponibilidade de informação na internet pode dificultar o acesso de fontes confiáveis.

Outros desafios dos jornalistas que trabalham na mídia digital estão na contextualização da informação e composição, de forma decrescente, a hierarquia de importância para as notícias (FERREIRA, 2010). A autora alerta que é fundamental que o profissional digital tenha um raciocínio rápido, conceito de instantaneidade – pois auxilia no constante “fechamento contínuo” – ter familiaridade com aplicativos de tratamento de imagens, principais redes sociais. Todo esse conhecimento colabora na construção da notícia numa redação digital.

Silva (2008) informa que as ferramentas que a internet disponibiliza entraram de vez para as práticas no cotidiano de trabalho dos jornalistas, sendo ela como fonte de informação ou como meio de contato com elas. A consequência dessa difusão é que o trabalho do jornalista tende estar cada vez mais solitário.

Apesar de mudanças em atividades até então tradicionais para os jornalistas, isso não banaliza a profissão. A relação com o repórter também se modificou nessa nova era. O poder de comunicação se expandiu, o que torna um grande desafio para o jornalista, especialmente para a tarefa de seleção da informação e a credibilidade do interlocutor. Com o crescimento dos computadores nas redações e celulares, ocasiona uma menor frequência às entrevistas cara-a-cara e telefônicas. Sendo preferência entre repórter e fonte, a ferramenta “e-mail”, caixa de mensagens e redes sociais. Mas Silva (2008) adverte que com tantas transformações diante a publicação de uma notícia, exige uma nova formação aos profissionais jornalistas, de modo que auxiliem a se adaptarem às novas ferramentas tecnológicas, tendo a certeza de que o modo empresarial também vai se modificar.

5 OS SUJEITOS DA PESQUISA

O público-alvo da pesquisa foram os jornalistas repórteres e editores. De acordo com a regulamentação profissional em vigor, o editor é responsável pela coordenação, planejamento e supervisão de áreas ou setores específicos dentro de um veículo de comunicação. Já o repórter é aquele que colhe informação, organiza e redige a matéria. A pesquisa procurou investigar qual a percepção que repórteres e editores conseguem realizar diante das transformações que a rotina profissional experimentou a partir do processo de digitalização da atividade ao longo de quase três décadas.

A pesquisa, no modelo de questionário, buscou ouvir profissionais jornalistas nas funções de repórteres e editores que atuam nos veículos de comunicação do Espírito

Santo, para conhecer as novas tecnologias aplicadas ao jornalismo e compreender como esses profissionais estão atuando sob o efeito delas. Para essa finalidade, discutir o aparecimento de novas atribuições na rotina dos jornalistas e, também, analisar como as mudanças tecnológicas trazem novas exigências do público em relação ao produto jornalístico, foram imprescindíveis para a posterior avaliação dos desafios do jornalismo frente às inovações provocadas na rotina da produção jornalística.

Para a coleta de dados foi enviado aos editores e repórteres, previamente contatados, um questionário formado por onze questões, sendo 6 fechadas e 5 abertas. Para proteção da privacidade do profissional, e maior confiabilidade nas informações repassadas pelos jornalistas, foi descartada a necessidade de identificação.

Ao todo, analisamos o questionário retornado por 21 jornalistas, sendo 7 para cada período demarcado, com proporcionalidade das funções pesquisadas, de forma a estabelecer um equilíbrio mínimo na composição da amostra. Foram ouvidas profissionais dos veículos *A Gazeta*, *A Tribuna*, *TV Vitória*, *TV Gazeta*, *Gazeta Online*, *Folha Vitória* e *Tribuna Online*. Por fim, reforçamos que a pesquisa se limitou às funções de editor e repórter tendo em vista o seu objetivo inicial traçado.

A análise consistiu na seleção de dados, na interpretação e na explicação das respostas de jornalistas dos três momentos cronológicos. Para efeito do relato de dados, evitando repetições desnecessárias e cansativas para o leitor, chamaremos adiante os períodos nos quais os pesquisados atuam da seguinte forma: *grupo 1* (década de 1990 ou antes, compreendida entre 1990 e 1999); *grupo 2* (década de 2000, compreendida entre 2000 e 2009); *grupo 3* (década de 2010, compreendida entre 2010 e 2018).

