

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARÁ
INSTITUTO DE LETRAS E COMUNICAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO COMUNICAÇÃO, CULTURA E AMAZÔNIA
MESTRADO ACADÊMICO EM CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO

VALÉRIA DOS SANTOS DO NASCIMENTO

**UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DO FAZER JORNALÍSTICO E SUA
RECONFIGURAÇÃO DIANTE DAS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS**

BELÉM
2021

VALÉRIA DOS SANTOS DO NASCIMENTO

**UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DO FAZER JORNALÍSTICO E SUA
RECONFIGURAÇÃO DIANTE DAS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
Comunicação, Cultura e Amazônia, da Universidade
Federal do Pará, como requisito parcial à obtenção do
título de Mestra em Ciências da Comunicação.
Linha de Pesquisa: Comunicação, Cultura e Socialidades
na Amazônia.

Orientador: Prof. Dr. Fábio Fonseca de Castro

BELÉM
2021

Dos Santos do Nascimento, Valéria.

Uma análise da experiência do fazer jornalístico e sua reconfiguração diante das mudanças tecnológicas / Valéria dos Santos do Nascimento, 2021.

Orientador: Fábio Fonseca Castro.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Pará, Instituto de Letras e Comunicação, Programa de Pós-Graduação Comunicação, Cultura e Amazônia, Belém.

1. Fazer Jornalístico. 2. Jornalista. 3. Heidegger. 4. Ser-aí / Dasein. 4. Novas Tecnologias.

I. Título.

VALÉRIA DOS SANTOS DO NASCIMENTO

**UMA ANÁLISE DA EXPERIÊNCIA DO FAZER JORNALÍSTICO E SUA
RECONFIGURAÇÃO DIANTE DAS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação
Comunicação, Cultura e Amazônia, da Universidade
Federal do Pará, como requisito parcial à obtenção do
título de Mestra em Ciências da Comunicação.

Data de avaliação: _____

Conceito: () Aprovada () Reprovada

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Fábio Fonseca de Castro

Profa. Dra. Marina de Castro

Prof. Dr. Márcio Souza Gonçalves

BELÉM
2021

Para o meu neto Théo, por tudo que ele representa para mim.

AGRADECIMENTOS

Abro meus agradecimentos registrando minha dívida especial ao meu parceiro de vida, Edir Gaya, que sempre esteve ao meu lado nessa trajetória de retorno à Universidade, com ensinamentos e atenção. Ele nunca deixou de acreditar em mim e de manifestar orgulho, mesmo quando eu não merecia nada disso.

Obrigada, Professor Fábio Castro, orientador deste projeto, nem tenho palavras para agradecer seu vasto conhecimento e gigantesca generosidade. A viabilidade deste estudo só foi possível porque você se dispôs a acreditar e a me ajudar. Muitíssimo obrigada. Gratidão ao Universo por ter feito nossos caminhos se encontrarem ainda nos bancos de madeira do famoso “Bloco do Básico”, do campus da UFPA, no Guamá, nos idos 80.

Obrigada, minha filha Manuela, por incentivar a minha ousadia de voltar a estudar e por ser tão companheira até o final dessa aventura, sem falar nas correções da ABNT.

Desdobro meus agradecimentos a meu pai Fernando Farias do Nascimento (*in memoriam*) e à minha mãe Walda Nascimento por terem me lançado ao mundo, como um Dasein, um Ser-aí, como somos todos nós, mas sem largar a minha mão até o fim, o que me ajuda a levantar quando caio diante da facticidade da vida.

Por fim, só me resta manifestar a meus amigos e companheiros da Turma PPGCOM 2019, que junto comigo enfrentaram essa responsabilidade difícil de escrever uma dissertação de Mestrado vendo familiares e amigos queridos partirem lutando pela vida nesta pandemia da covid-19, a todos o meu sincero desejo para que se mantenham fortes, saudáveis e lúcidos, tratando de fatos e de realidades com afeto onde quer que daqui para a frente façam suas novas trajetórias.

Certamente, não posso encerrar sem estender meus agradecimentos às Professoras Vânia Torres e Rosaly Brito, do Programa, que contribuíram para esta minha formação com os debates em sala de aula, leituras e conversas partilhadas, em especial.

Registro meu agradecimento também à Dyjane Amaral, minha chefe na Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Mineração e Energia do Pará (Sedeme), que me liberou do trabalho, antecipando as férias, em agosto de 2018. Foi naquela pausa do serviço que tudo começou a ser escrito, reescrevendo a minha formação educacional.

A todos, gratidão eterna!

“Não existe possibilidade de sobrevivência humana sem que haja homens dispostos a dizer o que acontece e que acontece porque é”.
(Hannah Arendt)

RESUMO

Esta pesquisa procura compreender o fazer jornalístico, a partir de quem se ocupa da atividade profissional afetada pelo acelerado processo de tecnologização da comunicação. Nossa reflexão se dá por uma abordagem hermenêutica do fenômeno da comunicação midiática, que envolve a atividade jornalística, interpretada sob o pensamento do filósofo Martin Heidegger, em sua analítica existencial do Dasein, o Ser-aí que inevitavelmente é um Mitsein, o Ser-com-outros e a questão da técnica. Também acrescentamos autores, como Muniz Sodré (2015), Fábio Castro (2013, 2015, 2016, 2017), Francisco Rüdiger (2014), José Salomão D. Amorim (2012), entre outros. O objetivo central é refletir sobre o fazer jornalístico contemporâneo, a partir da compreensão dos jornalistas sobre as práticas, de modo a entender como tornam possível tanto o legado social do ofício - o direito à informação -, quanto o atendimento aos novos hábitos de consumo de notícias em decorrência da propagação do uso de tecnologias digitais. Como metodologia para a discussão proposta, fez-se uma observação participante e entrevistas com profissionais que atuam para o jornal impresso O Liberal e o portal OLiberal.com, em Belém, entre os anos de 2019 e 2020. As informações e dados levantados são expostos a partir das constatações dos profissionais e de como eles elaboram caminhos para a atuação, confrontando empiria e teoria. Antecipadamente, é possível argumentar que há jornalisismos em curso, sim, no plural, pois que o ofício, dependendo dos recursos investidos e da cultura das empresas, tem práticas diferenciadas na atualidade. No caso desta pesquisa, a prática observada reconfigura a rotina até então estabelecida, impactando, em grande parte, na capacidade do próprio jornalista de manter preceitos clássicos da profissão, frente às pressões da desenfreada concorrência de mercado.

Palavras-chave: Jornalista. Fazer jornalístico. Heidegger. Ser-aí / Dasein. Novas Tecnologias.

ABSTRACT

This research seeks to understand the journalistic work, from the perspective of those who deal with the professional activity affected by the accelerated process of communication technology. Our reflection takes place through a hermeneutic approach to the phenomenon of media communication, which involves journalistic activity, interpreted under the thought of the philosopher Martin Heidegger, in his existential analysis of Dasein, the Being-there that is inevitably a Mitsein, the Being-with -others and the matter of technique. We also added authors such as Muniz Sodré (2015), Fábio Castro (2013, 2015, 2016, 2017), José Salomão D. Amorim (2012), among others. The central objective is to reflect on contemporary journalistic practice, based on the journalists' understanding of practices, in order to understand how they make possible both the social legacy of the profession - the right to information - and the service to the new consumption habits of news due to the spread of the use of digital technologies. As a methodology for the proposed discussion, we used participant observation and interviews with professionals who work for the printed newspaper O Liberal and the portal OLiberal.com, in Belém, between 2019 and 2020. The information and data collected are exposed based on the professionals' findings and how they develop paths for action, confronting empirical and theory. In advance, it is possible to argue that there are journalisms in progress, yes, in the plural, since the profession, depending on the resources invested by companies and editorial guidelines, has different practices nowadays. In the case of this research, the observed practice reconfigures the routine established until then, impacting, to a large extent, on the journalist's own ability to maintain classic precepts of the profession, in the face of the pressures of unbridled market competition.

Keywords: Journalists. Journalistic practice. Being-there / Dasein. New technologies.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
	1.1 Enquanto pergunta, ele é.....	12
	1.2 O Ser-aí, o trabalhador da notícia, o Mitsein.....	15
	1.3 Sobre Poder Ser e Deixar de Ser.....	18
	1.4 Sobre o que se vê, ouve e diz.....	20
2	PERSPECTIVA HISTÓRICA DO JORNALISMO.....	26
3	A QUESTÃO DA TÉCNICA, UMA OBSERVAÇÃO DIRETA.....	32
	3.1. Sobre novos fazeres jornalísticos.....	40
	3.2. Sobre as práticas e o falatório.....	46
	3.2.1. Falatório.....	48
	3.3 Entre a Tradição e a Instabilidade.....	55
	3.4 Jornalismo e Novos Sentidos no ar.....	59
	3.5 Breves notas sobre o trabalho durante a pandemia.....	65
4	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	69
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	73
	ANEXOS.....	75

1. INTRODUÇÃO

As pesquisas em curso no campo do fazer jornalístico têm levantado novas questões teóricas e novos fenômenos empíricos impostos pelo processo de tecnologização da informação. O jornalismo é um negócio desde sua origem, mas também é uma estrutura profundamente vinculada à luta pelos direitos civis – sobretudo o direito à livre informação - nascidos dos ideais das lutas revolucionárias burguesas nos séculos 18 e 19. Trata-se, ainda, o jornalismo, de um conjunto de técnicas e uma profissão que sempre lidou com as transformações tecnológicas. De acordo com Amorim (2102), no decorrer do tempo, é próprio do jornalismo e da comunicação acompanharem as mudanças de ordem tecnológica e elas são contínuas. Em certos momentos essas mudanças são ainda mais velozes e intensas, da invenção da escrita à prensa por Gutenberg, na década de 1430, (século XV), à formatação industrial de seu modo de produção ocorrida no século 20, a atividade jornalística - produção de informações e notícias - passou pelas mais variadas transformações. Na contemporaneidade, com a internet, estamos vivendo mais um desses momentos. Sob o impacto das novas tecnologias, o jornal impresso luta para se manter como impresso ou na web; o webjornalismo procura se consolidar como negócio; o exercício da profissão entre o jornalismo clássico e o digital é nitidamente diferenciado em aspectos práticos e teóricos e refletir sobre como essas diferenças repercutem na compreensão dos próprios profissionais, buscando encaminhamentos para o ofício, é o propósito deste trabalho.

Temos visto uma grande quantidade de trabalhos acadêmicos a partir de conceitos originários da aceleração tecnológica, como jornalismo móvel, mobilidade, redes sociais, entre outros temas, e aspectos teóricos que exigem, cada vez mais, bases metodológicas e teóricas atualizadas para dar conta da complexidade dos fenômenos e objetos. Em maio de 2021, para tentar captar os cenários das transformações no jornalismo, 12 programas de pós-graduação da área (UFC, UEPG, UFRR, USP, UFMG, UFPI, UFMS, UFPB, UFMT, UFG, UFMA, UFS) se articularam para oferecer a disciplina ‘Transformações no mundo do trabalho do (a)s jornalistas’, que começou em 19 de maio e se encerrou em 2 de setembro passado. A disciplina oferecia 13 painéis temáticos que abordaram o acelerado quadro de transformações no ‘mundo próprio do jornalismo’. As temáticas propostas por essa disciplina foram ‘Reflexos da pandemia na produção do jornalismo’; ‘As crises e o jornalismo: da dimensão econômica à crise de legitimidade e confiança’; ‘Precarização e plataformação do trabalho de jornalistas’; ‘A

disseminação de informações não jornalísticas de expressão noticiosa’; ‘Gêneros jornalísticos e hibridização de conteúdos’; ‘A qualificação das audiências’; ‘O papel das fontes na coprodução de notícias’; ‘Pode o subalterno falar? Desterritorializações críticas no jornalismo’; ‘Desigualdades de gênero e raça na construção da cultura jornalística’; ‘A feminização no jornalismo e as transformações no mercado de trabalho’; ‘As alternativas de modelos de negócios’; ‘A cultura colaborativa remota’; ‘Desafios formativos em Jornalismo’.

Este estudo, no entanto, procura a compreensão dos jornalistas que experimentam a intensidade de novos modos e métodos de trabalho. É do nosso interesse identificar como nós, jornalistas, vemos, criamos lastros e nos equilibramos, de forma individual e como categoria, no dia a dia da profissão, afinal, um trabalho coletivo. Essa é a empiria do trabalho: o que é, para os próprios jornalistas, fazer jornalismo? E como projetamos encaminhamentos para o que está posto em profundas mudanças. Para isso, lançamos mão da abordagem hermenêutica, a “arte da interpretação”, que entrelaça as manifestações individuais dos colegas na busca de uma síntese das relações sociais do coletivo com os dispositivos (suporte de papel e plataforma em redes), com os demais colegas profissionais e consigo próprios.

A pesquisa se ampara no pensamento de Martin Heidegger, a partir da analítica existencial sobre “o Ser-aí = *Dasein*” que coexiste com “o Ser-com = *Mitsein*”. A interpretação toma como base o tratamento fenomenológico, para o qual só é possível conhecer a forma própria de ser do homem na sua quotidianidade.

Essencial frisar que as estruturas constituídas por Heidegger para a análise da concepção existencialista do Ser-aí = *Dasein* (a disposição, a compreensão e o discurso) não devem ser confundidas com seus correlatos ônticos ou, seja, empíricos, a exemplo do afeto, desejo, conhecimento, linguagem.

A importância da abordagem existencial, a nosso ver, está justamente no alcance que ela pode trazer à compreensão da experiência humana concreta, e também no fato de, na verdade, ser possível, sim, seguindo a concepção heideggeriana, pensar tais estruturas (disposição, compreensão e discurso) como a própria fundamentação existencial dos estados do afeto, desejo, conhecimento e linguagem.

A filosofia existencialista heideggeriana concebe o humano não como um mero organismo natural, neutro e isolado, mas como um ser que habita e convive no (e com o) mundo. Para Heidegger, o *Dasein*, o Ser-aí, é inevitavelmente o Ser-com, o *Mitsein*. Castro (2013, p. 25) ao refletir sobre Quotidianidade e Comunicação em Heidegger, aponta justamente esta questão: “(...) o *Dasein* constitui, inexoravelmente, também, um *Mitsein*”.

Deste modo, este estudo considera cada um dos jornalistas um Ser-aí, isto é, também, um Ser-com (*Mitsein*). O Ser-com é o estado do jornalista quando ele trabalha. Em outras palavras, o Ser-com perpassa toda rotina profissional pelo caráter coletivo inerente à atividade, pois o fazer jornalístico é sempre com, seja em interações com os entrevistados, com os colegas na redação ou com os colegas nas ruas, a exemplo de fotógrafos, cinegrafistas e demais repórteres de veículos e mídias eletrônicas, com os quais se vivencia a profissão no dia a dia. À semelhança do *Dasein*, o repórter é em relação. Exemplos simples: o repórter recebe a pauta de outro jornalista, apura conversando com a fonte, trabalha também com o fotógrafo ou cinegrafista, escreve e envia o texto para um editor. Porém, ao tempo que este mesmo fluxo se dá com os outros, o repórter também é sozinho quando apura, escreve e narra os fatos da vida, como, de fato, um Ser-aí (*Dasein*) lançado ao mundo.

O *Dasein* é a categoria fundamental da analítica heideggeriana e ela é pensada aqui não como um construto que designa um conceito teórico, não observável diretamente; ao contrário, o conceito se presta à discussão do contexto diário do ofício frente a tecnologias cada vez mais sofisticadas. Por isso a questão da técnica em Heidegger é um instigante ponto de observação da realidade contemporânea do jornalista, conforme veremos mais adiante, no Capítulo 3.

1.1 Enquanto pergunta, ele é

Sou formada em jornalismo pela Faculdade de Comunicação (Facom) da Universidade Federal do Pará, entre os anos de 1986 e 1991. E no dia a dia do fazer jornalístico na imprensa, em Belém, tenho observado e vivido mudanças. Esse estudo, portanto, também é de caráter existencial e corresponde a uma necessidade da autora como jornalista que vivencia o ofício de repórter, com a prática mais intensificada nos últimos três anos, frente à necessidade de produzir tanto para o jornal impresso quanto para o ambiente da internet.

Conforme Gomes (1999, p. 19), seguindo o raciocínio da concepção existencialista, sabe-se que “quando perguntamos quem é o Homem ou o que é isto, o Homem, e propomo-nos estudar essa ‘realidade’, precisamos saber de onde partir”. Perguntas como essas, explica o autor, se dirigem à dimensão ontológica, ou seja, à natureza concreta da realidade da existência. Do ponto de vista filosófico, diz-se que algo é ontológico quando aborda a natureza do ser, da existência e da própria realidade. Assim, quando pergunto pelo ser do homem de uma forma direta, pergunto pelo sentido deste ser que eu mesma sou.

Em "Ser e Tempo" (1927), Heidegger retoma o questionamento do ser, ou mais precisamente, a questão sobre o sentido do ser e deixa claro, na introdução de sua obra, que se

trata de tematizar a questão do existir em geral. A pergunta, no entanto, tem profunda ressonância naquele que levanta a questão. Daí Heidegger falar de uma Ontologia Fundamental, porque o homem, sendo aquele que pergunta pelo ser, enquanto pergunta, ele é.

Qualquer pergunta que se formule terá que passar pela indagação a respeito de si mesmo e, no ato de formular a pergunta, quem a faz já se encontra na condição daquele que é interrogado em seu ser primeiramente.

Se se pergunta “o que é isto a vida, nessa pergunta está implícita uma pergunta anterior: para mim, o que é isto a vida? E aí, é claro, que esta pergunta pressupõe: que posso saber da vida? (...) Quem sou eu que pergunto pela vida?”. (GOMES, 1999, p.19).

Desta maneira, “o ser humano se evidencia como ponto de partida para qualquer investigação acerca do ser em geral”. (Ibid., p. 21).

Toda pergunta pelo ser parte do ser do homem/mulher e a ele/ela deve retornar. Essa visão define um movimento circular que reinscreve o ponto de origem de qualquer questão. A Ontologia Fundamental não é algo que se coloca no início do processo e lá fica perdida, mas é algo que em cada ponto do processo se coloca como o princípio.

É, portanto, uma necessidade existencial da autora querer conhecer e compreender, de modo, talvez, mais aprofundado as vivências e intenções dos outros profissionais; enquanto jornalista no mercado, ela também um Ser-aí = *Dasein*, e, ainda, um Ser-com = *Mitsein*, toma a liberdade de interpretar e oferecer elementos para desvelar esse novo universo em que se movimentam os jornalistas no presente e se movimentarão os jornalistas no porvir.

É certo que o ofício muda, conforme mudam as tecnologias, mas nenhum novo dispositivo surge do grau zero. Trata-se sempre de uma versão maior, mais rápida, mais econômica, de alguma forma, ‘na prática’, mais vantajosa em relação à anterior.

Mapear e registrar o momento atual me parece também uma oportuna tarefa jornalística, embora de caráter acadêmico, talvez um ponto de partida para o que nos reserva o futuro da profissão a partir do que fizemos dela nos dias atuais, o que comumente não se mostra e nem se discute.

Por que nos amparamos nesse estudo filosófico e abstrato para compreender a experiência humana concreta do fazer jornalístico em Belém? A questão que perpassa o pensamento heideggeriano é sobre o sentido de Ser. A análise foca primeiro o ser do homem, uma vez que esse ente, que em cada caso somos nós mesmos, tem, entre outras possibilidades de ser, a de perguntar; por isso, para Heidegger, é o Ser quem pode responder à questão ou às questões da existência. O Ser é o existir em geral. Nosso maior interesse é conhecer como os jornalistas existem enquanto tais, como essa existência se manifesta de maneira pontual no

tempo e no espaço, o sendo, expressão no gerúndio mesmo, que é uma forma de definir o ente, o sendo com início, meio e fim. E como esse ser compreende o que ele próprio está vivendo; assim, partimos do princípio filosófico heideggeriano e interpretamos que ninguém é melhor para identificar o impacto das transformações tecnológicas sobre o jornalismo e apontar perspectivas ao ofício na contemporaneidade do que o profissional, o Ser-aí (*Dasein*), o Ser-com-outros (*Mitsein*), o trabalhador da informação, o próprio jornalista.

O jornalismo é uma profissão dinâmica que coloca o repórter diariamente em locais e frente a eventos e pessoas diferentes e isso também remete a uma possibilidade de analogia, por similitude, entre o jornalista e o Ser-aí (*Dasein*).

Grosso modo, pode-se afirmar que Heidegger entende o homem na perspectiva de um ser-no-mundo, temporal e histórico, o que ele define com o termo *Dasein*, ou *Ser-aí*. Há traduções diferentes para a palavra heideggeriana *Ser-aí*, adotamos a que reconhece o ‘Da’ como uma indicação de lugar, como quando se aponta com o dedo, mas também algo que indica o temporal; e ‘sein’ seria ser, existência, então tomemos essa expressão como um ser neste lugar, um *Ser-aí*.

Do ponto de vista heideggeriano, a existência humana se dá por uma estrutura ou dimensão de realização, isto é, aquilo que possibilita os modos em que é possível ser. De acordo com Mocellin (2012), o filósofo toma por base uma elaboração dupla, que tem por finalidade o *Ser-aí* e a compreensão que ele tem de si mesmo: “O ponto de partida, portanto, é duplo: tanto o *Ser-aí* quanto a compreensão imediata que ele mesmo tem do ser da sua existência (WERLE, 2003, p.100 apud MOCELLIN, 2012, P, 28).

De tal maneira que a melhor forma de compreender o *Ser-aí* é identificar como ele vive, a sua existência concreta e cotidiana, isto é, a possibilidade que ele tem de ser ele mesmo ou não. Então, imbuídos do fazer jornalístico, tentaremos analisar o que é esse ser, o que é o mundo, o que é o ‘*sein*’, o que é essa relação de complementariedade, de fusão, essa mistura com o mundo, nesse lugar que todos estamos, enquanto jornalistas.

Esse raciocínio heideggeriano nos impulsionou em busca da estrutura de realização social do jornalista, em Belém do Pará, entre os anos de 2019 e 2020 (período dessa pesquisa), numa condição concreta de um grupo de trabalhadores profissionais selecionados dentro de uma das quatro redações mais antigas e tradicionais da cidade, cuja quotidianidade consiste em produzir informação para um jornal impresso e para um portal na internet, enquanto veículos de comunicação com uma marca consolidada há mais de sete décadas.

Assim, atentos à síntese do referencial teórico com alguns elementos que caracterizam, em primeira mão, o *Ser-aí* = *Dasein* ou *Ser-no-mundo*, tentamos dialogar com a quotidianidade

do fazer jornalístico. Importante destacar que o Ser-aí vive com os outros seres-aí, sendo, portanto, um Ser-com, em uma relação de convivência, conforme assinala Mocellin (2012, p. 37).

Sobre o conceito de Ser-com, Duarte (2002 apud MOCELLIN, 2012, p. 36), afirma que:

O que importa salientar é que ser-com os outros não significa o somatório ou mera justaposição de um Dasein ao lado de outro, e assim sucessivamente, do mesmo modo como ser-no-mundo não significa que algo meramente subsistente esteja inserido em um continente dado. Antes, ser-no-mundo é ser-com os outros com os quais se coexiste em um mundo comum, cuja totalidade originária dos nexos de referência significativos já está sempre e de antemão aberta, isto é, compreendida por todos (DUARTE, 2002, p. 163-164)

1.2 O Ser-aí, o trabalhador da notícia, o *Mitsein*

O Ser-aí, para Heidegger, é um ser de possibilidades existenciais, porque está exposto e disposto no mundo. O Ser-aí é também o Ser-com porque está no mundo com os instrumentos (as coisas) e com outros entes que também são seres-aí. Isto é, outros seres humanos.

Nos parece claro que a estrutura de um ente com essas características só poderá ser tomada como uma estrutura dinâmica. E a opção dessa pesquisa foi a de concentração nos jornalistas e nas suas relações com as mudanças.

E é este Ser-aí que ora se mostra em sua integridade (com o conhecimento que domina e trabalha), ora se encobre e se dispersa (tudo é novo e não se tem respostas para tudo, então se pensa as coisas a partir do caráter impessoal, com equivalências), e mesmo quando não diz, por vezes, deixa transparecer o que tentou ocultar.

Um primeiro exemplo prático sobre o dizer e o não dizer observa-se no fato de, à unanimidade, os jornalistas ouvidos nesse estudo apontarem novos rumos para o jornalismo impresso e acharem remoto o seu eventual desaparecimento definitivo, embora, deva-se dizer, não impossível.

Entre as projeções há desde a citação da migração para a ambiência da internet - o que já ocorre há mais de duas décadas, no âmbito da internet, mundo afora - à segmentação do impresso para públicos específicos e até mais sofisticados (produtos mais caros) a um novo 'espírito de revista' para os velhos jornalões (reportagens aprofundadas, artigos, análises e opiniões).

Também são apontados formatos mais reduzidos, como tabloides com outras periodicidades (não, necessariamente, diários). Há proposta ainda para maior investimento no noticiário local, desde matérias sobre os contextos dos bairros a figuras reputadas na sociedade de Belém. O jornalista que propõe esse enfoque mais localista, das coisas da capital e do

interior, argumenta que investir na localidade é criar pautas diferentes a partir do que já se conhece, e fala da vontade de realizar uma reportagem que acompanhe um dia na vida do respeitado jurista paraense, Zeno Veloso. Pouco mais de um mês, o advogado morreu, aos 75 anos, vítima da Covid-19, em 18 de março de 2021, sem que a ideia do jornalista tivesse virado notícia.

As mudanças indicadas pelos profissionais para a reinvenção do impresso são variadas. Jornalistas mais antigos, cuja formação profissional foi exclusiva no impresso, mas os mais novos também, todos apontaram atributos à imprensa escrita, a exemplo de credibilidade e maior aprofundamento no trato da notícia. Além disso, todos deram opções para a sobrevivência do impresso, distantes do fim da era do jornal, enquanto texto jornalístico no suporte de papel. No entanto, ao serem perguntados, de supetão, sobre que notícia lembravam das últimas 24 horas, por que lembravam e onde a haviam lido?, nenhum dos 10 jornalistas entrevistados citou o impresso como fonte.

Na teoria, a grande maioria disse não acreditar no fim do suporte do papel; na prática, ninguém recorreu ao papel ao menos nas 24 horas que antecederam à indagação e já há bastante tempo, como vamos mostrar mais adiante, o que evidencia a crise do suporte de papel, e nos permite também confirmar que, nas práticas discursivas do Ser-aí = *Dasein*, “mesmo quando não se diz, por vezes, se deixa transparecer o que se tentou ocultar”. E adianta-se aqui, também, que na pergunta específica sobre a leitura regular de impressos, dos 10 jornalistas, somente um disse que, regularmente, compra jornais impressos e pega, de fato, no papel, para ler. Esse jornalista trabalhava de casa (*Home office*) por causa da pandemia desde março de 2020 e não ia à redação onde normalmente tinha acesso ao jornal – ele compra o exemplar, principalmente, de O Liberal e até lembrou que fez amizade com o jornaleiro próximo da casa dele, chamando-nos a atenção para a figura do jornaleiro. Trata-se de um trabalhador informal cada vez mais raro de se ver em pontos de grande ajuntamento de pessoas, como ocorria comumente há alguns anos, com disputas de espaços e clientes entre eles. Os jornalistas falaram sobre o impresso enquanto fonte de informação.

Eu leio, basicamente, o jornal O Liberal, agora, eu fico conferindo o Diário do Pará também, que é o rival. Agora pegar mesmo no papel, comprar mesmo é o Liberal. Como eu tô de home office, e não tenho acesso online, me foi repassado, mas eu não sei porque quais cargas d’água não aconteceu (funciona) pra mim, muita chuva, aí eu compro o jornal pra ler, mas é uma coisa minha, não é nem uma crítica ao jornal, ao contrário, eu curto ficar lendo. Eu disse, poxa, eu vou comprar, primeiro para eu saber dos assuntos daqui, como eu falei lá na resposta, e segundo, para eu dar uma força para o jornaleiro, que eu tô ficando amigo dele”. (Jornalista, 57 anos, 32 anos de atuação profissional).

“Basicamente, eu acesso todo dia os jornais impressos na versão digital, Liberal, Diário, a Folha, o Estadão... eu acesso a versão online desses jornais impressos, o que é muito bacana. O Amazônia não tem, eu vejo mais o Amazônia na redação mesmo. Eu vou confessar pra ti que a primeira coisa que eu procuro nos impressos pra ler são as minhas matérias, pra ver o projeto como ficou. Mas ainda é uma fonte de informação muito válida sim, muito, muito importante. E eu gosto do jornal impresso, ver a minha matéria impressa, por mais que eu a veja todo dia nos links pela internet, no Liberal.com, no site de notícias, que ainda é o meu modo primordial de informação, eu me informo primariamente pelos sites. Mas, ver, assim, isso é mais um relato de jornalista mesmo, ver a matéria impressa é muito bacana, ver ela diagramadinha, ali bonita, a foto. E, principalmente, os colunistas. Eu acho que o que me atrai ainda são os colunistas dos jornais impressos, então, o jornal faz aquela matéria bem apurada, não é temporária, porque a gente tem aquela impressão, né, se está no papel, em preto e branco, aquilo lá é permanente”. (Jornalista, 27 anos, 3 anos de atuação profissional).

“Eu amo o jornal impresso. Amo, amo, amo. Não sei o que é assim exatamente, mas pra mim, o papel dele, no sentido da informação, é justamente a maturação que ele tem antes de chegar na mão do leitor”. (Jornalista, 23 anos, 3 anos de atuação profissional).

“Eu sou um leitor voraz de jornal. No jornal, costumam dizer que eu sou jornalista das antigas porque eu gosto muito de ler jornal, mas eu sou assinante das versões digitais do Estado, O Globo e da Folha. Há muito tempo não pego no papel. Pelo trabalho, eu tenho ao jornal O Liberal”. (Jornalista, 51 anos, 26 anos de atuação profissional).

Dos 10, necessário dizer que outros três jornalistas também afirmaram ler impressos, diariamente, como os de circulação nacional (Folha de São Paulo, o Globo, Estadão) e os locais (O Liberal e o Diário do Pará). Mas eles os leem no formato *online* pela tela do computador, acessando os sites e agências dessas empresas na internet - um segundo exemplo prático do que o que não foi dito – o desinteresse dos próprios jornalistas (mesmo os de formação no impresso) pelo suporte de papel – transpareceu nas respostas dadas espontaneamente. É exatamente esse tipo de situação concreta da realidade que nos levou à escolha da abordagem existencial, entendendo ser possível a compreensão da experiência humana concreta, seguindo a concepção heideggeriana que nos permite desenvolver uma atitude atenta e observadora do fazer jornalístico, na medida em que ela, a fenomenologia, se dedica ao estudo das coisas conforme elas se manifestam.

Na análise etimológica, que elabora a palavra “Fenomenologia”, Heidegger revela o seu sentido mais íntimo: “deixar e fazer ver por si mesmo aquilo que se mostra, tal como se mostra a partir de si mesmo” (Heidegger, 2002, p. 65). Seguindo nosso raciocínio, faz-se necessário tecer alguns esclarecimentos para situar o pensamento filosófico de Martin Heidegger (1889-1976) relativo à compreensão do ser humano como Ser-aí = *Dasein*, também da dimensão do falatório e dos estados de revelação/autenticidade e

encobrimento/inautenticidade – conceitos que serão trabalhados relacionados à prática dos profissionais tal como eles se mostram.

1.3 Sobre Poder Ser e Deixar de Ser

Heidegger considera o estado autêntico o que remete o indivíduo à preocupação com a sua existencialidade individual e finita, pois Ser é Poder Ser e Deixar de Ser, também (o Ser-para-o-fim).

Por outro lado, esse Ser preocupado com sua própria existência tenta se distensionar e, assim, foge de si mesmo e refugia-se junto aos entes de seu convívio.

Esse estado que ele classifica como inautêntico provoca a dinâmica do estado da decadência, ou da “queda” do Ser-aí.

Essa decadência apontada por Heidegger não pode ser tomada, contudo, como valoração moral, negativa ou um castigo.

A decadência, para Heidegger, é simplesmente o estado em que o Ser-aí se encontra no mundo. Lançado. Imerso na vida cotidiana sem ter condições, ou interesse, em perceber as estruturas, os conflitos, as ideologias e as problemáticas que moldam o seu ser pelas conveniências de vida social.

O Ser-aí não pode existir sem se relacionar com os outros e desta relação ele interpreta e compreende o mundo (MOCELLIN, 2012, p. 38-39).

Esse estudo segue o tratamento fenomenológico, que argumenta que só é possível conhecer a forma própria de ser do homem na quotidianidade, nesse lançar-se ao mundo; é nesse se expor que buscamos o lastro da compreensão dos jornalistas sobre si mesmos enquanto profissionais.

É curioso perceber que a profissão de jornalista seria, seguindo a compreensão heideggeriana, um desses saberes, fazeres sociais, ações, que mais exigem um estado de autenticidade – compreendido como uma atenção para as estruturas do mundo. Não obstante, trata-se, igualmente, de um fazer, de um estar-no-mundo, que, como tudo, não está defeso da imersão na vida cotidiana e na banalidade do mundo.

Proposto, minimamente, o raciocínio para a análise sobre a empiria de fazer jornalismo, partimos para o primeiro elemento de constituição do que Heidegger chama de abertura dinâmica do Ser-aí, que é a disposição afetiva. Nesse ponto, pensamos ser interessante frisar que não se está pensando o afeto enquanto amor. Heidegger não usa em seus textos a expressão amor. O afeto, em questão, tem a ver com relação com. Isto é, enquanto relações sociais,

relações humanas presididas por aquilo que Heidegger chama de *Befindlichkeit* (estado de espírito). Assim, o Ser-aí é entendido como um Ser-em-situação que não está preso à contingência em que se encontra; ele está sempre aberto para tornar-se algo novo.

Afinal, Ser-aí é ser e poder deixar de ser e assim se torna vulnerável a todas as relações, ou seja, não há como ele se resguardar de se relacionar com a quotidianidade, com o mundo vivido, e não há como não ser afetado por elas, as coisas do mundo da vida.

Essa disposição afetiva é a base fundamental para todos os outros elementos estruturais deste ente do Ser-aí.

Por não ser indiferente ao que o cerca, o Ser-aí tem como segundo elemento constitutivo, a compreensão-interpretação, ou uma estrutura hermenêutica.

A interpretação é o segundo elemento constitutivo do Ser-aí, pois a compreensão precisa se expressar de alguma forma para, inclusive, se revelar como tal.

E é justamente dessa necessidade que surge o terceiro elemento de constituição da particularidade deste ente, o discurso. É por meio da linguagem que o Ser-aí revela a sua compreensão.

Em sua investigação original sobre o fenômeno do mundo do Ser-aí, Heidegger especula sobre os elementos constitutivos da estrutura do Ser-aí na sua quotidianidade (ocupação, disposição afetiva, interpretação-compreensão, discurso), e ele trata também dos elementos inautênticos, todos ligados ao campo impessoal e ao que ele chama de decadência do Ser-aí, e não menos importantes do que aqueles que o constituem. Esses elementos são: falatório, curiosidade e equívoco.

É justamente na ideia da perspectiva da quotidianidade do fazer jornalístico, em Belém, que vamos nos centrar a partir de então, considerando o que é dito (o discurso) e o conceito fenomenológico de intersubjetividade (conjunto de relações sociais que dá à existência a dimensão histórica e social da qual emerge a consciência individual).

Voltando-nos ao nosso corpus de pesquisa, sem a pretensão de taxatividade, não há como o jornalista ficar fora da avalanche de transformações provocadas pelas tecnologias, da construção da pauta, ao convívio com os colegas, desde o acesso à fonte, à informação e aos novos critérios de noticiabilidade.

Essa questão nos lança no território de um dos grandes temas de Heidegger: a técnica como um elemento social que leva à inautenticidade. Não que a técnica, a tecnologia, seja necessariamente disruptiva – ela poderia levar à autenticidade tanto como à inautenticidade – mas é justamente o uso imersivo da técnica, ou a imersão do *Dasein* na sociedade tecnicizada por meio de automatismos, que produz uma quotidianidade menos reflexiva e mais intuitiva.

Nosso objetivo geral é, portanto, iniciar uma reflexão sobre a relação entre o fazer jornalístico na quotidianidade a partir da dimensão das temporalidades autêntica (reflexiva) e inautêntica (intuitiva), de Heidegger.

Para chegar a resultados que nosso problema suscita construí um diálogo, na perspectiva hermenêutica da teoria dos conceitos de autenticidade/inautenticidade, falatório, curiosidade e do equívoco, com a percepção dos jornalistas, enquanto operadores de uma rotina que, ao mesmo tempo que está estabelecida há anos, também está em mudanças contínuas e profundas.

Assim, temos como objetivos específicos: a) mostrar o referencial prático que fundamenta o trabalho jornalístico no dia a dia em mudança e como o profissional se adapta às novas dinâmicas; b) analisar a forma comunicativa (o dito) em relação ao fazer jornalístico, tensionando os olhares entre as antigas e as novas gerações de profissionais; c) identificar possíveis mudanças nos sentidos e valores produzidos nos jornalistas sobre o jornalismo.

Quando trata desta questão em Ser e Tempo, Heidegger afirma que, apesar de seu caráter banal, é na quotidianidade que se revela o novo.

1.4 Sobre o que se vê, ouve e diz

O estudo reúne duas técnicas metodológicas: a observação participante e entrevistas com perguntas semiestruturadas. A primeira etapa metodológica abrange a observação participante, a partir de um olhar de perto e de dentro, pois a pesquisadora compartilha, como jornalista, do mesmo local de trabalho, a redação, dos entrevistados. Trata-se de uma pesquisa qualitativa sobre a prática profissional e as referências concretas dos jornalistas sobre o ofício na quotidianidade. Não se pretende, portanto, analisar o modelo de negócio da empresa; o que está em análise é o fazer jornalístico, no âmbito local, mas revertido de um caráter regional e até mesmo nacional, pois entende-se que essa experiência, reservadas as proporções do tamanho das empresas e do capital investido nelas, poderia se dar em qualquer ‘redação’ que compreende, em primazia, o trabalho diário num único espaço, numa mesma redação com profissionais que produzem informações para um jornal impresso e para a internet.

Aliada à observação participante da pesquisadora foram feitas 10 entrevistas com jornalistas, entre os meses de janeiro e abril de 2021. Consideramos necessário dizer os critérios de escolha de cada um dos jornalistas ouvidos. Mais abaixo, falamos sobre isso e apresentamos as perguntas aplicadas nas entrevistas, (ver anexos). Consideramos também importante abordar o contexto das entrevistas e ressaltamos a boa receptividade dos entrevistados. Em geral, os jornalistas reagiram com curiosidade ao convite para falar sobre o fazer jornalístico,

perguntavam por quê tratar sobre esse assunto e o que, de fato, seria isso, como se não se dessem conta de que diariamente são os operadores do fazer jornalístico, aqueles que produzem a própria existência a partir da produção da notícia.

“Fazer jornalístico, como assim?”, perguntavam. Ao tomarem conhecimento de que a pesquisa procurava saber como eles próprios compreendem as mudanças na rotina, impulsionadas pelas transformações tecnológicas, a curiosidade se transformava em surpresa, como se não esperassem serem ouvidos sobre isso, o que, para eles, na sua quotidianidade, é um assunto banal.

E houve uma entrega durante as entrevistas em falas muito detalhadas de situações pessoais e do contexto da profissão. Ouvir quem não costuma falar sobre a profissão e principalmente não tem a cultura de ponderar sobre a prática em espaços institucionais - sindicatos da categoria, por exemplo -, além do âmbito privado e familiar, nos pareceu um privilégio e nos remeteu ao entendimento de Sodré (2015), que ao pensar no jornalismo em curso na contemporaneidade das redes sociais e na formação do jornalista, afirma que as redações jornalísticas não são adeptas às reflexões sobre a profissão. Ele reitera um entendimento que é comum e velado no campo profissional, de que as redações têm a cultura de que “quem faz não fala” ou “quem fala não faz”:

O jornalista continua sendo importante nisso. Portanto, esse mediador, se chame jornalista ou dê o nome que quiser, com um olhar crítico para o poder, continua. Mas isso não faz dessa atividade uma epistême, é uma prática. É uma prática difícil, porque os proprietários de jornais são empresas privadas. E cada vez mais estão passando de famílias, um capitalismo patrimonialista, para as altas finanças, estão comprando jornais. O jornalista se tornou um empregado disso. Ele tem toda essa conversa de resgate quando está fora do jornal. Dentro é ainda pior, porque se torna um *yes man*, reacionário porque sabe fazer aquela pequena coisa, e odeia o discurso reflexivo. Vem com aquela história de que “quem faz não fala” ou “quem fala não faz”, que é mentira. Porque falar é fazer alguma coisa com palavras. Isso é a comunicação que nos diz, que ensina, que toda fala, todo discurso é um fazer. A fala, o signo é um instrumento. Então, eu acho que essa coisa estreita da formação jornalística voltada apenas para a empresa jornalística resulta em indivíduos reacionários. Você vê, hoje, no Brasil, que têm uns três ou quatro jornalistas que destoam, e aí sempre são de esquerda. (SODRÉ, Muniz. A Comunicação Eletrônica é Epistemóloga. 2015. p, 127).

Fazer pesquisa no local em que se trabalha ouvindo colegas de profissão já resultou em teses de doutorado sobre a complexidade desse feito e, de fato, não é um processo fácil. Foi difícil para a pesquisadora, mas tomou-se o compromisso de que ouvir é aceitar a compreensão do outro para compreender-se, e foi isso que nos levou adiante: acreditar que conhecer valoriza o trabalho e o trabalhador da notícia.

A opção desse estudo pela perspectiva da observação participante ampara-se na experiência pessoal da jornalista e pesquisadora no trabalho cotidiano na redação, o que,

acredita-se ajudou a enriquecer as entrevistas, quando no chamado trabalho de campo. O fato de a pesquisadora compartilhar de aspectos da rotina diária profissional dos entrevistados, motivou falas com maiores detalhes e até certo ponto evitou respostas artificiais, o que não impediu, porém, que houvesse dúvidas e incertezas. Lendo o material coletado e analisando os retornos obtidos, percebemos respostas parciais e fragmentadas sobre a realidade que nos é dada. No entanto, essas sombras e bordas fazem parte do jogo da vida, o desafio que se impõe é o de ser o mais fidedigno possível no tratamento dos relatos.