Selecionados esses três momentos do jornalismo, temos a década de 1990 (ou antes) a 1999, sendo um período que entra o computador e é aposentado o som das máquinas de escrever. Diante das análises das respostas abertas, de acordo com os jornalistas do *grupo 1*, nesse período o tempo de apuração e checagem das informações, antes da publicação, eram maiores. Havia ainda o contato direto com a fonte de informação; o jornal impresso era mais valorizado; havia maior interação entre os jornalistas/colegas de trabalho. A categoria, independentemente de veículos, era mais unida.

Em segundo, de 2000 a 2009, quando a internet é inserida nas redações e exige a partir disso uma renovação na área de comunicação e abre uma nova realidade no processo de construção da notícia, a partir da dinâmica da interatividade, da ampliação

das fontes, do conhecimento dos fatos noticiáveis e da dinâmica de sua divulgação. Os profissionais dos *grupos 1 e 2* relatam a maior velocidade da produção e divulgação das notícias. Se, anteriormente, os veículos impressos seguiam “a reboque” da televisão, ou seja, aguardavam o noticiário televisivo, hoje essa importância é bem menor. A cobertura factual no jornalismo impresso passou a ter sua relevância redimensionada, uma vez que as informações se tornam disponíveis nos veículos *online* quase que instantaneamente.

Já os anos de 2010 a 2019 foram marcados pela chegada das redes sociais como alternativas de mídias para o jornalista e o aprofundamento das novas possibilidades de narrativas profissionais no ambiente do jornalismo em rede, bem como na maneira pela qual esse ambiente ressignifica os processos produtivos do chamado jornalismo convencional. Segundo os jornalistas dos *grupos 1, 2 e 3*, o período é marcado com a popularização das tecnologias e, principalmente, o fato de o público também ser “produtor de conteúdo”. Os leitores passaram a ter maior influência na definição de pautas, uma vez que após divulgação de uma reportagem há repercussão nas redes sociais (pautas consideradas machistas, por exemplo, são imediatamente alvo de críticas contundentes); integração do jornalismo de diversas mídias; criação da figura do repórter multimídia, que faz textos, fotos, vídeos e infográficos para o *online*, conseqüentemente, a profundidade nas matérias é abalada. A qualidade da informação fica prejudicada em detrimento da velocidade da divulgação ou número de *views*. Menor presença do repórter nas ruas e aumento significativo na quantidade de *fake news*, sempre de acordo com as respostas obtidas pela análise das questões abertas.

6 DISCUSSÃO E RESULTADOS

Depois da aplicação do questionário e avaliadas as respostas dos jornalistas nos três diferentes períodos (1990 a 1999; 2000 a 2009; 2010 a 2018), foram montados os seguintes perfis: *grupo 1* = 3 editores e 4 repórteres, no total de 7; *grupo 2* = 2 editores e 5 repórteres, total de 7; *grupo 3* = 2 editores e 5 repórteres, também no total de 7 profissionais. O total geral é formado por 21 jornalistas. Em relação ao gênero dos profissionais, as mulheres representam a maioria, sendo 52,4%, e os homens 47,6%.

As respostas desses profissionais, nas três diferentes décadas, que, no total, conclui-se que, para todos eles (100%), as funções de editores e repórteres foram modificadas devido à introdução de tecnológicas digitais de informação e comunicação.

Consequentemente apresentam-se as seguintes situações na produção de notícias e no fazer jornalísticos:

Diante da análise das respostas, percebe-se que a questão da maior velocidade, tanto na produção e/ ou na divulgação das notícias, é considerada o principal motivo do aumento do imediatismo (61,9%). Outro aspecto do jornalismo atual é o novo formato de apuração e checagem das informações, que está mais rápida e com menor possibilidade de checagem (38,1%). Alguns jornalistas (14,2%) também apontaram que existe uma constante entrada de aparelhos digitais para auxiliar na execução do trabalho do jornalista. Como consequência, passou-se ter maior contato com leitores e, esses mesmos, passaram a ter maior influência nas definições de pauta.