Do total de 30 anos de atuação profissional completados em 2021, a pesquisadora dedica um terço desse tempo como repórter do jornalismo impresso. São estes anos que acumulam diversificada experiência no dia a dia das ruas e na redação que suscitaram a necessidade de retomar os estudos na academia para desenvolver essa pesquisa junto a outros jornalistas, sobre o que se está fazendo.

Em duas das 10 entrevistas, a pesquisadora simplesmente esqueceu de perguntar o que era o ofício de jornalismo para os entrevistados. Parece pouco se se considerar a falta de uma única pergunta para somente dois entrevistados, mas além de uma falha de atenção no momento do campo, o episódio pode mostrar o grau de afetação da entrevistadora, com a intensidade da escuta.

A repórter experiente achava ter se preparado, emocionalmente, para fazer a pesquisa, mas por estar subjetivamente envolvida com o tema, conhecer sobre as ocupações dos entrevistados, nos deixou vulnerável. Reconhecer esse estado é tão importante, para nós, quanto o respeito aos dados coletados e nos remete à constatação de “Ser afetado”, de Jeanne Favret-Saada (2005).

Também nos parece um bom exemplo para ilustrar uma das existencialidades que compõem a estrutura do *Dasein*, que é o ato de falar pressupor uma facticidade sobre a qual se fala, sobre a qual o *Dasein* opera o seu esclarecimento, que Heidegger chama de desvelar, resultando, portanto, num processo comunicativo em que sujeitos manifestam a sua intersubjetividade, ou seja, o seu Ser com-outro, o *Mitsein*.

A autora é uma pessoa formada no impresso e, em conversa com um dos jornalistas, ao rever a entrevista gravada, percebeu o quanto, até o tom da voz mudou, quando ouviu de bate-pronto do jovem profissional que o impresso, para ele, é o meio de maior valor; dias depois, se ouviu de coleguinha exatamente o contrário, que o impresso nunca fez parte de sua vida, nem de sua família e, como fonte de informação, nunca fez falta.

Nesses dois casos foi necessário conter parcialidades e tendências a excessos de euforia e frustração, para não perder, principalmente, o foco da conversa e não cair em favoritismos sobre esse ou aquele posicionamento para forjar um resultado positivo da conversa, digamos.

Também frisamos a experiência de situações surpreendentes, pois a pesquisadora não esperava encontrar alguns profissionais tão sensíveis diante das questões apresentadas. Perguntas sobre a percepção de habilidades tecnológicas provocaram certa irritação em alguns profissionais, os mais antigos, com respostas alterando levemente o tom da voz ou com brevidade demais, mostrando claramente não querer falar sobre.

Ninguém chorou entre os entrevistados, mas a entrevistadora sim. Um dos encontros na casa de um jornalista foi marcado por uma sessão inicial de expurgo de medo e de raiva pelo avanço da pandemia, no ano de 2021, com o quadro de adoecimentos graves em familiares da pesquisadora. Em outros momentos não houve choro algum, de nenhuma das partes, mas o inesperado silêncio compartilhado soou forte após certas colocações embaraçosas, sobretudo no que diz respeito a demissões sem causas justas, encolhimento das equipes e, por conseguinte, sobrecarga de trabalho, com a nítida compreensão de um contexto de retrocesso no curso da atividade profissional, em âmbito local e nacional.

Por fim, como tenta-se conduzir a profissão, pautada pela humildade e pela busca da verdade, faz-se o mesmo nessa pesquisa científica, que, resguardadas as diferenças, reitera os propósitos do ofício de repórter. Quanto aos jornalistas ouvidos, eles demonstraram ser capazes de traduzir e espelhar a intrincada trama de sentidos que envolve mulheres e homens, profissionais a um só tempo íntimos e estranhos ao que fazem na atualidade.

Das 10 entrevistas, duas foram feitas em um café, ao ar livre, com os jornalistas se mostrando também livres para falar o que bem quisessem, como se, de alguma forma, o espaço público os autorizasse a dizer sobre tudo, sem consentimentos de nada nem de ninguém.

Uma única entrevista foi na própria redação e essa foi uma das melhores em termos de apontamentos sobre as dificuldades e precarizações profissionais nos últimos anos, parecia que ao olhar ao redor os detalhes se materializavam na fala do jornalista.

Contar histórias de vida, no seu tempo e onde as pessoas estão, nos parece interessante para refletir sobre a profissão, construindo um diálogo a partir de uma analogia com as existencialidades de Martin Heidegger.

À época das entrevistas, a redação integrada tinha exatos 65 jornalistas, entre editores e repórteres. Esse número cresceu ao longo do ano de 2021, contudo, como já dito, o recorte da pesquisa se centra entre os anos de 2019 e 2020, estendendo esse último ano até o mês de abril, de 2021, quando foram feitas as últimas entrevistas.

Nesse cômputo de 65 jornalistas na redação não estão fotógrafos, diagramadores, social medias, entre outros profissionais, conforme se delineou também o recorte para esse estudo, na tentativa de se reduzir a variabilidade das atuações já complexas com as escolhas feitas.

O primeiro critério pensado para a escolha dos 10 profissionais selecionados, seis editores e quatro repórteres, foi o da formação acadêmica. Todos têm o curso de Comunicação Social concluído e, dois deles, são também publicitários formados por terem concluído o curso de Publicidade concomitantemente à formação jornalística. Dos 10 jornalistas, nove são graduados pela Universidade Federal do Pará (UFPA); um, pela Universidade da Amazônia (Unama), incluindo a pós-graduação, com o curso de Mestrado na mesma área de Comunicação.

Um segundo fator de seleção foi o da faixa-etária. Buscou-se ouvir os mais antigos e os mais novos na redação. São profissionais entre 23 e 57 anos de idade. O jornalista de 23 anos, inclusive, à época da seleção dos profissionais, era o mais jovem na redação, com contrato formal enquanto profissional.

Outros fatores de escolha foram o cargo ocupado, a habilidade e o compromisso com o fazer jornalístico para o impresso ou/e para o portal. Ou seja, esses dois últimos critérios, habilidade e compromisso, passaram pelo olhar pessoal da pesquisadora, que interpretou compromisso como conduta responsável no trato da notícia no dia a dia, considerando princípios como interesse, ética, respeito pelos colegas, personagens, aos direitos humanos e à Justiça. Por habilidade, entende-se o sentido de eficiência reconhecida tanto pela pesquisadora quanto por outros colegas na redação.

Dos 10, seis eram editores; e quatro, repórteres. Cientes da entrevista para a pesquisa acadêmica, os 10 jornalistas autorizaram sua identificação e a pesquisadora gravou e mantém consigo as mais de 10 horas de gravações. No entanto, optamos por não identificar os entrevistados por nomes para evitar eventuais constrangimentos, em razão de alguns assuntos dizerem respeito ao estrito ambiente de trabalho dos entrevistados e da pesquisadora.

Ainda que pareça óbvio também salientamos que a seleção dos entrevistados observou o maior e o menor tempo de profissão, o que neste estudo coincide com a idade cronológica. Isto é, os mais novos em idade têm o menor tempo no ofício e vice-versa, o que nem sempre é assim no mercado profissional.

Sobre as perguntas, seguimos a proposta da sociologia fenomenológica com a perspectiva etnográfica, a fim de levantar hábitos diários das pessoas sobre o uso das tecnologias, o aproveitamento delas nos âmbitos pessoal e profissional e o entendimento sobre o que o jornalista vem fazendo e percebendo de diferente na profissão.

A escolha pela Fenomenologia também segue a causa do Grupo de Pesquisa Socialidades, Intersubjetividades e Sensibilidades Amazônicas (SISA), do pesquisador doutor Fábio Fonseca de Castro, orientador deste estudo, e que consiste na leitura de processos socioculturais por meio das reflexões de A. Schutz (2012) sobre a intersubjetividade, associados à vivência de campo reflexiva autorreflexiva, presente nos diversos autores que compõem o marco da antropologia reflexiva, como P. Rabinow (2004), R. Rosaldo (1991), V. Crapanzano (1991) e J. Clifford (1991).

Esse referencial vem sendo aplicado no Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Cultura e Amazônia (PPGCOM), na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal do Pará (UFPA), por meio da ação do Grupo de Pesquisa sobre Socialidades, Intersubjetividades e Sensibilidades (SISA), e já produziu diversos trabalhos, entre os quais “representações artísticas” da violência em representações sociais, em escolas periféricas de Belém (CASTRO et FREITAS 2014); nos processos intersubjetivos presentes na denegação e na representação dos “caboclos” da Amazônia nos discursos antropológico, jornalístico e literário produzidos historicamente no Pará (CASTRO 2014a); na intersubjetividade das representações imagéticas sobre a Amazônia (CASTRO e CASTRO 2013); nas dinâmicas de intersubjetividade presentes na construção e no consumo das “guitarradas”, gênero musical presente na periferia de Belém e de espaços amazônicos (CASTRO 2012a); na construção intersubjetiva de discursos artísticos sobre a “identidade” amazônica 112 comunicação e sensibilidade (CASTRO 2012b). Os conceitos centrais da perspectiva exploratória deste trabalho – existencialidades, intersubjetividade, temporalidades, falatório, curiosidade e equívoco – estão baseados na proposição de leitura fenomenológica da comunicação desenvolvidos em Castro (2012; 2013; 2014; 2015; 2016), que, por sua vez, constituem substrato, justamente, para a abordagem da sociologia fenomenológica com perspectiva etnográfica desenvolvida pelo SISA.

2 PERSPECTIVA HISTÓRICA DO JORNALISMO

Este capítulo traz uma síntese do percurso histórico da imprensa brasileira a partir do olhar crítico dos jornalistas ouvidos, nessa pesquisa, e também de depoimentos de profissionais da imprensa ouvidos no documentário *O Mercado de Notícias*, do cineasta brasileiro Jorge Furtado (2014), a exemplo de Genetton Moraes Neto, Luis Nassif, Mino Carta, entre outros. Consideramos que indagar sobre a profissão e ouvir quem descreve em detalhes os modos como o jornalismo era e é produzido é fundamental para constituir uma visão da atualidade jornalística.

Quando a ficção é plausível, ela é mais eficaz que a verdade. O longa-metragem *O Mercado de Notícias*, do cineasta brasileiro Jorge Furtado (2014), discorre sobre essa lógica que tem norteado o mercado de informações e de notícias em tempos de “modernidade líquida”, fenômeno identificado pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman, (2001), como pano de fundo de uma era de insegurança e fragilidade nas relações sociais e perda de referenciais e regras que sempre deram algum sentido ao mundo contemporâneo. Não é exagero afirmar que a temporalidade autêntica identificada por Heidegger, como a simbólica, a constituída, a institucional, no caso do jornalismo está no olho do furacão desta profunda crise. Forjada pela supremacia das convicções pessoais e emoções, sobre a razão objetiva e a verdade factual, a 'pós-verdade' é atualmente o desafio mais pujante à compreensão da realidade em meio a uma revolução de meios equivalente à que Gutemberg desencadeou ao desenvolver a prensa. Assim como os jornalistas célebres do País, ouvidos no citado documentário *O Mercado de Notícias*, os jornalistas entrevistados nesse estudo afirmam, cada um a seu modo, que um dos paradigmas da modernidade sempre esteve associado ao fato de que o jornalismo proporciona às pessoas uma certa compreensão do mundo em que vivemos e a oportunidade de confrontar opiniões, ouvir versões e conhecer a verdade factual a fim de que possamos firmar uma posição diante da realidade objetiva. Perguntados sobre o que é o ofício, disseram:

“Além da habilidade da tecnologia, e trabalhar o texto, eu acho que tem uma grande diferença. Eu defendo a formação dos cursos universitários com unhas e dentes, não é reserva de mercado, é formação mesmo, acho que deveria ser continuada até, além da graduação, pós, todo mundo que pudesse fazer, fazer, sindicatos e entidades incentivarem cursos porque jornalista que não tem senso crítico, no sentido de refletir sobre o que está pensando, não pode ser considerado jornalista. (...) ele é um mero robô, uma tecla no telejornalismo”. (Jornalista, 57 anos, 32 anos de atuação profissional).

“A profissão é importante para a sociedade, é importante para a conjuntura que a gente vive hoje. Eu defendo a formação profissional, acadêmica. Você tem bons médicos, maus médicos. Bons jornalistas, maus jornalistas. A formação acadêmica não é o atestado da capacidade, da qualidade daquele profissional. Aquele profissional vai sendo forjado ao longo do tempo em que ele está naquela profissão, então a formação é importante porque vai dar uma direção teórica, uma base de consciência do seu papel na sociedade. Eu sou a favor sim, eu acho que as pessoas têm que buscar o jornalismo quando aí há realmente interesse em ser jornalista”. (Jornalista, 54 anos, 34 anos de atuação profissional).

“É tanta coisa, é tanta história de vida, são 31 anos... (...) Então toda essa onda de retrocessos é mais uma luta que a gente tem que travar. Eu acho que tu trabalhares com informação, éras, te enriquece e também enriquece as pessoas. Informação é para isso. Jornalismo está aí pra isso”. (Jornalista, 56 anos, 31 anos de atuação profissional)

“É saber interpretar a realidade para transmitir para as outras pessoas. Eu acho que certas coisas nunca devem mudar: a apuração, o bom texto, a ética jornalística, o respeito pelos personagens, o respeito pelos direitos humanos e pela Justiça. Isso não importa a plataforma, se é impresso, se é online, rádio, isso são princípios básicos que devem permanecer no jornalismo”. (Jornalista, 51 anos, 25 anos de atuação profissional)

“Cara, jornalismo pra mim, é vida, literalmente. Não é pelo fato de eu ser, jornalista, não. Jornalismo é uma palavra que por trás dela está todo um compromisso, uma responsabilidade. É você que faz a informação chegar à dona Maria, ao intelectual, ao empresário. E hoje em dia o que nós somos sem informação? Você tem uma responsabilidade enorme sobre o que você produz porque aquilo influencia as pessoas, orienta as pessoas. Às vezes, define metas, parâmetros, se você tirar a informação de uma pessoa, o que sobra, o que se tem?” (Jornalista, 49 anos, 21 anos de atuação profissional).

“Eu sempre digo que amo a minha profissão, se não, não estaria mais nela. Eu tenho vontade, me ressinto de investir na minha formação. Muitos dizem que eu daria uma boa professora. Não sou saudosista, ah, o jornal está acabando, não. Eu acho essa mutação natural. E o meio ambiente agradece, é menos papel circulando. Às vezes, acho que nós estamos piores, às vezes, melhores (risos), é isso”. (Jornalista, 47 anos, 21 anos de atuação profissional).

“É informação rápida, confiável e segura”. (Jornalista, 25 anos, 4 anos de atuação profissional).

“Eu vivo um sonho todos os dias. Eu sempre me vi como um contador de histórias”. (Jornalista, 23 anos, 3 anos de atuação profissional).

Todos esses papéis reservados ao jornalismo e aos jornalistas, a pessoa que conta às pessoas o que elas não sabem, de forma a ajudá-las a compreender o mundo em que vivem, sempre estiveram condicionados a um fato básico: os jornais são, desde o seu surgimento na Inglaterra do Século XVII, agentes políticos com interesses particulares e econômicos, ao mesmo tempo que sempre tiveram o dever de informar corretamente ao leitor. A máquina de informação custa caro e não se mantém se não houver publicidade. Os conceitos civilizatórios sempre permitiram, porém, que, editorialmente, os jornais se identificassem com certa proposta política partidária ou comercial, desde que mantivessem a isenção na cobertura jornalística, resguardando o conteúdo informativo de suas simpatias políticas ou mercadológicas.

Como nos mostra o longa metragem *O Mercado de Notícias*, a informação trabalhada vira o produto 'notícia' e se transforma em moeda de troca, rapidamente, por ser entendida como instrumento para a então burguesia em ascensão concentrar as informações, interpretá-las segundo as próprias conveniências e publicá-las para intensificar o comércio de notícias e a venda de publicidade.

O filme deixa claro como a corte, a igreja, os bancos e até os tribunais sempre foram as referências basilares desse mercado de notícias. Mas é nos Estados Unidos que o jornalismo vira um grande negócio, com Hearst e Pulitzer -, quando as tiragens se multiplicam por causa das grandes concentrações urbanas geradas por políticas, como a construção de uma ampla rede de ferrovias para ocupar o oeste norte-americano após a Guerra de Secessão. Começa-se a ganhar dinheiro com notícias, porque todos estão em busca de novidades e entretenimento. Esse padrão americano, no qual a notícia é um produto como outro qualquer e tem que ser apresentada ao público da forma mais interessante possível, para ser 'vendável', e chega ao Brasil por volta da década de 60.

Até o golpe civil-militar de 1964, os jornais do País refletiam o pensamento político de determinados partidos. O *Liberal* surge exatamente como periódico político do Partido Liberal, no ano de 1946. No Brasil, os jornais passam a se identificar politicamente com a derrubada do governo reformista de João Goulart e se unem, depois, na dissidência em relação ao regime, sobretudo após o AI-5, quando retomam a defesa das liberdades democráticas, ante o avanço da censura, da tortura e da eliminação de opositores. Quando cai o regime autoritário, os jornais e a mídia hegemônica em geral mantêm sua aliança, agora para evitar que a democracia avance além do que é considerado permissível pela alta burguesia nacional. A mídia brasileira se constitui então como partido político e passa a repercutir somente o que serve aos interesses e à perspectiva da alta burguesia nacional, diferente do que ocorre em países que costumam ser citados pela classe dominante brasileira como exemplos de civilidade, tais como Inglaterra, França, Itália.

A concepção de que a imprensa age como um partido político e ideológico é objeto de análises como a de (GUILHERME, 2018) que investiga a trajetória do jornal *O Estado de S. Paulo*, desde o tempo do Brasil Império, no século 19, quando o periódico surgiu, no ano de 1875, com o nome o jornal *A Província de São Paulo*, fundado por um grupo de cafeicultores ligados ao Partido Republicano Paulista (PRP). Um negócio resultante da parceria das elites rurais e a burguesia ascendente.

No Pará, o jornal *O Liberal* surge, em 15 de novembro de 1946, também como instrumento político, tanto que traz na capa da edição número 1, o slogan "Órgão do Partido

Social Democrático do Pará", e na mesma edição, o grande líder político, coronel Magalhães Barata traz logo uma ordem, para que os correligionários do PSD votem no major Moura Carvalho, para o governo do Estado (CASTRO; SEIXAS, 2013, p. 3).

O Liberal só terá a administração do empresário Romulo Maiorana a partir do ano de 1966, quando ele enquanto proprietário da Delta Publicidade assume a direção do periódico que passa a ter como slogan "Vespertino Independente", conforme (CASTRO; SEIXAS, 2013, p. 6). O estudo de Guilherme (2018) sobre o percurso do jornal O Estado de S. Paulo, que ganha este nome em 1890, é ilustrativo do histórico da imprensa brasileira identificada com as pautas neoliberais e ligadas às causas empresariais ao tempo em que se anuncia como defensora dos direitos individuais do cidadão.

Na atualidade, os jornais e a mídia brasileiros se identificam, então, no antipetismo e na rejeição a qualquer possibilidade de um estado de bem-estar social. Sua tarefa fundamental é demonizar lideranças da esquerda, tais como Luís Inácio Lula da Silva, cujo partido não é considerado parceiro estratégico da elite brasileira e, portanto, não é confiável. Trata-se, portanto, de uma questão de classe, pois não são exceções as vezes em que a imprensa e a mídia hegemônica no Brasil se aparelharam como atividade partidária, de oposição, e deixaram para trás o jornalismo.

“Eu acho que o jornalismo está sob ataque, existe uma tendência a culpar sempre a mídia, não, porque a mídia... olha o que a mídia faz ..., a pessoa não diz assim, olha, o que essa pessoa fez e a mídia está reportando. Não. A culpa é da mídia. Nos últimos anos, talvez, de 2018, para cá, um pouco antes, a mídia tradicional está sob ataque e, talvez, ela tenha também responsabilidades por essa crise de representatividade, quando tomou partido em muitas situações, por exemplo, no caso da ‘Lava-Jato’, todo mundo aderiu sem pestanejar a tudo que a Lava-Jato informava e divulgava e a mídia acabou agindo assim, como numa espécie de complô contra aquele governo, então a própria mídia ajudou, contribuiu para sua perda de credibilidade. E depois com a ascensão do Bolsonaro, a mídia passou a ser alvo frequente, por que? Porque esse grupo dele criou uma espécie de mídia particular, que eram os grupos de WhatsApp, grupos de Facebook, passaram a se informar por aquilo, passaram a divulgar notícias nem sempre verdadeiras e o próprio presidente até hoje diz que a verdade está nesses grupos, nessas ilhas de informação que vão para a população e não na imprensa tradicional que tem compromisso ético da verdade de apurar, então, o presidente e seus grupos passaram a atacar diretamente à imprensa, que perdeu muita influência e credibilidade, mas grande parte também por culpa da própria imprensa”. (Jornalista, 51 anos, 25 anos de atuação profissional).

Os profissionais entrevistados compartilham do entendimento dos jornalistas ouvidos no documentário O Mercado de Notícias sobre o negócio da informação no Brasil ser controlado por empresas capitalistas, de perfil familiar, interessadas sobretudo no lucro, como afirma um dos jornalistas locais.

“O mundo se transforma muito rápido, então, hoje o que é? Hoje, são as redações híbridas? Em que você faz uma coisa para várias plataformas? É. Essa é a realidade e não tem jeito, nós vivemos no mundo capitalista, infelizmente. E o sistema é esse: aquele que consegue produzir, hoje, infelizmente é o que a gente chama de precarização do trabalho, aquele que consegue fazer mais coisas com menos tempo e com menos salário é o que vai interessar aos empresários, entendeu? Então, eu vejo uma coisa, assim, uma dicotomia: é bom e é ruim. É bom porque você consegue hoje fazer mais coisas, as plataformas digitais, a internet, a revolução digital te permite fazer coisas de qualquer lugar. Eu posso trabalhar em casa para três pessoas, vamos dizer assim, nós que podemos ter a carteira assinada por mais de um veículo/empregador. Eu posso trabalhar da minha casa, ter três patrões e com uma facilidade. Eu não preciso me deslocar porque hoje, em dia, com o trânsito a gente gasta mais de uma hora para chegar de um lugar a outro. E o tempo é dinheiro no mundo capitalista (risos)”. (Jornalista, 47 anos de idade, 21 anos de atuação profissional).

“Antigamente, todo mundo via um jornalista ficava alegre. Hoje em dia, o pessoal quer agredir o jornalista, agridem. É uma profissão muito mais difícil para quem tá no campo, para quem tá na rua. O Jornalismo está se transformando numa profissão difícil. (...) Jornalismo não combina com retrocesso. Coisas que a gente não imaginava, pensava que seria só progresso não. A gente está encarando uma fase difícil de retrocessos do nosso trabalho, xingamentos. Mas, não quer dizer que não seja uma profissão ótima. Eu gosto. Eu gosto muito”. (Jornalista, 56 anos de idade, 31 anos de atuação profissional).

“Talvez, até antes da pandemia, ainda está, eu via uma onda muito de desconfiança contra o jornalismo, mas será que é verdade? Ah, tá falando isso...Com a pandemia, com as pessoas não podendo sair de casa e o jornalismo sendo a única fonte de informação na rua, ninguém estava saindo, principalmente na primeira onde tudo ainda era muito desconhecido (..) Pra mim foi muito forte assim a diferença, a pandemia surge, a tua única fonte de informação é acreditar no que os jornais estão passando, aí sim, eu vi as pessoas começando a recorrer ao portal, passando a vir perguntar pra gente o que estava acontecendo, se isso era verdade ou não, então eu enxergo do momento da pandemia, da primeira onda pra cá, um crescimento maior de confiar”. (Jornalista, 25 anos, 4 anos de atuação profissional).

O jornalismo, ponderam os entrevistados, é editado para publicar publicidade, que é o que de fato garante o dinheiro e os lucros dessas empresas. O papel do jornalista, nesse contexto, é proporcionar à publicação uma tiragem que justifique a venda mais fácil e o melhor preço do espaço publicitário, como opina esse jornalista, de Belém:

“Há muito tempo eu ouvi uma pessoa falando isso. Não são os anúncios que estão atrapalhando a notícia, são as notícias que atrapalham os anúncios. A prioridade do jornal é vender, é ter acessos, é ter cliques, é ter renda, né? Então, por mais que a tarefa do marketing seja a dos números, seja vender o nosso trabalho jornalístico, eu acho que o jornalismo do entretenimento está ocupando os espaços dos anúncios, no sentido de que são eles que criam os números valorosos que são vendidos nos seus mídia-kit” (documento que mostra o valor de uma plataforma para os futuros parceiros de negócios). (Jornalista, 23 anos de idade, 2 anos de atuação profissional).

Em síntese, os profissionais ouvidos tanto no documentário quanto em nosso estudo frisam que é ao jornalista, que cabe encontrar soluções para o seu trabalho diante da crise.

“Eu acho assim a gente viu essas mudanças, algumas coisas acontecendo, infelizmente, refletindo na precarização do nosso trabalho, na demissão de vários profissionais, não só do jornalista em si, mas todas as pessoas envolvidas no processo, precisamente, do impresso, que vai do cara da gráfica ao motorista que trabalha na distribuição do jornal, porque isso foi reduzindo, ficando cada vez menos. A figura do diagramador que está ficando cada vez mais escassa. Então, agora a gente tem que ser multifacetado, entender de tudo um pouco, fazer de tudo um pouco. vai chegar uma hora que algumas funções e atividades vão desaparecer, as pessoas vão ter que se especializar em outras coisas para continuar produzindo, mas para as plataformas. A redação do jornal O Liberal há 20 anos não se compara com o que a gente vê hoje, por aí você já tira, até a forma do fazer jornalístico. (Jornalista, 49 anos, formada há 21 anos).

“Fazer jornalismo com amor à profissão seja no portal, impresso, revista, onde for, isso vai transparecer. o amor do jornalismo do repórter ser o mesmo amor do dono da empresa; do fotógrafo, diagramador, se predominar esse querer fazer não só de um, mas de todos, a coisa muda muito. problema é de quem não fizer com amor, porque o jornalismo não morre. Não morre, só se a humanidade sumisse, porque a humanidade não age? Não tem ação? Onde tem ação tem jornalismo. (...) Até onde o jornalismo é atraente para o grande público? Ele é fundamental porque você não pode estar em todos os lugares do mundo, mas todos os lugares do mundo vêm até você por meio do jornalismo. Há um filtro? Há um filtro, como tudo, há um filtro. Então, o jornalismo é imprescindível. agora, o interesse existe. Ele pode ser maior? Pode”. (Jornalista, 57 anos, 32 anos de atuação profissional).

O fato é que até hoje não se consolidou o modelo de negócios que vai reger o tráfego de informações na internet. Embora a leitura diária dos jornais tenha sido substituída pela consulta às *timelines*, porque o negócio da notícia, tal como era, não parece mais se sustentar, a mídia nova ainda não deu sinais sólidos sobre o formato que a manterá de forma perene no mundo virtual.

Por sua vez, conforme pondera Amorim (2012, p. 403), as empresas jornalísticas buscam se adequar ao novo ambiente, procurando um lugar na internet. “Isto depende de encontrar um modelo de negócio que permita obter, juntamente com a publicidade, cuja receita ainda é baixa, lucro na exploração do serviço. Várias tentativas estão sendo feitas”.

Estamos naquele universo definido pelo filósofo Antonio Gramsci, em que o mundo velho ruiu, mas o novo ainda não surgiu e uma grande variedade de sintomas mórbidos surgem nesse interregno.

Se a crítica é a essência do jornalismo, a defesa do jornalismo hoje passa necessariamente por submetê-lo à crítica. Em um mundo onde há uma exuberância de notícias, ao jornalista cabe sempre buscar o novo entre as novidades; selecionar o que de fato é novo, sem negligenciar o passado, investigar, formar consciência, iluminar o debate público com informação.

A reportagem é a matéria-prima do jornalismo porque deriva sempre de uma pergunta a ser respondida pela notícia, aquele fato que, em algum lugar, o poder político e econômico quer esconder.

Nesse contexto, o papel do repórter passa por uma revolução de meios, mas continua fundamental, sobretudo porque há muito texto e muita informação na internet, mas quase nenhuma investigação de fato. Para os jornalistas, a internet roubou a exclusividade da notícia, mas não a capacidade do jornalismo de explicar às pessoas o significado dos fatos.

“Você jamais, por mais que você entenda tudo de tecnologia, mas o *feeling* do repórter, o bom texto, a capacidade de você pegar uma pauta e no meio da pauta você já fareja uma outra coisa, isso não tem tecnologia que substitua, não tem rede social, não tem programa”. (Jornalista, 49 anos, 21 anos de atuação profissional).

Os profissionais defendem que jornalismo é projeto coletivo, precisa de estrutura e de papéis definidos e que não se misturam. Eles afirmam que jornalistas não devem ou não deveriam se preocupar com publicidade, nem se autocensurar. Argumentam que o jornalista tem de se preocupar com a honestidade intelectual, escrever o que precisa ser escrito e contar sempre a verdade, por vocação, formação técnica e função social, para que as pessoas possam compreender melhor o mundo em que vivem.

3 A QUESTÃO DA TÉCNICA EM HEIDEGGER, UMA OBSERVAÇÃO DIRETA

Esse terceiro capítulo tem o objetivo de refletir sobre o fazer jornalístico para o impresso e para a web em diálogo com a questão da técnica em Heidegger. Deste modo, assim como apresentamos conceitos fundamentais encontrados em “Ser e Tempo”, abrimos a abordagem sobre o problema da técnica com um breve panorama da discussão enfatizada por estudiosos de Heidegger.

Há descrições pormenorizadas na longa história, pelo menos, há mais de duzentos anos, de que o homem se caracteriza pela habilidade de se organizar socialmente para produzir a própria existência. Das primeiras ferramentas para a sobrevivência, a exemplo da cerâmica, das peles de animais para a proteção, dos armamentos, do fogo e da representação pictórica da realidade, que se consolida como linguagem e informação, técnicas que, ao fim e ao cabo, são uma resposta à necessidade de assegurar a sobrevivência e melhorar a qualidade de vida.

A reflexão histórica e filosófica de Heidegger sobre a técnica, no entanto, se distingue do que está inventariado na vida cotidiana e mesmo no estoque de conhecimento das ciências humanas e na filosofia clássica do ocidente. Ele não elaborou um sistema sobre a questão, mas

seu pensamento é tido como profundo para a compreensão da condição do homem em relação com a técnica. "A proposta de pensar a técnica que ele, apesar da falta de sistematicidade, assumiu pode nos ajudar a ver melhor as apostas com que, agora, estamos comprometidos", (Rüdiger (2014, p. 18).

A técnica tem sido discutida pelos autores que trabalham com o pensamento heideggeriano, com importantes estudos e análises já publicados. Nosso desafio de análise é compreender como o jornalista se sente afetado pelas mudanças tecnológicas em curso no ofício. Leitão (2014), Silva (2007) e Mocellin (2012), entre outros autores consultados, para este estudo, mostram como Heidegger diverge da concepção habitual da técnica, originária do pensamento grego que a consolidou como o agenciamento de meios para a consecução de fins, Nas obras "A Questão da Técnica" e "Serenidade", Heidegger revela como a técnica influencia as relações do homem com ele mesmo e com o mundo ao redor. Num paralelo à abordagem heideggeriana, busca-se, aqui, o impacto que esse desenvolvimento tem na consciência dos jornalistas sobre o ofício e sua forma de fazer e ser jornalista.

À unanimidade, os 10 jornalistas entrevistados afirmam que as redes sociais são imprescindíveis para comunicação no trabalho. Eles também apontam que as redes sociais mudam a rotina, em um exemplo, o cidadão comum divulga os fatos, eventos e acontecimentos em "jornais" criados por ele mesmo em páginas do Facebook, como o "Jornal de Concórdia", e concorre com as mídias jornalísticas profissionais, como provedor de notícias.

Rüdiger (2014) afirma que há tempos a técnica é uma força de tração de toda a existência, encarnada primeiro no homem, em seguida na máquina e, agora, em redes de maquinismos com as quais, enredados, formamos um novo mundo. Pensá-la através de Heidegger significa compreendê-la em sua essência, para saber conviver com ela sem ser por ela dominado.

Vamos começar do início. De acordo com Mocellin (2012, p. 19), a palavra técnica vem do grego (*techné*) e tem a ver com a palavra *poiesis* (criação). É importante frisar que a "A Questão da Técnica", tema de uma conferência (1954) de Heidegger, a única, aliás, exclusiva sobre o assunto, não representa uma continuidade de "Ser e Tempo". Também observa-se, como já dito, que ele não escreveu uma obra sistemática sobre o tema. É possível, todavia, encontrar conceitos em diversas obras dele, entendidos como referentes ao tema. Além dos trechos em obras, foi na conferência de 1954 que ele inclusive chamou a atenção para as diferenças entre técnica antiga e moderna, e tratou da essência da técnica. Sobre o diferencial entre uma e outra, Mocellin (2012, p. 18-19) diz que a antiga deve ser entendida como uma criação humana aplicada de maneira mais rústica e sem interferir de modo expressivo na natureza e na

sociedade; por sua vez, a moderna seria: “um ‘fazer humano’ que ganhou aspectos globais, que interfere na natureza e também na vida de cada ser humano de maneira direta.

Autores como Rüdiger (2014), Leitão (2014), Silva (2007) e Mocellin (2012) abordam as reflexões de Heidegger sobre a questão da técnica, mostrando atenções específicas do filósofo sobre o fato de ele considerar o esquecimento do ser pela filosofia ocidental. Afinal, eles enfatizam, cada um à sua maneira, que o que interessa para Heidegger é o Ser e seu destino no Ocidente.

Rüdiger recorda a célebre frase cunhada pelo sofista da Grécia Antiga, Protágoras, ainda no século V a.C., "O homem é a medida de todas as coisas, das coisas que são, enquanto são, das coisas que não são, enquanto não são" (RÜDIGER. 2014. p, 11), após, ele dá um salto até Immanuel Kant e René Descartes, filósofos instauradores das ciências modernas, para frisar seguindo o horizonte investigativo de Heidegger, que uma pergunta se formulava com clareza e já não era mais silenciosa diante dos sentidos da ciência moderna: afinal, o que é o homem? (Id 2014, p. 11). A técnica, para Heidegger, é um modo de desenraizar, desabrigar, forçar a natureza a fornecer os recursos que a existência demanda. Não é, portanto, apenas um meio. É um fim em si mesma.

Na comunicação, essa constatação filosófica nos remete à expressão “o meio é a mensagem”, do filósofo canadense Marshall McLuhan. O novo princípio estabelece que o meio vai além de um canal de passagem ou um veículo de transmissão e, portanto, qualquer transformação nessa mediação é mais determinante do que uma alteração no conteúdo.

Essas observações permitem uma analogia imediata com as profundas transformações vivenciadas no mundo do trabalho dos jornalistas, o mundo da notícia e da informação, no qual a pressão do tempo real transforma a velocidade com que se divulga as notícias em um fetiche e ao mesmo tempo uma questão mais relevante que o próprio conteúdo da informação.

Esse desabrigar que constitui a essência da técnica, identificado por Heidegger, nos soa à saída do bebê do útero, ao fim de uma zona de conforto, na instabilidade como regra e todas aquelas características que Heidegger aponta como a condição de decadência do *Dasein* em sua relação com o mundo, com os outros e com a própria existência. As entrevistas feitas com os colegas jornalistas e apresentadas aqui revelam o que Heidegger classifica como “a perda do enraizamento das tradições”, afinal, aquilo que desabriga, impõe e enquadra, como o faz a técnica, retira de antemão qualquer referência que não seja o próprio novo.

Pois se a técnica impõe à existência o permanente desenvolvimento tecnológico das forças produtivas e de trabalho, qual a lógica de se remeter ao passado? E o que as tradições têm a ensinar a esse novo tempo e a seu devir?

Heidegger coloca em confronto o pensamento meditativo e o pensamento calculador, que ele classifica como dimensões complementares da existência humana: o pensamento que calcula é o que transforma o mundo, enquanto o que medita deve preparar os homens para essas transformações. Ele estabelece, porém, uma espécie de primazia ao pensamento meditativo, necessário para se contrapor à perda do enraizamento das tradições.

“No texto ‘A Questão da Técnica’, Heidegger apresenta a problemática da essência da técnica, utilizando-se da “Teoria das Causas” de Aristóteles, abordando a relação do homem moderno com a terra como dominador, apresentando a técnica como um tipo de desvelamento do mundo, entretanto, como um “desabrigamento” forçado, no sentido de que o homem desafia a Natureza para extrair e armazenar os recursos que forem demandados, mas o faz a partir do seu envolvimento com a essência da técnica, enquanto um modo de desabrigar. É nesse contexto que ele utiliza o termo *Gestell* (comumente traduzido para o português como “armação” para nomear a essência da técnica), o que a evidencia não como um meio, mas como “um modo de desabrigar” (HEIDEGGER, 2007, p.1-6).

Heidegger toma para si a tarefa de “abrir nossa existência (*Dasein*) à essência da técnica” (2007 apud LEITÃO, 2014, p.2), de maneira a tornar mais livre a nossa relação com ela. Ele trabalha com dois conceitos básicos de técnica, derivados das causas aristotélicas, a) meio para fins; b) fazer do homem, e conclui que essa “determinação instrumental e antropológica” não dá conta de definir a essência da técnica. Para chegar à “*alétheia*” (desocultamento), à “*veritas*”, à verdade como representação exata de algo, no caso a técnica, ele se refere a um processo de desvelamento que ocorre quando se constata que todo instrumento de produção obedece a uma causa e o ato de produzir é “um modo de desabrigar”. E esse desabrigar é um fundamento de produzir. De onde podemos concluir, que no ato de produzir a nossa própria existência, nós, jornalistas nos desvelamos.

E o que veio à tona nesta pesquisa apresenta, de forma clara nas entrevistas dos profissionais, que as novas tecnologias colocam em xeque referências profissionais, o que causa angústia existencial, impasses e estranhamentos, incertezas sobre o futuro, ao mesmo tempo em que afirma a importância do papel do jornalista como agente público compromissado com a verdade factual, isso em todos os meios e plataformas de informação.

Esse trabalho se inscreve nessa tradição de meditar a respeito da forma como nós, jornalistas, estamos produzindo a nossa própria existência em um mundo de tão profundas transformações.

No artigo intitulado “Heidegger: a questão da técnica e o futuro do homem”, Leitão (2014), argumenta que, “em um mundo imerso no que chamamos de ‘novas tecnologias’,

marcado pelo contínuo e acelerado avanço técnico, uma revisão da essência da técnica tal como discutida por Heidegger pode também nos ajudar a continuar repensando as possibilidades de ser do Homem”.

Rüdiger (2014) reflete então sobre o pensamento heideggeriano que ao ser apresentada como um tipo de desvelamento, isto é, o que revela, a técnica é o que dá conhecimento, o que exhibe o mundo. Pode-se conectar essa abordagem ao atual fazer jornalístico. Os entrevistados afirmam que o uso de algumas ferramentas/dispositivos são fundamentais para a prática da atividade, como fontes de informações, conversas com os colegas e, ainda, para o próprio monitoramento do que pode virar notícia, em uma espécie de permanente desvelamento:

“Talvez, tenham pessoas que consigam, mas, pra mim, no ambiente que eu vivo, não dá pra fazer jornalismo sem estar nas redes sociais, sem ter um smartphone, pelo menos, o WhatsApp instalado no celular. O mundo é isso agora”. (Jornalista, 27 anos, 3 anos de atuação profissional).

Este contexto contemporâneo de uso dos dispositivos digitais no campo jornalístico nos remete à compreensão da noção heideggeriana de um certo modo de desocultamento (*alethéia*). Conforme Silva (2007, p. 371), para Heidegger, o homem moderno requer das coisas a satisfação de suas necessidades naturais e instituídas e desocultar é desabrigar a partir do critério da utilização:

“O jornalismo não tem como escapar de você ir para as redes sociais. Um jornalista sem estar nessa comunicação... porque é uma espécie de comunicação” (Jornalista, 56 anos, 31 anos de atuação profissional).

Na medida em que os jornalistas falam sobre a rotina com os recursos tecnológicos se enreda o entendimento heideggeriano, segundo Silva ((Id 2007, p. 371), de que o caráter instrumental existe com certeza, mas antes dele há de se considerar um certo modo de habitar o mundo do qual a instrumentalidade é consequência, conforme dizem os jornalistas entrevistados, com relatos detalhados do cotidiano em relação com os novos recursos tecnológicos:

“(A internet) é imprescindível, essencial porque como eu trabalho com uma plataforma digital, tudo que a gente recebe, tudo que a gente precisa consultar ou produzir, chega, de alguma forma (pela internet/redes sociais). A gente se informa muito mais pelos sites regionais, nacionais, por troca de mensagens com outros jornalistas que também participam de grupos e estão sempre colocando as notícias que vão acontecendo, a gente se informa também através disso”. (Jornalista, de 49 anos, 21 anos de atuação de atuação profissional).

“(As redes sociais) Importantíssimo. Importantíssimo. Assim, eu vim de um jornalismo que ele já vem das redes sociais, né, um jornalismo muito digital. A minha formação já passa por aí”. (Jornalista, 25 anos, 4 anos de atuação profissional).

“(As redes sociais) Pra mim, funcionam muito bem, eu não sou como jornalistas da nova direção, que reclamam quando recebem um áudio longo. Eu gosto de receber áudios que têm informação porque eu me lembro que quando eu comecei lá ...era uma dificuldade você ter de ligar para o telefone fixo das pessoas para tentar falar com quem tinha a informação, hoje em dia é muito fácil pelo Whatsapp”. (Jornalista, 51 anos, 25 anos de atuação profissional).

“O jornalista que quer se manter no mercado, ele obrigatoriamente tem que aprender a linguagem multiplataforma, que é a internet, tem que saber – no caso, quem trabalha em jornal – tem que fazer o beabá do jornal, mas tem que saber fazer material para a internet também” (Jornalista, 47 anos, 21 anos de atuação profissional).

“Em tempos de redes sociais e Whatsapp, falar de informações no individual/pessoal ou profissional, não tem como se escapar das novas tecnologias e da instantaneidade delas (Jornalista, 43 anos, 26 anos de atuação profissional).

“Toda forma de comunicação tá valendo a pena, então é o Whatsapp, Twitter, Instagram são fontes. Por exemplo, o Boletim da Sespa da Covid sai no Twitter, Instagram, site da covid, do estado, a gente fica logo monitorando isso aí. Todo cara que trabalha em portal ou em comunicação-jornalismo tem que ficar monitorando o Twitter, o Twitter do Helder (Barbalho, o governador), do Edmilson (Rodrigues, o prefeito). O Whastapp nem se fala”. (Jornalista, 57 anos, 32 anos de atuação profissional).