Uns (23,8%) ponderam sobre a ocorrência da convergência de mídia, ou seja, a integração do jornalismo com diversas mídias em apenas uma reportagem, podendo ter vários elementos, como áudio, fotos, vídeos, dados, etc. Mas ressaltam que o repórter multimídia precisa produzir conteúdo para várias plataformas, fazendo com que o jornalista não se aprofunde em nenhum deles, com o risco de a matéria perder em profundidade e contextualização. Outros profissionais (9,5%) confirmam as mudanças de consumo de notícia e enfatizaram a necessidade da imprensa se relacionar com as redes sociais. Em contrapartida, (14,2%) alertaram sobre o aumento do risco de divulgação de informações falsas ou mal apuradas e/ou *fake news*.

Em relação ao ingresso de tecnologias na rotina de trabalho de editores e repórteres, também foram oferecidas alternativas para que pudessem escolher as maiores influências na rotina de trabalho.

Os editores do *grupo 1*, destacaram o “aumento do estresse” (100%), já para os repórteres do mesmo período, a “maior interação com o público” é mais evidente (100%). Para os editores *grupo 2*, o destaque foi “maior facilidade de trabalho” (100%) e o “aumento do acúmulo de funções” (100%). Os repórteres, do mesmo período, também destacam uma “maior facilidade de interação com o público” (100%). Para o *grupo 3*, os editores destacaram mais recorrente o “aumento do acúmulo de funções” (100%). Já, para os repórteres (100%), assim como os de todas as outras duas décadas, as tecnologias digitais possibilitaram uma interação com o público inexistente até então.

Essas mesmas tecnologias inseridas na rotina do trabalho de editores e repórteres desenvolveram impactos na prática de suas funções, sendo positivas ou negativas. Em relação aos editores dos *grupos 1 e 2*, a maioria evidencia que elas contribuem com o

“melhor desempenho na função” (100%). Já para *grupo 3* (os mais jovens), ocorreu, ao mesmo tempo, um “melhor (50%) e um pior (50%) desempenho na função”. Analisando os repórteres, nos *grupos 1, 2 e 3*, o “melhor desempenho na função” (61,9%) é mais evidente perante a chegada das tecnologias digitais, o que explica a constante entrada de novos aparelhos nas redações jornalísticas.

Diante das mudanças ao longo dos 29 anos analisados, os jornalistas citam o que, independentemente da chegada de um “novo modo de fazer jornalístico”, dever ser preservado: a apuração e a checagem de qualidade (38,1%), relação de confiança e compromisso com a fonte (19%); a “ética” (9,5%); informações verídicas (9,5%); definição de funções (4,7%); além da constante presença dos repórteres nas ruas (4,7%) – não tão comum nos dias atuais.

Agora, sobre o futuro do jornalismo diante das tecnologias e formas de consumo da notícia, editores do *grupo 1* (66,6%), sendo mais experientes, se mostram mais pessimistas. Ao contrário dos *grupos 2* que apresenta-se mais otimista (10%). Mas, os mais jovens, do grupo 3, todos (100%) se mostram pessimistas. Agora os repórteres dos *grupos 1 e 2* (75%) demonstram otimismo em relação ao futuro do jornalismo. Entretanto, os repórteres do *grupo 3* (75%) apresentam-se mais pessimistas e confusos diante das expectativas futuras, não sabendo, muitas vezes, opinar sobre as mudanças provocadas pelas tecnologias digitais. Essa reação encontra respaldo no fato de ter a nova geração já surgida a partir do jornalismo digital.

Conforme o resultado da pesquisa é possível observar que os jornalistas (repórteres e editores) destacaram algumas alterações mais aparentes de acordo com os anos de experiências profissionais diante da constante entrada de novas tecnologias. Os mais experientes (85%) valorizam as maiores possibilidades de interações existentes nos dias atuais, seja entre profissionais ou leitores que também contribui na maior facilidade de trabalho. Mas, alertam que o “aumento do estresse” e a “redução do tempo de elaboração do produto final” tornaram se mais frequentes. Já para o *grupo 2* (57%), as tecnologias digitais beneficiam na “maior qualidade no produto final”, entretanto ocasionou um “aumento de acúmulo de função”. Os mais jovens (42%), enfatizam que apesar da maior facilidade de trabalho, dita pelos mais velhos, houve uma considerável redução do número de jornalistas atuando como repórter ou editor nas redações.

CONCLUSÃO

Contemplando vinte e um jornalistas, nas funções de editor e repórter, de três diferentes décadas – 1990, 2000 e 2010 -, concluo que a rotina da profissão de jornalista mudou devido à introdução das novas tecnologias de informação e comunicação. Mudou e está sendo permanentemente observada pelos jornalistas. Diante disso, diversas consequências acompanharam (e ainda acompanham) o ritmo de transformações nesses vinte e nove anos da análise, sendo muitas delas irreversíveis.