“Eu não sou muito usuário das redes sociais, eu tenho redes sociais, mas a única rede social que eu uso mesmo é o Facebook. Eu não gosto muito de me informar através do Facebook. E, basicamente, eu sou pouco participativo. Assim, não gosto de fazer comentários. Mas, em tempos de informação, eu tô falando, o que é a notícia, eu prefiro os sites de notícias”. (Jornalista, 54 anos, 34 anos de atuação profissional).

“Eu tenho uma relação conflituosa com as redes sociais, mas o papel delas no meu trabalho é me informar sobre o que tá acontecendo na cidade. (...) Então é muito importante no sentido de você estar nas redes sociais ligado no que tá acontecendo aqui, ali. Atualmente a rede que eu mais uso para me informar é o Twitter. Mas, tô tentando me desintoxicar dela, desde o dia 6 de dezembro (2020) eu apaguei o programa do meu celular, porém eu tenho perfis importantes notificados, como o do governador do estado e do prefeito da cidade. Então todas as vezes que eles twittam alguma coisa eu recebo uma notificação no meu celular, é a principal fonte que uso para me informar». (Jornalista, 23 anos, 3 anos de atuação profissional).

Quando 10 dos 10 jornalistas entrevistados têm clareza e inserem as mudanças tecnológicas em curso em seu cotidiano, em geral, e parecem motivados a acompanhá-las e tirar proveito delas, nos parece instigante ter o pensamento heideggeriano como fio condutor sobre a técnica, na medida em que o filósofo entende que o homem se faz a si mesmo enquanto produz a própria existência. E é nesse processo, nessa armação de fazer a si mesmo enquanto produz a própria existência que está a essência do que é a técnica, o devir. Em outras palavras, é na imposição da técnica sobre a existência que está o que é essencial no ato de produzir.

Empregado pelo filósofo como “armação, composição, enquadramento, arrazoamento, imposição, instalação, dispositivo...”, *Gestell* indica que o homem não está no controle do

desenvolvimento técnico, “pois não estaria preparado para a transformação proveniente desses avanços”.

É como o aprendiz de feiticeiro que desencadeia forças sobre as quais depois não tem mais controle.

Mostramos neste trabalho, em uma dada realidade concreta, as diferentes formas pelas quais as transformações tecnológicas têm afetado as perspectivas da profissão, na quotidianidade de diferentes gerações de jornalistas, modificando a maneira como veem e interpretam o mundo do trabalho, da informação e do jornalismo e como, a partir dessas novas experiências, projetam o próprio futuro, na sua relação com o ofício e, por consequência, com a própria existência.

Em análise das reflexões heideggerianas, Rüdiger (2014, p. 19), nos aponta que para o filósofo, a tecnologia é criadora ou mesmo poderia se dizer autora de uma era e manifesta uma maneira de ser que abre um mundo. Conforme Rüdiger (2014 apud LEITÃO, 2014, p. 1): “O crescente avanço tecnológico tem modificado não apenas o modo como as pessoas veem o mundo ou a sua relação com ele, mas também elas mesmas”.

Tomando a liberdade de interpretar uma dada realidade profissional nesta era informacional, nota-se que o profissional se empenha para estar preparado ao novo, tais como corresponder às expectativas frente à concorrência com o ‘tempo real’ e com as plataformas digitais da ambiência da internet, que exigem rapidez, ainda que essa rapidez acelere tudo como se extinguisse o tempo para alguns próprios modos da atividade, como um certo prazo temporal para a apuração de uma informação, por exemplo. Em analogia ao pensamento de a técnica mudar também a relação do homem consigo mesmo, o jornalista, ao tempo que afirma a facilidade de atuar em uma época em que é possível fazer quase tudo sem sair do lugar (cada vez se vai menos à cena dos acontecimentos), comenta sobre a preocupação de correr riscos de divulgar algo não preciso (por falta de tempo) e ainda sobre ter de se manter atualizado constantemente diante da quase infinita profusão de informações, para seguir no mercado.

Amorim (2102) explica que as condições tecnológicas atuais vêm das áreas da informática, telecomunicações e eletrônica. Ele afirma que o computador foi criado há mais de 60 anos e foi decisivo para revolucionar os modos de apurar, armazenar e processar informações e dados. O pesquisador também diz que a digitalização foi um outro avanço importante porque eliminou as fronteiras entre os meios de comunicação. Ele cita as etapas firmadas por Balle:

Na primeira, os meios – jornal impresso, televisão, rádio e cinema – estão separados e não dialogam entre si. Ocorre, então, um movimento de aproximação, pela combinação de duas técnicas, como no caso da televisão via satélite, tornada possível, a partir de 1962, com o

lançamento do primeiro satélite de comunicação, o Telstar (EUA), na década de 1960, dotado de canais para telefonia e para transmissão televisiva. Na etapa seguinte, a aliança de duas tecnologias diferentes dá origem a um novo meio, como o videodisco (1978) e o vídeo texto (1981). A terceira etapa é consequência do desenvolvimento simultâneo da informática, da teledifusão, das telecomunicações e da criação da linguagem numérica ou digital. Nas palavras de Balle, “o casamento de técnicas da linguagem numérica levou ao desenvolvimento de uma nebulosa de serviços em grande escala por uma só rede que pode fazer tudo. (BALLE, apud AMORIM, 2012, P394).

Próximo de completar 26 anos de experiências na ambiência da internet, o jornalismo ou os jornalismo seguem tentando se firmar enquanto novo modelo de negócio economicamente bem-sucedido, considerando os recursos tecnológicos disponíveis. O primeiro jornal online no ar, em 1995, foi o *Personal Journal*, uma versão digital do *The Wall Street Journal*. Também em 1995, aqui no Brasil, surge o JB Online, o primeiro jornal nacional na internet. Vieram depois os grandes portais noticiosos (UOL, em 1996, e, o iG, em 2000). Os formatos são variados.

Há agências, sites, portais, plataformas, blogs, com produção diária, semanal, mensal e até sem periodicidade regular. No entanto, passadas quase três décadas de formatos jornalísticos experimentados no ambiente *online*, ainda, não se tem notícia de empresa jornalística consolidada como exemplo de sucesso no mercado, nem tão novo assim. As boas experiências mantêm a marca de antigas empresas do gênero jornalístico, a exemplo de jornalões com circulação nacional no País que desenvolveram sites jornalísticos. A imagem é a de um cachorro correndo atrás do próprio rabo.

O jornalismo transmidiático, que são as reportagens com conteúdos de natureza diferentes, como vídeos, áudios, fotos, sons, infográficos, tecnologias de realidade ampliada, por exemplo, demanda maior planejamento, mais tempo, investimentos financeiros e ainda não se tornou popular nem está acessível à ampla categoria de empresas/internautas/consumidores. Por outro lado, mídias tradicionais – como os jornais impressos – vivem sob ameaças, com as mudanças profundas na comunicação contemporânea, impulsionadas pelas novas tecnologias.

O jornal impresso O Liberal é um veículo de massa produzido na Amazônia Paraense há mais de sete décadas, de forma ininterrupta. Em 15 de novembro de 2021, ele completou 75 anos de fundação, e a partir de maio do ano de 2018, iniciou o projeto de “Redação Integrada”, com a produção jornalística, de parte de sua equipe, também voltada para o seu portal de notícias na internet: OLiberal.com. Desde então, os repórteres trabalham em duas frentes para atender ao impresso do dia seguinte, e, digamos, em “tempo real” à web.

São experiências profissionais novíssimas e que vêm mudando com a chegada de novos recursos tecnológicos, que na medida em que parecem mais sofisticados também simplificam a produção e distribuição das informações/notícias, permitindo o compartilhamento de textos, fotos, vídeos, áudios, posts com artes etc. Mas exigem novas habilidades. Um universo distinto para os repórteres, em geral, principalmente, para os mais antigos, que antes se restringiam a apurar as informações e produzir textos para o impresso.

3.1 Sobre novos fazeres jornalísticos

Referenciada enquanto negócio, conjunto de técnicas e mesmo ofício, a atividade jornalística tem uma estrutura dinâmica e, para longe do que se poderia imaginar que, ao fim e ao cabo, os anos de profissão resultariam em um bom jornalista tomado como pronto e acabado, pois que a atividade se firma como secular, eles próprios, os jornalistas mais experientes, com 20, 30 anos de atuação, têm somente perspectivas de ser, e revelam um profissional em pleno processo de novas aprendizagens, digamos, inacabados por natureza, o que nos permite um paralelo com o conceito inacabado do Ser-aí, desenvolvido por Heidegger

Fausto Neto (2012) considera importantes mudanças na produção das notícias, a partir de um deslocamento do papel do jornalista de regulador do processo a ator, na passagem da “sociedade dos meios” à “sociedade em vias de midiatização”. Ao abordar os efeitos da midiatização sobre as práticas jornalísticas, a partir do novo ambiente técnico-enunciativo jornalístico e de uma nova situação entre produtores e receptores, o pesquisador pondera sobre a perda da capacidade de mediação dos jornalistas e o surgimento do seu papel de se tornar mais um ator, como consequência do novo desenho que se observa com a presença de novos atores, os cidadãos comuns que passam a ter acesso aos processos e instrumentos de produção da atividade jornalística, e que se posicionam agora no que o autor descreve como uma zona de interpenetração.

Nesse sentido, em vez de se constituir como ‘Guardião do contato’, por sua condição inicial de mediador da comunicação jornalística, o jornalista passa a se tornar mais um operador, uma espécie de organizador do acontecimento e menos um apurador.

Ele explica, ainda, que esses fenômenos “têm a ver com a complexificação dos processos de circulação de discursos, a partir da intensa afetação que a sociedade sofre, em modo crescente, dos processos de midiatização de suas práticas” (FAUSTO NETO. 2012. p. 287).

Justamente sobre a complexificação dos processos de circulação de discursos, jornalistas ouvidos neste estudo também tentam compreender as mudanças e o novo papel do profissional, conforme afirma este jornalista de 57 anos, 32 dos quais de atuação profissional:

“O ‘tempo real’ é importante, o cara ter à disposição dele, em tempo real, todas as notícias do mundo, todas as redes, e ele ainda tem o jornal impresso no outro dia. por exemplo. Mas tem uma coisa: o cara não tem o tempo todo, ele não vive para saber notícias. Ele tem que trabalhar que nem o jornalista, então um meio de comunicação, por exemplo, compensa o outro ou completa o outro. E o jornalista tem esse papel de organizar o que é mais relevante”.

Um outro aspecto identificado nas entrevistas sobre o fazer jornalístico é a ansiedade em relação às exigências do novo mercado ante o futuro profissional, sobretudo para os jornalistas da geração anterior à revolução digital, que evidenciam tanto a necessidade quanto a resistência em aprender sobre o novo para iniciar novos procedimentos a partir do uso dos aplicativos e dos dispositivos móveis. Há relatos também sobre o medo de serem descartados por falta de habilidades tecnológicas, sobre o incômodo de se sentir em estado de atenção permanente por causa do volume de conteúdo no fluxo contínuo dos ‘apps’, e, ainda, sobre o caráter banal de parte do conteúdo noticioso.

Jovens e antigos jornalistas se sentem afetados com o caráter banal das notícias, por exemplo:

“Eu me incomodava, me incomodo, mas é isso que as pessoas querem. É triste, mas eu vou fazer o quê? Chega uma hora, por exemplo, que a audiência está baixa, a gente sobe só isso”. (25 anos, 4 anos de atuação profissional)

“Assim, eu não vejo com profissional de imprensa, eu não vejo necessidade de você dizer que fulano estava traindo o marido ou estava traindo a esposa. Mas isso, de uma certa forma, desperta a curiosidade de um público que tem algum interesse. Eu já questionei uma pessoa que trabalhava muito com portais de notícias, eu perguntei por que tanto conteúdo absurdo você visualiza nesses sites, diz que tudo desperta interesse nas pessoas”, (54 anos, 34 anos de atuação profissional).

Os profissionais mais antigos observam que precisam desenvolver um novo sistema cognitivo e prático diante das transformações tecnológicas:

“Nós, como jornalistas, estamos de certa forma também na vanguarda dessas mudanças (tecnológicas), sofrendo diretamente essas mudanças, a gente acaba tendo que fazer isso (reaprender), eu vejo que se eu não me qualificar e se eu não me preparar para esse futuro que já chegou - e eu inclusive estou atrasada -, eu não vou ter, daqui a algum tempo, mercado de trabalho pra mim. Então, ou a gente corre atrás do prejuízo e se qualifica para continuar, infelizmente, a gente tem de continuar vendendo a nossa força de trabalho ou a gente se ferra”. (Jornalista, 47 anos, 21 de atuação profissional).

“A meninada já sai da universidade, das faculdades, forjada para isso, ela tem toda uma intimidade com a tecnologia, isso para eles não é novidade nenhuma, quem tem de se adaptar somos nós que somos de uma outra geração, nós não fomos preparados

para isso, mas eu acho que alguns profissionais, algumas pessoas são mais refratárias às novas tecnologias, tem gente que não abre mão de escrever à mão, de anotar tudo, ‘não, eu não quero gravador, eu anoto tudo no meu bloquinho’. ‘não, eu não quero, ... acho que isso é uma coisa muito pessoal, mas é lógico que compromete sim’’. (Jornalista, 49 anos, 21 de atuação profissional).

“Eu não fui formada para atuar com essas tecnologias. Eu também não vejo a necessidade de tanta pressa porque a qualidade fica a desejar, é muita notícia desnecessária’’. (Jornalista, 43 anos, 26 anos de atuação profissional).

As mudanças no campo da atividade prática jornalística em uma sociedade que se configura em rede pelas novas tecnologias de comunicação viabilizam diferenças e até distinções expressivas nas formas de se fazer reportagens, entrevistar as pessoas e elaborar a pauta. Mantém-se, ressaltamos, rotinas antigas, mas há novas também, entre elas, repórteres pouco vão para as ruas se comparado com um tempo recente em que esse era um padrão da reportagem: ir ao local do fato ou do pós-acontecimento. Para não perdermos de vista nosso referencial teórico, vamos apresentar com mais detalhes as alterações já citadas, nesse tópico.

O jornalismo *online* repete fazeres antigos e básicos, em tese, iguais aos do impresso, considerando a apuração das informações, redação de textos e divulgação das notícias contudo a aplicação do *modus-operandi* é completamente diferente e, por vezes, até conflitante, entre a mídia tradicional e a mídia *online*. Vejamos um exemplo. Os jornalistas afirmam que é possível e natural dar uma notícia (na web) sem que necessariamente ela esteja completa (conforme requer o impresso). E isso ocorre para se assegurar eficiência, traduzida em agilidade, frente à concorrência digital e que começa a formalizar a cultura da superficialidade.

Um outro ponto a se observar, e que já era uma prática antes mesmo da pandemia da covid-19, (a partir do ano de 2020), e que, praticamente, se sistematizou, é o de os jornalistas realizarem as entrevistas, sem saírem da redação. Afinal, não faltam meios para se comunicar com o mundo externo, de dentro da redação. Isso não é nenhuma novidade há décadas. Mesmo sem ir à cena do acontecimento, se ouve os personagens e as instituições oficiais, por meio de telefone fixo, mais recente, por e-mails, entre outros dispositivos. E na atualidade, por mensagens via os *apps* WhatsApp, Twitter, Instagram, Telegram. Ocorre que, ao contrário de antes, as informações, os fatos, os eventos já encerrados, chegam aos jornalistas espontaneamente por meio dessas mesmas ferramentas.

Para se ter uma ideia do imbricado contexto de novas práticas e do quanto ele implica em uma reconfiguração do fazer jornalístico, ainda que se tenha uma ampla variedade de meios e recursos tecnológicos, um elemento valioso, ‘o furo’, no jargão da profissão, é raro na atualidade, e tem sido referenciado com uma nova concepção. O “furo” que na linguagem jornalística se usa para dizer que a informação é exclusiva, entra para lista de extinção dos

elementos constituintes da atividade ou do resultado do fazer jornalístico. No impresso ou no digital, o furo é escasso. São muitos os fatores para o ‘sumiço’ do furo, mas os jornalistas compreendem que um deles é o fato de que a fonte/entrevistado também mudou. A fonte agora, por falar por si, não espera para ser ouvida por esse ou aquele profissional, essa ou aquela mídia. Ninguém mais se surpreende de a fonte ‘furar’ o jornalista, pois a internet viabiliza a conectividade entre redes virtuais, e dependendo da informação, em poucos segundos, é possível que a notícia alcance uma divulgação massiva no universo virtual, compartilhada por milhares de grupos de pessoas que se conectam em redes que geram outras redes e redes.

Como já dito no tópico “Sobre Poder Ser e Deixa de Ser”, referindo-nos à compreensão- interpretação, uma das estruturas existenciais do Ser-aí, é curioso constatar que o jornalista ao se deparar com as transformações, como a dificuldade de noticiar um furo jornalístico, na rotina do jornalismo impresso, se abre para as possibilidades que vêm com o novo mundo. Em outras palavras, na medida em que compreende o cenário, o profissional elabora as possibilidades para reafirmar sua existência profissional, motivado a conviver com as mudanças, tal qual nos mostra o pensamento heideggeriano, sobre a estrutura principal do ser-no-mundo, o homem lançado, que se relaciona com as coisas e com os outros em aberto na relação com o mundo.

Não se deve achar, no entanto, que pensamos a representação do jornalista como um amontoado de elementos ou um conjunto de partes que se somam; em nossa concepção restrita à teoria do Ser-aí heideggeriana, ousamos apreender cada elemento concreto projetado pelo jornalista ouvido, em si mesmo, isto é, como ele se apresenta na perspectiva de ser jornalista no mundo das trocas simbólicas em que nada parece continuar a ser como vinha sendo.

Os jornalistas reconhecem a dificuldade de ‘furar’ a concorrência, mas não ficam impassíveis, dão exemplos exequíveis de estratégias, reafirmando o valor das fontes. Não foram poucas as falas sobre reelaborações de estratégias para acessar informações valorosas, embora o campo da ideia seja um e o da prática outro. Por outro lado, a figura do cidadão comum provedor de notícia no ‘tempo real’ das redes sociais também não é tida como um vilão do determinismo tecnológico. Os profissionais entendem que essa é uma realidade destes tempos e o cidadão/provedor tem de ser visto como aliado, nunca como uma ameaça, conforme comenta esta jornalista:

“Eu acho que a gente tem de trazer pra gente. na frente da casa dele morre alguém. Ele que vai saber primeiro informação. O que a gente pode fazer é recorrer a ele e saber o que aconteceu, e ir lá como um órgão oficial e subir. Pra mim, tem de agregar. Não dá pra competir”. (25 anos, 4 anos de atuação profissional).

Sobre a concorrência com os internautas, em síntese, os profissionais consideram natural o interesse de se divulgar o que ocorre próximo e destacam que o conteúdo local desperta grande interesse dos indivíduos, no Pará, o que nos remete à reflexão heideggeriana de a técnica implicar um certo modo de existir, entre as pessoas que gostam de ver e compartilhar o que veem. O que não era possível até recentemente em virtude da não popularização dos dispositivos tecnológicos.

Os jornalistas também veem como natural o compromisso com um novo fazer jornalístico: é preciso desenvolver o hábito de monitorar e até estabelecer contato com quem se destaca como provedor de conteúdo, mesmo sem ter o perfil jornalístico profissional. Isso tudo sem se perder de vistas os preceitos estabelecidos pela imprensa, como pontua este jornalista de 27 anos de idade e 3 de atuação: “(...) Não é olhar e reproduzir. Mas, nessa hora, nós, jornalistas, temos a função de não só informar, mas ser checador de fato, checador de notícias”.

Ainda, sobre o “sumiço” do furo, ele insere duas questões interessantes. A primeira diz respeito à falta de relevância ou distinção entre uma empresa jornalística e outra, pois o furo costuma dar distinção de bom jornalismo ou mesmo de bons jornalistas. A segunda coisa a se observar sobre a escassez da ocorrência do furo é que parece haver uma mudança de concepção sobre a figura dele, do furo. Parece que furar o concorrente é dar a informação na frente, ainda que se esteja reproduzindo uma notícia, originária da produção de outra empresa/site/jornal.

E as mudanças prosseguem, desde a concepção da pauta aos critérios de noticiabilidade. Em meio a essa barafunda está o jornalista, que independente de idade e do tempo de profissão, tem o desafio de lidar com o novo que ainda não se consolidou. Mais uma vez, a figura do jornalista nos remete à condição do *Dasein*, que lançado ao mundo busca acolhimento, mas por perceber que está sujeito às circunstâncias, transita para o modo impessoal de ser, unindo-se a outros na multidão, protegido pelo anonimato.

Seguindo nosso referencial hermenêutico, compreendemos que ao falarem do cotidiano, os jornalistas estão expondo o que os constitui na existência do fazer profissional. De nada adiantaria coletar as informações na empiria sem uma base teórica consistente. Assim, junto à observação participante, às entrevistas e à análise do dito dos entrevistados, buscamos auxílio nos conceitos heideggerianos para responder “como chegamos até aqui”.

As falas manifestas dos profissionais durante as entrevistas compõem a intersubjetividade cotidiana de cada um, e de modo mais amplo, do coletivo, isto é, integram o conjunto de relações sociais de um dado fazer jornalístico, na capital paraense. Desse modo, procuramos compreender a experiência em relação às tecnologias, aos próprios outros jornalistas e a si mesmo, afinal, para Heidegger, não dá para entender o significado das coisas

e do ser humano, sem o contexto. Wittgenstein, considerado um dos pais da filosofia analítica, também contribuiu, na década de 1920, para o desenvolvimento da fenomenologia a partir da importância das circunstâncias para o Ser-aí, ao refletir sobre o ser humano a partir dos jogos de linguagem, sempre inserido em certo contexto. Ele partilha do entendimento que sem o contexto, o enquadramento específico da condição, do ambiente, é impossível analisar o ser humano, e a análise quando acontece tem na linguagem um foco central para entendê-lo.

Voltando ao Ser e Tempo, de Heidegger, que conceitua que o ente já nasce jogado no mundo, aberto, misturado, e assim por diante, pegamos carona no raciocínio de Mattos (2014), para tentar evidenciar esse caráter abstrato de já se ‘nascer misturado. O autor utiliza a ideia do bebê, que em seus primeiros meses de vida, não faz distinção entre ele e a mãe, vivendo com a convicção de que ele e ela são um único ser. Sob a análise da fenomenologia, Mattos explica que o bebê só, aos poucos, vai adquirindo uma certa compreensão da realidade; com o passar do tempo, adquire uma linguagem e tudo isso começa a fazer parte dele, e obviamente, a partir do meio, da família, do lugar onde ele vive e da época em que ele vive, ele formará a sua identidade, pois que tudo, as coisas e as pessoas ao redor, vão construindo no bebê uma certa maneira de ver o mundo. Uma identidade pessoal, mas uma identidade que se dá nesse contexto de relações, e certamente ele compreenderá as coisas, conforme a compreensão dominante no meio em que está inserido. E com esse exemplo simples, afirmamos que é isso o que Heidegger chama de o impessoal. Uma certa compreensão das coisas que todo mundo partilha. No estado inautêntico, a tendência é fazer o que os outros fazem, ir seguindo os outros, o chamado comportamento de manada.

Mattos (2014) nos ajuda a entender o que nos ocorre no estado inautêntico, com uma outra imagem, desta vez, a de um barco seguindo conforme o soprar das correntes de ar. Ora para um lado; ora, para outro. Ocorre que um dia, o ser humano está ali, mas o barco some e o ser se vê perdido em meio ao oceano. Nesse momento o ser perde as referências, se sente sem chão, para usar uma expressão popular. É nesse momento que se tem a noção específica do que Heidegger usa para definir a angústia. O momento em que se perde as referências, e se é tomado pelo nada e se sente que não se pertence a esse mundo. Que o mundo em que nos sentíamos em casa, já não é mais familiar. E sem se identificar mais com o mundo, o ser humano não se reconhece mais ali. Heidegger compreende que nesses momentos de angústia é que o ser vive a possibilidade da abertura para a questão do ser, porque é aí que o mundo dos entes deixa de fazer sentido, em razão de o ser perceber que está, de fato, jogado no nada e passa a refletir sobre a questão do ser, da existência. E só então a questão do ser faz sentido, ela nos toma, segundo Heidegger, de alguma maneira, porque é a única certeza que resta é a de que se existe.

Mas e agora? Ciente de sua existência única e angustiado, o que se faz? Essa é a grande questão da analítica existencial. Sartre tem a célebre frase, “não importa o que fizeram de nós, mas o que faremos com o que fizeram de nós”. Heidegger vai nos dizer que existem dois caminhos possíveis nesse momento de angústia. O caminho de você mergulhar na questão do seu ser próprio e tentar encontrar, em meio a diversas e variadas referências e significados, o que seria mais autêntico, o que é próprio, seu, e isso seria encontrar o caminho da autenticidade. A outra opção é fingir que nada aconteceu (a perda das referências e crenças) e tentar voltar para as mesmas convicções. Isso exigirá um esforço grande de representação, digamos, um fingir que nada aconteceu.

Quanto ao nosso corpus, os jornalistas ouvidos atuam na mesma redação, têm formações similares na teoria, conduzindo, práticas semelhantes, dependendo dos cargos ocupados, o que é óbvio, mas têm experiências únicas dentro da rotina, como todos os entes, que somos nós na manifestação do existir. Nessa tentativa de diálogo entre a teoria e a empiria observada, sabendo da complexidade do tema, e da impossibilidade de explicações definitivas, seguimos tentando abrir caminhos e espaços para a manifestação do mais autêntico, do modo próprio do Ser-aí, do jornalista. Nós procuramos ouvi-lo para que ele assuma o processo e nos diga “é por aqui!”.

3.2 Sobre as práticas e o Falatório

Os profissionais apontam que o antigo *modus-operandi* de boa parte do trabalho de apuração, buscado direto com as fontes, conforme ocorria há pouco tempo, se dá agora por meio do “monitoramento” das postagens no Facebook, Instagram e dos “tuítes”, palavra essa derivada do verbo “twittar”, publicados pelas próprias fontes, pessoas com distinções por motivos diversos e mesmo os cidadãos comuns, personagens de histórias acidentais, pitorescas etc.

Os jornalistas reconhecem o aspecto positivo para a profissão da facilidade do acesso a toda informação na base de dados, que é a rede mundial de computadores, mas atentam para os riscos dessa facilidade e colocam que o limite é a competência de se atentar à qualidade do que se lê. Eles têm claro o entendimento de que a competência individual determina a avaliação da informação que chega, que tipo de informação valorizar e o tratamento a ser dado a ela. No entanto, frente à profusão incessante de notícias e à pressão do mercado pela atualização imediata da informação, considerando o webjornalismo, nem sempre há tempo para se confrontar o que chega de informação. Esse é um traço a se observar no processo sobre o já citado domínio da tecnologia.

Os profissionais apontam também, que a despeito de terem senso crítico para avaliar a informação, a audiência digital tem força suficiente para impor o que será notícia. Nesse contexto, acaba que parte do noticiário, por causa do grande volume de acessos, comentários e compartilhamentos, diz respeito a notícias banais, em uma espécie de jornalismo de entretenimento e só. Esse tipo de noticiário é próprio do que Heidegger classifica como o *Gerede*, o Falatório, conforme nos aponta Sodré (2014, p.3): “São raros hoje os debates reflexivos. Nas tecnologias comunicacionais, o que predomina é o falatório (o *Gerede* heideggeriano) intransitivo, além das múltiplas formas de entretenimento. Todo mundo quer rir”.

Falaremos sobre o conceito do *Gerede* mais adiante; por ora, devemos ressaltar que o webjornalismo tem sim um procedimento padrão comprometido com a criação de pautas sérias direcionadas tanto para a prestação de serviços quanto para a denúncia e discussão sociais. É inegável que os profissionais percebem também o excesso de notícias, a falta de aprofundamento e de certa superficialidade dos conteúdos, sobretudo no *online*. “Quando eu vou pegar uma notícia na internet, eu sinto falta do aprofundamento, eu fico me perguntando depois: e aí? Toda aquela regrinha que a gente aprendeu foi para o espaço, hoje em dia já não se responde. (...) Isso enfraquece sim o jornalismo, porque jornalismo é conteúdo, é qualidade. Então, fica muito fraco, quando você lê e sente falta e fica no aí, já sabe que está fraco, muito fraco por sinal” (Jornalista, 56 anos, 31 de atuação profissional).

Na redação a rotina é clara, deve-se ficar atento às notícias, independente da fonte que a gere. É comum se recorrer às agências e sites jornalísticos de grande audiência virtual, na tentativa de ‘cavar’ materiais que tenham repercussão local na medida em que forem regionalizadas; na maioria das vezes, porém, por motivos diversos, entre eles a necessidade de instantaneidade de se noticiar algo, as equipes se contentam em reescrever as notícias nacionais, no padrão ‘com informações do site tal’.

3.2.1. Falatório

Esse subtópico faz uma breve linha do tempo da origem da dimensão do Falatório heideggeriano. No projeto exposto em *Ser e Tempo*, o Ser-aí se retira do fenômeno do ‘falatório’ para ter ausculto ao próprio ser, e assim realizar-se como ser-para-a-morte. Esse é um estado considerado autêntico, para Martin Heidegger, que chegou ao entendimento do falatório como uma apropriação produtiva do pensamento aristotélico. Entre os filósofos clássicos, Sócrates, Platão e Aristóteles, esse último foi quem exerceu maior influência sobre o

pensamento de Heidegger, quando ele iniciou a elaboração de seu próprio pensamento como método de acesso ao fenômeno da vida, conforme ele próprio afirmava na década de 1920.

De início, Heidegger se concentrou na religiosidade cristã como o primeiro paradigma histórico para o projeto de uma ciência originária da vida, mas acabou constatando que “havia apenas a esperança de se chegar ao nexo da realização da vida cristã” (ESCUDERO, 2017, p.88). À época, na década 1920, Heidegger dizia que a melhor comparação para a definição do homem pela filosofia tradicional, disciplina que definia o ser humano como um animal dotado de razão, era de um vivente que lê periódico. A imagem do homem enquanto um vivente que lê periódico, apresentada por Heidegger, (Ibid., 2017, p.88), é uma boa tradução da ideia de que “o homem realiza sua existência no horizonte dos meios discursivos e comunicativos. E essa realização se pode produzir tanto própria como impropriamente.”

Heidegger acha nos escritos práticos de Aristóteles a inspiração para o seu próprio programa filosófico, em busca da natureza da existência humana. É a partir de Aristóteles que Heidegger desenvolve o entendimento da dimensão prática da vida como cuidado pelas coisas e pessoas ao redor. Além disso, segundo Escudero, o pensamento aristotélico leva Heidegger entender “a fala não só como linguagem ou discurso, mas como a condição ontológica do falar enquanto tal. Os falantes podem falar da mesma coisa pelo fato de compartilhar uma mesma linguagem natural”. (ESCUDERO, 2017, p. 89).

Ao conhecer a filosofia aristotélica e a premissa do fio condutor para a investigação da natureza humana, por Aristóteles, a verdade, Heidegger passou a considerar que, ao partir das relações quotidianas nas quais comentes o ser humano se encontra no mundo, Aristóteles propunha um método rico para se compreender o ser. E entendeu, nesse sentido, que a vida humana é o que se apresenta como mais apropriado para a abertura da verdade. A partir daí, sempre considerando a filosofia aristotélica, o que mais intrigou Heidegger foi saber qual dos cinco modos, - segundo Aristóteles – permite uma manifestação mais originária do mundo e do ser, a exemplo da arte, ciência, prudência, sabedoria e do intelecto.

Na busca pelo verdadeiro conhecimento, Heidegger alterou a hierarquia das determinações aristotélicas e passou a desenvolver o que ele chamou de a primeira hermenêutica sistemática da quotidianidade do conviver. “Heidegger converte a práxis na estrutura ontológica fundamental do *Dasein*, enquanto que a teoria e a *poiesis* se consideram duas modalidades de comportamento que Heidegger equipara respectivamente com o estar-à-mão (*Zuandenheit*) e o estar-aí-diante (*Vorhandenheit*), ambas unificadas na ocupação (*Besrogen*)”. (ESCUDERO.2017, p, 19).

Os escritos práticos de Aristóteles também levaram Heidegger a interpretar a fenomenologia da fala cotidiana, batizada por Heidegger tecnicamente com o nome de Falatório (*Gerede*). No parágrafo 35, de *Ser e Tempo*, Heidegger caracteriza o Falatório como uma possibilidade do discurso que determina a interpretação e a comunicação cotidiana do Ser-aí, as quais, por sua vez, constituem o modo de ser em que ele se detém a maior parte das vezes e em primeira aproximação. O Falatório regula o que e como se fala quotidianamente, porque define e circunscreve não apenas a compreensão de ser vaga e mediana em que o Ser-aí já sempre se move, mas também suas disposições possíveis.

O conceito do Falatório é claramente possível porque estamos falando de comunicação em uma dada quotidianidade, caracterizada, nesse estudo, pelo fazer jornalístico como parte do fenômeno da comunicação midiaticizada. De acordo com Castro (2013, p, 24), em reflexões sobre a fenomenologia da comunicação em sua quotidianidade, há dois fatos filosóficos a serem notados a respeito do fenômeno da comunicação, quando a pensamos a partir da analítica existencial de Heidegger. “O primeiro, é que a experiência da Comunicação se dá no cotidiano e enquanto cotidiano. O segundo, que a experiência da Comunicação se dá no plano do ser-com-outros (*Mitsein*)”.

Em mais um exemplo prático do fazer jornalístico, os jornalistas identificam no WhatsApp dois caracteres que distinguem o falatório, que é o falar por falar, o ver por ver, aquilo que é passageiro em distinção ao que não pode ser perdido nas relações profissionais e que exige um meio mais seguro, como o correio eletrônico, conforme este relato:

“A notícia que vem ou o que você faz contato pelo WhatsApp é passageira, se você não guardar aquilo, não documentar de alguma forma, você vai perder. Pelo e-mail, é uma forma de você depois guardar na nuvem, copiar para outro lugar, ter aquilo à mão quando você precisar”. (Jornalista, 47 anos, 21 anos de atuação profissional).

Da elaboração da pauta à redação do texto às entrevistas e produções de reportagens há mudanças apontadas pelos jornalistas. Na prática, eles observam que na medida em que surgem novos dispositivos e sistemas de plataformas digitais facilitadores da produção, edição e difusão da informação, multiplicam-se as demandas e aumentam o volume de trabalho de checagem das informações, também, há menos tempo para a redação do texto, o que compreende o título, subtítulo mais elaborados, num panorama geral.

Sodré (2015) ao tratar sobre a comunicação eletrônica, a partir da questão dos afetos (relações sociais) e da formação do jornalista, provoca o campo da Comunicação quando afirma que a comunicação eletrônica, para ele, é epistemóloga por si:

Acho que a comunicação eletrônica, ela própria é uma epistemóloga, é uma máquina epistemológica também, que nos leva a pensar a comunicação de outra maneira. Não mais como um paradigma funcionalista de emissor que provoca efeitos e esses efeitos são analisados, mas antes a comunicação como organização das relações sociais. (SODRÉ, 2015. p, 121).

Considerando a perspectiva provocativa de Sodré, em nosso entender, ao defender o caráter epistemólogo da comunicação eletrônica, o pesquisador considera que o advento da comunicação eletrônica tem em si elementos constitutivos novos e únicos que acabam por gerar um conhecimento e domínio próprios. E, mais do que isso, alteram sentidos ao flexibilizar práticas profissionais em vários campos mundo afora e o jornalismo é somente um deles e ao flexibilizar práticas profissionais, flexibiliza também a forma de as pessoas verem as coisas que fazem e, por conseguinte, o mundo.

Na prática da observação participante da redação, a pesquisadora nota as preocupações crescentes dos profissionais, novos ou antigos, com a própria sobrevivência no mercado, que parece cada vez menor, em Belém. Também se vê a preocupação com a qualidade do que se produz no ofício, com diferenças entre os profissionais, alguns mostram-se mais outros menos preocupados, com a qualidade do que produzem e noticiam. Sobre os aplicativos de mensagens, como o serviço de mensagens espontâneas WhatsApp, esse é tido como o mais demandando no plano pessoal e profissional. O WhatsApp é um aliado providencial para a comunicação com os colegas, troca de mensagens e orientações sobre o trabalho na redação. A pandemia inclusive intensificou este uso (falaremos adiante sobre o trabalho na pandemia), de mensagens instantâneas e o WhatsApp se mostra como o favorito, pela facilidade de comunicação interpessoal e no coletivo.

Os jornalistas têm clareza de que a utilização do WhatsApp exige atenção para que a pessoa não se torne um consumidor e distribuidor de notícias falsas. E nesse contexto a checagem da informação é inadiável e exige esforço individual de quem está nessa missão, conforme disseram os profissionais:

“É como se a gente ouvisse o galo cantar, mas tu tens de saber onde o galo está; se ele está cantando no quintal, na cozinha, na sala, se ele está cantando, né, pode ser uma gravação. Então, eu acho o WhatsApp importante para captação de notícias, ele é realmente, mas ele é fonte primária, ou seja, tu recebes a notícia ali, às vezes, sem ser a notícia pronta, porque geralmente as pessoas compartilham links de sites de notícias ou de sites de paródias, de brincadeiras, não sei o quê e tal, que elas acham legal e elas vão compartilhando, vão passando adiante, mas não quer dizer que aquela notícia seja verdadeira” (Jornalista. 47 anos de idade, 21 anos de atuação profissional).

“Sempre que é muito tendencioso, eu já estranho. A gente sabe, como jornalista, que nenhuma grande notícia não vai sair primeiro no WhatsApp se não no jornal da Globo ou no plantão da Globo. Se acharem a cura da covid no WhatsApp e não tá no plantão da Globo, a gente já sabe que é mentira. Eu já joga nos sites de busca de notícias falsa, no Lupa, enfim, eu já joga nesses sites, mas critério mesmo eu já estranho se é alguma coisa muito extraordinária que surgiu ali, eu já estranho”. (*Jornalista, 25 anos, 4 anos de atuação profissional*).

“A mesma coisa em grupos de WhatsApp, têm muitos interesses das pessoas em produzir conteúdo, partilhar conteúdo até fatalidades mesmo nos grupos. A gente fica de olho nisso, é o nosso radar. Eu participava de vários grupos, via a informação, checava e publicava. Parecido com o modo clássico jornalístico. A notícia nasce como um boato, a gente vai apurando, confirmando, checando fontes para entregar, de fato, uma notícia. Então, é isso, para mim as redes sociais são fundamentais”. (*Jornalista, 27 anos, 3 anos de atuação profissional*).

Sem romantizar um passado recente, os jornalistas dividem opiniões quanto certos preceitos do ofício, que parecem em mudança, a exemplo do pouco tempo ou quase nenhum para se checar uma informação e transformá-la em notícia na web. Alguns afirmam que os princípios devem ser resguardados sobretudo quando se referem às questões éticas. E, apurar a informação, checar a fonte e dar a notícia completa é parte da ética profissional. Eles se mostram insatisfeitos com certos procedimentos afetados diretamente pelas transformações tecnológicas. São novidades no *modus-operandi* que alteram as perspectivas da profissão na quotidianidade de diferentes gerações de jornalistas, modificando, talvez, a maneira como veem e interpretam o mundo do trabalho, da informação e do jornalismo e como, a partir dessas novas experiências, projetam o próprio futuro, na sua relação com o ofício e, por consequência, com a própria existência.

A construção da pauta foi ampliada com a internet. Há desde a construção da notícia junto com o internauta, à pauta não sobre pessoas e acontecimentos, mas sobre a própria internet, como no caso de queda ou bug nos aplicativos WhatsApp e Instagram, que provoca uma série de reportagens sobre como as pessoas agiram ou improvisaram saídas para continuar trabalhando sem o uso das redes sociais, já que um mundo de negócios, vendas e alugueis se faz pela internet. Mas, não só isso, a possibilidade de interação multimídia entre as pessoas reconfigura a elaboração da notícia. Os jornalistas mais jovens mostram domínio sobre o novo modo de produzir notícia, conforme a fala deste profissional de 27 anos de idade, 3 anos de atuação:

O web é instantâneo e o impresso é o do dia seguinte. E a diferença da produção dele, é como eu te falei, como eu comecei no jornalismo digital, a gente tem essa necessidade de sempre dar primeiro, a gente tem de dar primeiro que o concorrente. Então é algo que é bastante discutido isso. Aconteceu alguma coisa, afundou um

navio, a informação foi confirmada você tem de dar alguma coisa. E essa é a diferença da produção, tu vais construir a notícia junto com o leitor no digital. Tu sobes a primeira informação, acaba de naufragar o navio no rio Amazonas com raios, 10h. Pronto. Ele saiu de tal lugar para tal lugar. Pronto. Tu subiste a notícia, depois, tu vais apurando falando com a Marinha, Capitania dos Portos, PM, Bombeiros, tu vais acrescentando as informações, vai lá digita e inclui mais alguma coisa até que essa notícia esteja completa para noutro dia ela sair já completa no jornal impresso. Acho que essa é a diferença mais forte entre os dois”.

Vê-se que os jornalistas se posicionam contrários à perda da qualidade no conteúdo, mas concomitantemente também naturalizam essa característica da baixa qualidade de certos conteúdos nos portais jornalísticos, incluindo o OLiberal.com. Neste caso, eles invariavelmente apontam duas motivações associadas uma à outra para tanto: a necessidade de se manter na concorrência do mercado e o fato de as pessoas gostarem “de bandalheira”.

Os jornalistas ouvidos, à unanimidade, apontam para um excesso de informações e notícias frente às quais ninguém dá conta de consumir. Essa perspectiva reconhecida e evidenciada pelos próprios profissionais, que contribuem para essa incessante produção de informações, por meio do ofício, se encaixa dentro do conceito heideggeriano sobre a forma social da “curiosidade”, vivenciada pelo indivíduo que se ocupa de ver não para compreender o que vê, mas apenas para ver.

Destacamos, no entanto, que o jornalismo sensacionalista não é uma invenção do mundo digital, ocorre que o jornalismo era pautado pelo universo social material, na concretude dos fatos, e, agora, ele parece refém ou a reboque das redes sociais e dos vídeos do Youtube, e quem for pudico, que peça para sair. Foi bastante comum durante as entrevistas ouvir de jornalistas experientes e de jovens também afirmações do tipo “as pessoas querem isso (informações de perfil fútil) e a gente tem de fazer”.