Diante das duas funções analisadas, editores e repórteres tiveram suas atividades, definidas pelo decreto-lei 83.284/79, totalmente modificadas. Anteriormente, o repórter era um profissional que ia para a rua apurar as informações, de volta à redação, redigia a matéria. Com a entrada das tecnologias digitais esse cenário torna-se incomum, já que as redes sociais facilitam a abordagem com as fontes. O editor era chefe de editoria, responsável pelas matérias publicadas e o espaço a elas destinado. Atualmente, há infinitas possibilidades de espaço para divulgação da matéria em um tempo curto e um público mais participativo.

A principal transformação do jornalismo da era digital, e que foi mais enfatizada por repórteres e editores, é “a velocidade da informação”, sendo a grande responsável pela dificuldade de profundidade nas matérias jornalísticas, o que as tornam mais superficiais e descontextualizadas. Outra questão levantada por eles também foi a entrada de dispositivos digitais que facilitam o desempenho no trabalho, mas, em contrapartida, veio também o acúmulo de funções, por exemplo, o caso do profissional multimídia – escreve, filma, edita, etc.

Assim, com a chegada das redes sociais, a apuração fica mais próxima virtualmente e mais distante dos encontros presenciais, característica fundamental para o exercício da atividade jornalística no passado. Tanta facilidade de produção e divulgação que, como um reflexo perverso do nosso tempo, as notícias falsas passaram a ser cada vez mais uma ameaça.

Sobre características do jornalismo realizado antes do ingresso das novas tecnologias, que deveriam ter sido preservadas até os dias atuais, editores e repórteres enfatizaram que gostariam de um tempo maior para apuração, total veracidade das informações e aproximação com as fontes e personagens.

Em relação ao futuro do jornalismo, diante de constantes transformações tecnológicas, a maioria (57%), se mostrou otimista, já 33% se dizem pessimistas e 9,5% não sabem avaliar. Ou seja, uma profissão cada vez mais dependente da tecnologia

conforta pouco mais da metade dos entrevistados, independentemente de suas funções e períodos analisados, ao mesmo tempo em que assusta quase a outra metade. Diante da complexidade dos cenários que o estudo revelou, entendemos que o presente artigo inicia uma discussão sobre o problema de pesquisa colocado inicialmente, o que merecerá novas abordagens e aprofundamentos no decorrer do seu trato acadêmico.

REFERÊNCIAS

COMUNICAÇÃO na era digital. **Revista Instituto Arapiáu**. São Paulo, Abril. 2015. Disponível em: <<https://bit.ly/2V8O03K>> Acesso em: 04 abril, 2018.

FERRARI, P. **Jornalismo Digital. Jornalismo On-line**. São Paulo: Contexto, 2010.

FONSECA, V. P. S. KUHN, W. L. **Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional**. Rio Grande do Sul. Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação | Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2009. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/11053>> Acesso em: 26 mar. 2018.

GONSALVES, E. **Iniciação à Pesquisa Científica**. Campinas, São Paulo: Alínea. 2001.

MATTOS, Sérgio. **A Revolução Digital e os Desafios da Comunicação**. Cruz das Almas, Bahia: UFRB, 2013. Disponível em: <<file:///C:/Users/daniele.lopes/Downloads/a%20revolucao%20digital%20e%20os%20desafios%20da%20comunicacao.pdf>> Acesso em: 07 maio, 2018.

SÁ, Adísia. **O jornalista brasileiro**. Ceará: Fundação Demócrito Rocha, 1999.

SCHWINGEL, C. **Sistemas de produção de conteúdo no ciberjornalismo**. 2008. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) - Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia. 2008.

SILVA, S. **As fontes jornalísticas na era digital: relações e encenação**. 2008. Monografia (Especialidade: Informação e Jornalismo) – Universidade do Minho: Instituto de Ciências Sociais, Gualtar, Portugal. 2008.

TRAVANCAS, I. **O Mundo dos Jornalistas**. Rio de Janeiro: Summus Editorial, 1993.

VICTORIANO, B. A. D; GARCIA, C. C. **Produzindo Monografia**. São Paulo: Publisher Brasil. 2013.