É interessante observar como as gerações de jornalistas lidam de modo indistinto com certas mudanças na rotina da profissão. Algumas manifestações dos mais jovens surpreendem. Enfatizamos que não há uma linha divisória entre os que valorizam ou não o impresso, conforme as idades. Ao contrário, isso parece ter a ver com a cultura do hábito de leitura em casa, na família e mesmo durante a formação jornalística, pois que há jornalistas já bastante experientes que não veem problema algum com o fim da circulação do impresso, por outro lado, jornalistas bem jovens demonstram um apreço maior pelos velhos jornalões creditando neles total confiança no conteúdo.

E há tanto entre os mais antigos quanto entre os mais jovens um desprendimento total frente à cultura do papel, e isso ficou claro com profissionais afirmando sem rodeio que o periódico impresso nunca foi um produto de consumo em casa, embora soe também, como

contraditório, o fato de eles, esses mesmos profissionais, avaliarem o veículo como uma fonte de informação confiável que consegue trabalhar mais os assuntos que publica, conforme este depoimento:

“Eu não vou mentir. Eu não uso o impresso. (...) Não é um costume na minha casa. Nunca foi, e acho que para jovens que regulam, mais ou menos, a minha idade não é algo que faça falta, uma pessoa ou outra que continua lendo o impresso, mas é muito raro, mas continua como uma fonte de informação importante e confiável, e que consegue trabalhar mais o assunto, porque factual por factual não faz mais sentido.” (Jornalista, 25 anos de idade, 4 de atuação profissional).

Na era informacional, Sodré (2015) avalia que o diálogo com as máquinas não é necessariamente alienante, mas outra forma, necessária, de se estabelecer intersubjetividades:

A máquina hoje é sujeito social também, desde o sinal de trânsito à televisão, ao computador. Nós entramos num diálogo real com as máquinas, com esse negócio de se fotografar o tempo inteiro, mandar mensagens. (..) Você entra, queira ou não. Eu detesto, eu não gosto de telefone, mas eu estou com o celular aqui. Não adianta você não ter televisão, alguém dizer que não tem televisão em sua casa, mas a televisão o tem. Quanto menos você tem, mais a televisão tem, porque em algumas relações sociais se fala disso até de fora dela. A mesma coisa acontece com esses dispositivos. Então, queira ou não, nós estamos habitando hoje um outro espaço, um outro solo social que é feito de bytes, de impulsos, de sinais e não podemos mais pensar nisso com os mesmos instrumentos com que pensávamos a comunicação nos anos 1970 e 1980 ou com que pensamos o livro. Eu acho que são coisas diferentes e essas coisas não matam as anteriores, mas coexistem. O livro é uma coisa, a televisão é outra e a rede é outríssima. ((SODRÉ, 2015, p, 125).

Sodré (2015) ressalta também que há uma espécie de lógica do sensível, que entra em jogo, quando o ser humano enfrenta novas demandas de dispositivos ou instrumentos eletrônicos. Ele também afirma que por causa do novo cenário da comunicação em rede, o jornalismo também muda. Não que ele acredite que o jornalismo esteja morrendo, ao contrário, ele afirma que mais do que nunca o jornalismo é necessário, mas também exige novos modos de formação do profissional, que principalmente o ensine a entender o jornalismo como a historiografia do cotidiano. Para Sodré, o jornalismo alcançou um estágio perigoso de elitismo e poucos jornais devem sobreviver nessa lógica, onde tudo muda até a relação de propriedade de um jornal, pois alguns são comprados agora por conglomerados, de finanças.

A geração mais jovem, familiarizada com os novos dispositivos, afirma, entre os nossos entrevistados, que não consegue fazer jornalismo sem o uso das novas tecnologias. Não há estranhamento por boa parte deles (ressalte-se nem todos), entre os mais novos, em relação às entrevistas, na maioria das vezes, não serem presenciais, pois argumentam que se pode realizá-

las de forma virtual sem problema algum e com segurança no resultado. A favor dessa defesa das reportagens não presenciais pelos mais jovens pode-se aferir que isso ocorre também porque alguns têm bom domínio sobre os recursos tecnológicos, atributo que não é pouca coisa na atualidade, quando o campo profissional necessariamente se renova com a nova geração, que a partir de agora passa a competir entre si - e já é o que vem ocorrendo -, conforme sinaliza a jovem jornalista:

“Tem um público que é muito mais acostumado a pegar a notícia pelo Whatsapp, a ouvir as pessoas pelo Whatsapp. As pessoas querem responder por áudio, é a mesma coisa de eu estar gravando. Então, os jornalistas mais recentes têm uma facilidade muito grande de se adaptar neste ambiente, principalmente. Para gente é muito fácil entrevistar pelo Whatsapp, então, subir alguma coisa rápido pelo Whatsapp, entender que não precisa de tudo aquilo. Eu não vejo um erro nos jornalistas, que têm uma formação mais antiga, eu entendo que é uma cultura. Culturalmente, tu foste instruído a só publicar uma matéria com tudo, completa; na íntegra. E aí entender que hoje em dia não precisa mais ser isso para se ter uma matéria, entender que hoje em dia uma grande quantidade de matérias com especialistas não rende como rendia, é difícil”.
(Jornalista, 25 anos, 4 anos de atuação profissional).

É instigante pensar que a profissão se atualiza com a nova geração e parece ainda mais importante refletir sobre o que deve ser mantido. Nesse ponto específico do uso dos recursos eletrônicos para as reportagens, os mais velhos defendem um encaminhamento híbrido, entre a forma tradicional e as mais recentes com uso dos meios digitais em rede, dependendo do assunto em pauta. O que nos parece uma opção razoável e, seguindo o propósito da nossa análise, de compreender o que fazem atualmente os jornalistas que produzem jornalismo, essas tendências práticas, vindas de jovens e maduros profissionais, nos remete a mais uma reflexão de Sodré (2015), ao ponderar que o jornalismo, mais do que teoria, é prática e necessita de formação.

O jornalismo é uma prática logotécnica dentro do vasto campo da comunicação. É uma prática logotécnica como é a publicidade, as relações públicas, as assessorias. Só que o empuxo ideológico do jornalismo, que vê o 2º Artigo da Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, que é defender a expressão pública, continua valendo porque continuam matando jornalistas no mundo inteiro. É uma profissão de risco quando o sujeito denuncia a coisa, isso deu o prestígio ao jornalismo, que é denunciar e expor os segredos de Estado, os segredos do poder. (SODRÉ. 2015. 127).

Seguindo a análise de nossas entrevistas, não radicalizar pontos de vista parece ser a melhor trajetória para novos e veteranos no ofício, pois conforme observa Sodré o que importa é olhar crítico para o mundo. Pensar um encaminhamento híbrido para o fazer jornalístico, entre a forma tradicional e as novas atribuições com uso dos meios digitais em rede, nos parece uma opção razoável para o ofício que se faz junto às pessoas e em relação com as pessoas, na quotidianidade. E esse nos parece um ponto de intercessão específico sobre a profissão para abordarmos as reflexões de Castro (2013. p, 24) sobre a ideia de cotidiano ou de

quotidianidade para Heidegger ser justamente o universo do ser-com-outros, e a partir daí, compreender o cotidiano como uma situação de queda para o *Dasein*, e para o jornalista, aqui observado, transitando com dinamismo entre os estados de autenticidade (reflexões) e inautenticidades (intuições), como é próprio e natural do *Dasein* no conceito heideggeriano.

3.3 Entre a Tradição e a Instabilidade

Seja rápido ou morra. Esse bem poderia ser o slogan de um filme com o mote da lentidão do processo de produção do impresso frente o ritmo veloz do webjornalismo. Os conceitos formados por uma compreensão tradicional de se fazer jornalismo se esgarçaram com a chegada da internet e a cultura da pressa ainda maior no webjornalismo. Neste tópico tentamos mostrar uma síntese dos estados de instabilidade, dispersão e agitação que pautam o fazer jornalismo, na contemporaneidade, potencializados.

Estes estados que constituem as estruturais existenciais do *Dasein*, o Ser-aí, parecem ser também a explicação lógica da atual opção mercadológica no webjornalismo, a julgar pelo que dizem os jornalistas ao fazerem o contraponto entre os critérios adotados pelo *online* e pela imprensa tradicional:

“(No impresso) (...) Na verdade, a gente não pode ser uma reprodução do que você vê nos portais de notícias, então, a gente faz justamente essa avaliação, é isso, essas são avaliações que eu faço enquanto profissional de imprensa”. (Jornalista, 54 anos, 34 anos de atuação profissional).

“Olha, isso é uma faca de dois legumes (risos) ao mesmo tempo que exige a dinâmica, a coisa da rapidez, dá a notícia em cima da hora, do lance, tátátá ... mas, tem o risco de você não ter tempo de checar e dar aquela famosa barrigada. No afã de você querer dar a notícia, dar a notícia na frente dos outros, muitas vezes, você perde nesse quesito, se você não tiver uma boa rede de contato, a capacidade de fazer uma checagem rápida você pode sim produzir material que vai trazer uma informação equivocada ou não muito precisa”. (Jornalista, 49 anos, 21 de atuação profissional).

De certo moto, na tentativa de acompanhar a rapidez com que a informação circula na internet e nas redes sociais, por 24 horas, o jornalismo *online* aposta na capacidade de responder às expectativas de internautas e, ainda, que a força produtiva do jornalista seja inversamente proporcional ao volume de circulação da informação nas redes sociais, e grupos de WhatsApp, o jornalismo digital insiste em ser tão veloz quanto as redes que se abastecem de informações de modo infinito. É claro que a prática divide opiniões. Jovens e maduros, os profissionais consideram arriscado não se respeitar o tempo necessário para a produção.

Os entrevistados reconhecem que o tempo sempre foi um fator no fazer jornalístico. A redação que se preza, por natureza da profissão, prima por estar à frente da concorrência. O bom jornalista também quer estar bem informado, só que hoje parece que o tempo se compactou, a partir da ascensão do já velho conhecido “tempo real” da web.

Qualquer cidadão com o celular na mão, já grava, já posta e já começa a dizer sobre um acidente na esquina da casa dele. O uso repetitivo do ‘já’ quer enfatizar a instantaneidade do ato em si. Isso gera uma demanda e ao mesmo tempo uma concorrência verdadeiramente desleal para o jornalista, que, da redação, precisa checar - apurar com alguma fonte oficial ou não, confirmar o fato, escrever a respeito e postar no portal de notícias (o que muitas vezes também sai no impresso) e isso tudo frente à incessante produção de comentários e compartilhamentos sobre o ocorrido, eventualmente.

Assim, como alguns jornalistas, conforme já dito, se orientam com táticas, digamos, novas, como tentar trazer para si os cidadãos geradores de informações; outros, confessam desesperar-se com a nova rotina que a todo instante exige que se interrompa o que se está fazendo, para ler uma nova mensagem no WhatsApp e começar uma nova apuração, uma nova checagem etc.

Todos, editores e repórteres, especificamente do webjornalismo, afirmam que precisam ser cada vez mais velozes no trabalho de apuração, redação e edição, a ponto de mal terem tempo para editar, de fato, isto é, de ler e elaborar um título e subtítulo, para não correrem o risco de serem vencidos pela concorrência. A exigência formal da checagem de toda informação antes de se postar não raras vezes cede à pressão de sair na frente e os jornalistas são obrigados a criar estratégias caso as informações divulgadas não sejam tão corretas assim. O que parece um bom exemplo do caráter da impessoalidade do Ser-aí. Ou seja, quando o assunto é apurado pela redação, é comum o jornalista assinar o texto, caso contrário, e se não se conseguiu checar a informação por causa da exigência do “tempo real”, costuma-se colocar a informação ‘na fala’ de alguém e, se se publica no portal, esse material recebe o anúncio de ‘reportagem em atualização’. Essa é mais uma estratégia de sobrevivência dos jornalistas, entre outras, pois há de se notar que não se está inventando a informação nem a fonte, se trabalha com o que se tem.

Pesquisadora - Tens um padrão, por exemplo, surge a informação num grupo de Whatsapp, aí desconfias, como é que elaboras isso no dia a dia, para não te sentires aflita com relação ao tempo?

Jornalista – Se for algum vídeo eu vou nas agências maiores de verificação de notícias. Se for uma aglomeração numa casa na Batista Campos, sei lá, está tendo não sei o quê, ah, tem de subir agora, tem de subir urgente, eu escrevo a matéria coloco na boca

de quem está falando e digo que os órgãos oficiais ainda não confirmam, é isso o que eu faço. (Jornalista, 25 anos, 4 anos de atuação profissional).

O caráter de instabilidade fica claro também, na medida em que o tempo do trabalho parece não ter mais fim com o uso dos aplicativos. Parece haver sempre uma demanda implícita toda vez que se abre o aplicativo WhatsApp e se toma conhecimento de uma nova informação e então surge a “obrigatoriedade” de enviar a informação para “o pessoal da redação”, “se posicionar sobre” etc. A impressão que se tem é que a jornada profissional não tem mais fim.

A instabilidade no dia a dia da profissão também é nítida na fala espontânea de alguns entrevistados, exclusivamente, neste caso específico, entre os mais antigos (e sem que lhes tenha sido perguntado) sobre a importância do jornalismo impresso no mercado dos meios tradicionais de comunicação. Perguntado sobre qual notícia lhe vinha à cabeça das últimas 24 horas, por que lembrava dela e onde a tinha visto, o jornalista, de 57 anos de idade e 32 de profissão, disse que eram os balanços da covid-19, os números de casos e mortes da doença no País. Ele disse que tinha visto no jornal da Globo, na TV Globo, e soltou espontaneamente. “Lembro de cara do jornal da Globo, eu sempre confiro os outros meios também, sites e jornais impressos. Eu não abro mão do jornal impresso”.

Destacamos, acima, a fala espontânea do jornalista, por considerá-la impregnada de significados e orientadora de um projeto de realização para esse jornalista, (de formação no impresso) nos termos do que reflete Heidegger sobre se entender ‘ser-no-mundo’ como uma estrutura de realização. Interpretamos que ao afirmar que ele não abre mão do impresso, ele agrega valor ao veículo e deixa claro que ele não pode deixar de existir e isso nos parece uma manifestação clara da instabilidade que gera o temor de um eventual desaparecimento do ofício que você escolheu para si, do seu, digamos, ganha-pão.

A instabilidade também se mostra como um estado entre os 10 entrevistados na medida em que eles falam, em geral, que têm cada vez menos tempo e mais trabalho. Houve relatos de profissionais que têm ciência da competência forjada no jornalismo exclusivo para o impresso, mas não reconhece mais que esta competência seja valorizada, na atualidade: “Eu posso ser demitida porque eu não sou rápida, não porque eu não tenho um bom texto, mas justamente por não ser a que sobe os textos que escrevo com maior rapidez”. Este é o relato de um jornalista com 43 anos, 26 de atuação profissional.

A agitação também é perceptível na rotina dos jornalistas ouvidos. No dicionário, a palavra “agitação” é tida como movimento irregular e repetido; oscilação, ou mesmo espécie de estremecimento; abalo, e esses sentimentos estão presentes nos relatos dos jornalistas quando eles descrevem a correria que enfrentam para dar respostas rápidas no trabalho, sejam editores

ou repórteres. Há agitação também quando eles falam da insatisfação de perceberem os abalos na profissão, como ataques políticos contra a construção da boa reputação do ofício (prática considerada empreendida pela extrema direita no País, mas, considerada também de responsabilidade da própria imprensa, por ter fomentado o grupo ideológico que está na presidência da República, desde o ano de 2019. E com isso dito, espera-se ter ilustrado melhor a afirmação posta, acima, sobre o ‘dia a dia da profissão, marcada pela instabilidade, dispersão e agitação.

No livre exercício de compreender cada um dos jornalistas entrevistados como um *Dasein* e dialogando com os elementos constitutivos desse ente, volta-se a abordar o existencial da decadência, para conhecer um pouco mais sobre os estados de autenticidade e inautenticidade do nosso *Dasein* frente às mudanças no ofício. Vamos por partes. De forma bem simples, pode-se entender o existencial da decadência como parte da dinâmica própria do Ser-aí um Ser-no-mundo.

O Ser-aí é ciente da sua situação de facticidade, ou seja, ele percebe ou sente que está submetido às circunstâncias, às regras. Isto é, não sabe coisa alguma da situação anterior à de ser no mundo. Ele é. E o mundo não é um lugar, o mundo o constitui. Ele tem ciência de que ninguém o consultou sobre as condições que ele manteria com o mundo. E essa situação lhe imprime um sentido de abandono na medida em que ele não tem com o que contar de fato, com o que quer que seja fora de si mesmo. Assim, o *Dasein* é o Ser-no-mundo que se vê sempre obrigado a ter de optar, escolher, responder, assumir e coexistir individualmente. E isto lhe dá uma forma de um ente decaído, segundo as reflexões heideggerianas, vem daí o sentido da decadência.

Um ente é decaído quando é marcado pela instabilidade e insegurança, quando quer exatamente o contrário, se sentir “em casa” no mundo, acolhido, terá certamente resposta para esta necessidade, segundo o pensamento heideggeriano, no caráter impessoal, pois não se deve perder de vista que o Ser-aí é necessariamente Ser-com-os-outros.

Cada um dos jornalistas ao aceitar conversar com a pesquisadora tinha ciência da repercussão da sua fala, no mínimo, junto à autora, mas também no âmbito da academia. Castro (2013. p, 26), chama a atenção para o fato de que é no cotidiano que o ser é com outros e, em consequência, é quando é com outros – no cotidiano, portanto – que o ser se comunica.

Ao longo das conversas, não foram poucos os exemplos de falas impessoais utilizadas pelos jornalistas, o que nos permite inferir a ideia de que o uso do “se” ao ser com os outros se encaixa na experiência de um estado de pertencimento a um coletivo, bem como à ideia de coesão do “mundo próprio”, no caso, do fazer jornalístico, e assim, entendendo-se como parte

de um todo ou mesmo a propósito de algo, pode-se acreditar que se tem uma “margem de manobra”, garantida pela própria consciência, no interior das determinações sociais (Castro, 2103, p, 27).

3.4 Jornalismo e Novos Sentidos no ar

Silva e França (2017) refletem sobre a noticiabilidade e os critérios que definem os valores-notícia, compreendendo o Jornalismo como atividade comunicacional que se diferencia por sua relação com o real - o jornalismo “fala” a realidade -, a natureza de seu produto (a informação) e sua ancoragem no interesse público. Entre os critérios da noticiabilidade, elas abordam o interesse público. Os fatos e acontecimentos que repercutem com certa penetração na esfera social tendem a ser considerados de interesse público e a nortear o trabalho jornalístico. No entanto, o jornalismo não se restringe a temas e ações de alto impacto, como observam os dois autores, acima, citados:

Uma rápida observação aos portais de notícias, jornais diários ou telejornais é suficiente para perceber que quase tudo pode se transformar em notícia, assim como nem tudo o que é ali noticiado sequer tangencia o interesse público. O que nos levaria a uma diferença e a um hiato entre interesse público e interesse do público, bem como de interesse público e interesse das agências jornalísticas. (SILVA; FRANÇA, 2017, p. 6).

Na prática, os jornalistas compartilham da observação de Silva e França, conforme observa este experiente profissional, de 51 anos e 25 de profissão:

“Às vezes, eu acho que essa urgência, como a urgência do online é mais urgente ainda, isso às vezes prejudica a apuração, se corre o sério risco de se publicar uma notícia falsa, errada, incorreta por causa dessa necessidade maior até que os jornais tinham de dar a notícia, porque é imediato. Então eu acho que o maior prejudicado nessa urgência dos portais é o risco de eles darem uma notícia falsa, errada, mal apurada”.

Na atualidade, País afora, o *Google Analytics* monitora a adesão dos internautas ao conteúdo de portais de notícias e, em certa medida, a análise desse monitoramento pauta com predominância os sites, e no caso da redação observada, também o jornal impresso. O uso dessa ferramenta como referência para o que será noticiado nos veículos de imprensa representa, para nós, também uma nova reconfiguração, o início de uma mudança de paradigma na rotina estabelecida de se fazer jornalismo. Além da observação direta dos jornalistas sobre as coisas da vida e do mundo, os leitores sempre embasaram a pauta jornalística, por cartas, telefonemas, e após por e-mails, mensagens em grupos de WhatsApp, Twitter e em outras redes sociais. Mas,

agora são os algoritmos que sinalizam as preferências do leitor digital, inexistente há duas décadas.

A mídia tradicional (rádio, jornal impresso e tevê), para além das pesquisas de opinião, sempre mensurou um leitor imaginário, com ou sem pesquisas de opinião, para o qual ela pautava os temas de interesse público ou do público. Hoje não. O leitor digital tem nome e sobrenome se considerarmos também que os portais dialogam com os internautas por campos de interações virtuais, nas mensagens diretas pelas redes sociais e pelos próprios comentários que chegam, agora, por compartilhamentos em grupos de WhatsApp. Em todo caso, essas mensagens chegam com menor representatividade diante do monitoramento do Google Analytics, que permite identificar conteúdos com mais visualizações e tempo de atenção/leitura do leitor e isso influencia uma nova postura dentro da redação. Afetados pelas preferências visíveis e em tempo real do leitor digital, os jornalistas pautam mais dos mesmos assuntos para os internautas. Uma relação de reciprocidade de alto risco na busca de se fidelizar a audiência. Isso porque essa prática, a nosso ver, traz consigo, no mínimo, uma contradição.

É curioso notar que, ao se conectar com a rede mundial de computadores, as empresas de notícias, sites e portais, em vez de ampliar suas lentes de alcance, tendem a reproduzir notícias a partir do gosto individual de sua audiência, e não numa relação mais ampla com a cidadania mais ampla. Avança-se tecnologicamente para se ter sempre mais do mesmo, um dos imperativos das sociedades de consumo.

Retomando Silva e França (2017), se os critérios da noticiabilidade têm a ver com o conjunto dos fatores que condicionam as escolhas do que se tornará e como se tornará notícia, há de se analisar melhor qual o impacto da inserção das preferências vindas da audiência da internet, na medida em que a maioria esmagadora das notícias com maior visualização tendem a serem as mais sensacionalistas e banais, a exemplo de fofocas sobre a vida privada de celebridades, subcelebridades e flagrantes de sexo e nudez.

Essas questões implicam em novas pesquisas práticas e teóricas, e que compreendemos podem contribuir para melhor entendimento sobre as práticas jornalísticas impactadas pelas novas tecnologias.

Sobre o uso para se comunicar na esfera profissional, todos os 10 jornalistas disseram não ter mais como trabalhar sem as redes sociais, incluindo o aplicativo WhatsApp. Essa afirmação é tida dentro do caráter de autenticidade, pois que os jornalistas deram exemplos individuais sobre essa utilização, relacionados com o que fazem de concreto todos os dias, do momento em que acordam ao fim do expediente de trabalho, sempre pensando em seu percurso pessoal.

Os jornalistas compreendem com naturalidade o que mudou e está mudando, mas também se mostram frágeis em relação a essas mudanças. Ressalta-se que o jornalismo é considerado, aqui, como a instituição jornalística universal, não esse ou aquele veículo.

Na medida em que se avança na análise das respostas às entrevistas percebe-se um orgulho tácito sobre o ofício que muda e exige mudanças do profissional. Quando usamos a expressão ‘tácito’ é por perceber que, embora os jornalistas demonstrem senso crítico sobre a prática da profissão e não a defendam por defender, o jornalista se esforça para se adaptar, e, por vezes, parece mesmo um estrangeiro diante de tantas novidades. E essa condição de ter de se adaptar vale para os mais antigos e os mais jovens também, em razão das mudanças impulsionadas pelas transformações tecnológicas, a exemplo da concorrência com o cidadão comum, da influência da audiência virtual no que é e será notícia, até o sequestro do tempo pelas redes sociais e aplicativos, que já se tornaram instrumentos de trabalho indispensáveis.

Interrogados sobre o que acham dos conteúdos sensacionalistas dos portais, os jornalistas têm opiniões diversas. Eles reconhecem a falta de valor das notícias e afirmam que em certa medida o impresso lança mão delas também, cada vez mais, mas ao mesmo tempo alguns dizem que isso é só uma fase de transição, por ser uma mídia nova (o webjornalismo), então a tendência é de que ele, o webjornalismo, se qualifique; outros, que há gosto para tudo até para notícias sem valor notícia; há quem afirme que já sofreu por ter de produzir esse tipo de conteúdo, mas não liga mais para isso, pois é uma exigência dos tempos atuais.

A checagem da fonte, um dos procedimentos básicos mais tangenciados por causa da pressão do “tempo real” e do fetiche da velocidade das notícias na internet, é um outro procedimento seguido e recomendado pela jornalista:

“Qual é a minha rotina? Eu vejo primeiro a fonte. Acho que nós temos de ensinar as pessoas a fazerem isso. Porque fazemos isso pelo nosso dever de ofício, mas as pessoas comuns não costumam prestar atenção nisso; então, quando você ensinar as pessoas a fazerem isso que a gente chama de checagem, as fakes news vão perder força totalmente”. (Jornalista, 47 anos, 21 de atuação profissional).

A luta contra o equívoco massificado por meio da *Clickbait*, estratégia que consiste em atrair atenção e cliques no conteúdo para influenciar a performance publicitária, é outra ação incorporada à experiência cotidiana profissional da jornalista:

“Eu vejo primeiro o site, se já é um site que pela minha experiência eu sei que costuma fazer o que a gente chama de clickbait, que é quando eles dão um título chamativo para a pessoa interpretar a chamada de uma forma e clicar. Quando a pessoa clica na notícia, aquilo já vai remeter como um acesso ao site, e aí ele contabiliza como se fosse uma grande audiência, o que não é verdade. É uma coisa mentirosa, né? Se o site é de confiança, vou checar se existe a mesma notícia em outros portais sérios, se os outros portais, que me servem de referência não estão dando a notícia, eu vou dar uma apurada maior ainda”. (Jornalista, 47 anos, 21 de atuação profissional).

Entre outras estratégias assumidas pelos jornalistas no cotidiano, constata-se a adoção de dois canais para a produção jornalística: o WhatsApp e o E-mail, com funções bem distintas para garantir a segurança das interações sociais entre jornalistas e fontes em um momento de fluidez constante e insegurança nos meios de comunicação.

A ação e a experiência de alguns jornalistas revelam também que o Ser aí é sempre uma condição de vir a Ser na sociedade contemporânea, que exige sobretudo deste profissional, que se lança ao mundo do ofício, naturalmente misturado às tecnologias, que ele incorpore à sua rotina, agora, a preparação para o mercado digital através da qualificação profissional:

“Tou buscando formação nessa área, a me envolver com mídia social, fazer trabalhos para mídias sociais para o Instagram, o LinkedIn, Facebook. Eu estou, vamos dizer assim, engatinhando, mas eu percebi uma necessidade de me aprimorar e vou fazer inclusive cursos nessa área pela internet (risos). Vou fazer um curso, agora, que eu queria fazer há muito tempo e por estar em home office, agora, de certa forma vai dar pra eu fazer, que é um curso a distância de roteiro pra cinema e televisão, que eu sempre quis fazer, mas nunca tive tempo, porque eu precisava estar presencial numa sala de aula pra fazer isso; hoje, em dia, de certa forma, o isolamento social e a pandemia, serviram pra muita gente descobrir outras formas, se reinventar, né. Não só as pessoas que passaram por uma crise financeira, que perderam o emprego e que aí tiveram que fazer outras coisas, mas aquelas pessoas no seu trabalho cotidiano também. E nós, como jornalistas, estamos de certa forma também na vanguarda dessas mudanças, sofrendo diretamente essas mudanças, a gente acaba tendo que fazer isso, eu vejo que se eu não me qualificar e se eu não me preparar para esse futuro que já chegou - e eu inclusive estou atrasada -, eu não vou ter, daqui a algum tempo, mercado de trabalho pra mim. Vão dizer ‘essa mulher é muito velha’”. (Jornalista, 47 anos, 21 anos de atuação profissional)

A instabilidade, a dispersão e a agitação também estão bem evidentes na avaliação crítica dos jornalistas sobre os novos modos de produção do jornalismo e o que eles reservam para os profissionais mais experientes e para a carreira profissional da categoria como um todo a partir da revolução digital. O que nos parece uma máxima entre os profissionais é que devem valer os preceitos tradicionais do ofício. Comentando sobre o imediatismo do *online*, os jornalistas de 51 anos e 27 anos, tiveram posicionamentos parecidos.

“Não, não sei porque acho que isso vai de cada profissional. Epa. Eu não vou cair nessa eu vou apurar direito, eu vou confirmar. Acho que a culpa não é do formato, ah, o online é pior, é mais frágil. Não. Eu acho que os jornalistas que estão fazendo o online tem de ter essa responsabilidade. Cada um. Não adianta culpar, ah, eu sou do online e qualquer coisa e eu escrever tá bom. Em alguns casos, pode ser que o editor dele aceita, mas eu acho que não, acho que o online tem de preservar o seu compromisso com o jornalismo”.

“Não dá para fazer tudo, às vezes, realmente. Mas tem que fazer o que se consegue e não pode deixar que a pressa, a vontade de dar primeiro atropela a apuração, o jornalismo de fato porque não é só dá primeiro, pra mim, é, comecei no jornal web sempre foi cobrado isso de dar primeiro. Eu conseguia na maioria das vezes dá primeiro, mas sem deixar a apuração de lado, nunca fazendo nada sem confirmação até se a pessoa reclamasse depois, eu, enfim, tentava relevar”. (Jornalista, 27 anos, 3 anos de atuação profissional).

Os jornalistas referem-se a uma variação de mudanças, da apresentação do texto, tempo de produção/escrita, responsabilidades sobre a crise no impresso, foco no noticiário nacional ao invés do local, até maior ou menor hábito de leitura das pessoas. Alguns responsabilizam o próprio leitor pelo abandono cada vez maior do hábito de ler. Não necessariamente somente os mais antigos, mas com maior ênfase os jornalistas mais experientes, defendem que o jornalismo é texto e é leitura. Dois elementos, o texto e a leitura, que têm novas práticas na contemporaneidade. Os mais jovens também consideram o bom texto como elemento qualitativo do ofício, mas parecem compreender uma reconfiguração do texto. Antes, era impensável um texto de um único parágrafo. No jornalismo impresso, isso seria, no máximo, uma nota de coluna. Atualmente, até três frases e meia são texto no webjornalismo. É certo que se publica as três frases com a ideia de atualização, após. No entanto, nem sempre isso ocorre por motivos diversos, a exemplo de falta de informações complementares e as três frases se eternizam na cultura noticiosa, sem que a equipe do webjornalismo se incomode com isso.

Os mais jovens se distinguem principalmente dos mais velhos pelas habilidades tecnológicas. Pessoas com menos de 30 anos de idade já iniciaram o trabalho profissional na ambiência da internet, o que lhes dá melhor performance na resolução das demandas – como localizar um nome, um fato, uma idade, a partir dos recursos tecnológicos em conexão com as redes sociais. A familiaridade com a tecnologia também facilita a edição e postagem de matérias sejam textos, fotos, vídeos, áudios. Os mais experientes, normalmente, com anos de formação no impresso, tentam aprender as novas rotinas com ciência de que os tempos são outros. Alguns têm facilidades para os novos procedimentos eletrônicos, outros não.

Quanto às habilidades tecnológicas, podemos compreender que os comportamentos se dividem entre os que dominam as novas ferramentas, por interesse pessoal; os que fazem um esforço para garantir o básico; e os que não têm interesse em aprender o universo do trabalho do webjornalismo.

Um novo texto e uma nova forma de apuração está no ar. São novas práticas com as quais alguns concordam; outros, nem tanto, mas no geral, todos vêm adotando, pois para os jovens, e sobretudo para os antigos jornalistas, a missão é conseguir permanecer no mercado, cada vez menor, em Belém. Ainda assim, mesmo que se considere o contexto adverso para o jornalista, ele é um profissional diferenciado para lidar com o processo contemporâneo do fluxo informacional. Ele tem estratégias de enfrentamentos, seja para identificar uma notícia falsa, seja para agregar para si a notícia que está viralizando, mas ainda não tem confirmação de fonte oficial e tem buscado se firmar com base em preceitos profissionais, a exemplo do dever de checar a informação.

Sobre as considerações, que parecem consenso, uma das mais importantes diz respeito ao entendimento de que o jornalismo é texto no sentido de que tudo pode ser lido ainda que pelo olhar (as imagens, os infográficos) e o texto escrito é a matéria-prima valiosa da profissão. Os profissionais admitem que o ofício vive uma crise escancarada na virada da segunda década do século 21. Uma crise de reputação que abala o antigo glamoroso status de se ser jornalista. Há nostalgia nas falas, mas há orgulho também pelo que se foi e ainda se tenta ser. Os profissionais apontam que o velho jornalão só sobrevive se investir em qualidade. E o bom texto é o que chama a atenção seja em sites, redes sociais ou no papel, se a história está bem contada o texto tende a fidelizar o leitor, prender a atenção e ganhar circulação. E isso é jornalismo. Nesse sentido, a responsabilidade do jornalista só aumenta.

Para os profissionais ouvidos, a credibilidade depende da qualidade. A credibilidade pode pesar a favor dos jornais mais antigos, mas esses jornais têm de atentar para a necessidade de rejuvenescer, buscar formas de manter o leitor antigo e conquistar os novos. O tempo real é mortal, afirmam os jornalistas. Eles admitem uma luta constante contra o tempo real e percebem aspectos positivos e negativos em suas atividades frente às demandas geradas pelas novas tecnologias.

O panorama é de disputa acirrada, por vezes, com ampla vitória dos cidadãos comuns que postam informações, eventos, fatos e ações diversas e variadas, sem que os jornalistas possam acompanhar, em geral. Nesses casos, os profissionais ouvidos afirmam que é justamente nesse cenário que o papel do jornalista ganha força para apurar o que é e o que não é relevante. Necessário dizer que nem sempre os interesses e as preferências das audiências digitais obedecem a lógica do bom texto, da boa apuração e sobre, ainda, o que realmente para o jornalismo parece importante se tomar conhecimento, e o jornalismo tem ficado mais humilde, digamos, em meio à miríade de informações. Ou seja, o jornalista não pode ignorar a fala dos cidadãos, não tem como dar conta de tudo, e precisa se adequar ao ritmo novo de circulação e interesse pelas informações.

Os entrevistados também identificam os novos contornos que ganham antigas práticas e mesmo a diferenciação total entre a produção para o webjornalismo e o impresso. A instantaneidade do webjornalismo repercute na perda de qualidade do texto, na medida em que a notícia em grande parte das vezes sai incompleta em nome do imediatismo, da necessidade de se noticiar ‘em tempo real’, justamente por conta da concorrência desleal com a produção ininterrupta da ambiência da internet, das redes sociais e de grupos de aplicativo de notificações instantâneas como os do WhatsApp. Para os jornalistas, o tempo e o espaço (suporte de papel ou plataforma digital) são elementos constitutivos da profissão, mas não são elementos de

primeira grandeza tanto quanto o texto. Por isso, o texto é sempre um centro de atenção e discussão.

3.5 Breves notas sobre o trabalho durante a pandemia

O trabalho jornalístico no cenário da pandemia do novo coronavírus causador da Covid-19 não foi foco deste estudo, mas ela atravessou de modo tão invasivo a vida de todos nós, no ambiente profissional, acadêmico e familiar, desde que Belém registrou o primeiro caso da doença, em 18 de março de 2020, que consideramos importante fazer este breve registro sobre o panorama que vivenciamos a partir da pandemia e que até então não mais parece ter retomado o curso normal das coisas. As aulas na Universidade Federal do Pará foram suspensas, por tempo indeterminado, ainda em março do ano de 2020, e só retornaram no formato remoto, isto é, a distância, no mês de setembro daquele ano. A Turma 2019 PPGCOM, na qual a pesquisadora se inclui, sofreu grande impacto com o fim abrupto das aulas presenciais. Nunca mais a Turma teve a possibilidade de ver todos os colegas em sala de aula, com alegre satisfação. Sem falar no impedimento de participar dos debates orgânicos com os professores ao vivo e a cores. Também nossa Turma lidou com a necessidade de aprender a participar e se posicionar durante as aulas em videochamadas, junto com os próprios docentes. Pois nenhum dos dois grupos, discentes e docentes, recebeu treinamento prévio para lidar com as novas ferramentas didáticas. Quando se fala se expõe e o ambiente silencioso de uma videochamada não é convidativo para um marinheiro de primeira viagem navegar em mares remotos, sobretudo quando se está em processo de aprendizagem científica.

O impacto foi grande para todos. Os dias não mais seriam os mesmos nem na academia nem na imprensa. Inclusive para os jornalistas profissionais entrevistados nesta pesquisa. Para começar, o trabalho na redação passou a ser híbrido, com os jornalistas se revezando em escalas que previam o trabalho presencial, na sede do jornal, e o remoto, em casa.

Os estabelecimentos de períodos de lockdown, adoecimentos de amigos, mortes em famílias e o convívio com o bombardeio diário e ininterrupto de notícias sobre o agravamento dos casos, esgotamento dos hospitais, falta de leitos, falta de vacinas, e mais mortes de amigos e conhecidos, como se o mundo tivesse decretado que todos os dias passariam a ser Dia de Finados, tirou-nos do eixo. Mesmo assim tivemos de seguir trabalhando, estudando, lidando com as coisas do mundo e com os cuidados contra o medo de adoecer.

Depois de uma primeira onda de alta de casos da covid-19, houve um período de menor incidência no segundo semestre de 2020, seguido por novo aumento no número de casos, no

início do ano de 2021, e assim tem se vivido até então, entre altas e baixas incidências da doença. Uma mostra do quanto o fazer jornalístico mudou entre os anos de 2019 e 2020, como efeito da pandemia, era a própria redação do jornal O Liberal silenciosa e desabitada, com poucos profissionais nas noites de sexta-feira, quando, tradicionalmente, o jornal fecha duas edições, o sábado e o domingo, com a casa cheia e grande burburinho entre os profissionais.

No ano de 2020, a pandemia do novo coronavírus também afastou a grande maioria dos jornalistas do convívio pessoal. Editores e repórteres passaram a fazer o jornal de casa e as conversas e mediações necessárias entre os colegas da redação mudaram necessariamente para a ambiência virtual. E essa rotina se manteve até o final do ano 2020, como se o coração da redação pulsasse dentro do aplicativo de mensagens instantâneas do WhatsApp.

Os jornalistas são unânimes em afirmar que o teletrabalho traz consigo maior conforto por se estar em casa, mas, ao mesmo tempo, editores apontam a necessidade de maior atenção a pormenores próprios do fechamento de uma edição impressa, o que implica em atrasos que, invariavelmente, alongam a jornada por uma hora e meia, em média, além do tempo necessário. Por sua vez, repórteres comentam da comunicação com colegas e entrevistados sempre mediada pelos recursos técnicos, o que nem sempre facilita o trabalho de reportagem, como a princípio, pode-se supor.

Entre as dificuldades do teletrabalho, há jornalistas que veem os problemas de conectividade como naturais em razão de a pandemia ter pego todos de surpresa e eles terem de aprender novas habilidades tecnológicas sem chances de se prepararem antecipadamente, a exemplo dos docentes e discentes da UFPA.

Há jornalistas otimistas também porque acreditam que a superação das dificuldades da equipe de editores do impresso com o teletrabalho é uma questão de tempo, reforçando que a equipe avançou bastante na organização sistemática dos novos afazeres e, com isso, ganhou maior familiaridade com as novas tecnologias. Tudo é quase uma questão de prática, apostam.

Entre os editores do impresso, também, não há apenas quem admite dificuldade na produtividade ou não, há de fato, quem não atrasa o trabalho de fechamento. As editoras mulheres, ressalta-se. As jornalistas atribuem o não atraso do fechamento das edições, sob sua responsabilidade, à antecipação de todo o processo e organização pessoal, o que permite dar respostas rápidas, compensando os problemas de conexão, que sim, também, são sentidos por elas.

De qualquer forma, embora não atrasem o trabalho, elas iniciam a jornada de trabalho mais cedo, portanto, têm quase a mesma jornada dos colegas homens, que saem mais tarde do que habitual, conforme as próprias admitem.

As justificativas distintas sobre o novo modo de editar o jornal impresso, de casa, pois que até aqui estamos falando tão somente do trabalho da edição, dão os primeiros sinais do fenômeno do falatório no jornalismo, pois, no geral, os profissionais não problematizaram a questão. Ao contrário, se mostraram com a compreensão aberta ao novo: editar um jornal impresso sem sair da sala de estar.

A partir do mês de março de 2020, ficaram em casa os profissionais considerados do Grupo de Risco pelos órgãos de Saúde. Uma mudança na rotina do funcionamento da redação e nas formas de sociabilidades no trabalho, que também nos parece exemplar para exemplificar as distinções no fazer jornalístico geradas pelas tecnologias contemporâneas.

Ainda sobre o trabalho remoto dos editores do impresso, observa-se que o acesso de cada um deles ao equipamento que eles mesmo usam no jornal, por exemplo, sofreu problemas com quedas de conexão, congelamento de imagens e lentidão a cada procedimento feito, como abrir um arquivo, uma página; contudo, um jornal industrial feito de casa seria mesmo inimaginável há 10 anos. Hoje, é real, e graças ao avanço tecnológico.

Sobre as dificuldades nesses tempos de pandemia, os jornalistas apontam que nem sempre as pessoas têm agilidade para responder a uma mensagem de WhatsApp, por exemplo. E quem envia acha mesmo que quem está do outro lado, está grudado no aplicativo e responderá de bate-pronto. Mas em geral o retorno demora, às vezes, nem tanto, ocorre que o processo do fluxo contínuo da informação contemporânea parece dar uma nova concepção ao tempo. Esperar minutos num aplicativo de mensagem instantânea parece sempre um tempo longo, sobretudo a depender da necessidade da resposta. Para um editor em noite de fechamento duplo de edição ou para um repórter atrás da confirmação de uma informação por uma fonte para postar o texto no portal, a espera torna-se um pesadelo eterno.

Tudo, dizem alguns jornalistas, é mais demorado do que se você estivesse dentro do ambiente corporativo, onde você tem links em maior velocidade. Fechar o jornal cedo é orgulho de uma redação, hoje, como há atrasos, ninguém falou sobre isso abertamente. Há de se considerar nesse contexto de atraso do fechamento a realidade da baixa qualidade do serviço das prestadoras de internet, por exemplo. Há jornalistas que comentam que não têm opção, por morarem em bairros de Belém que não têm o serviço de todas as operadoras de internet. Alguns afirmam que nem adianta comprar bons pacotes de serviços *online* porque a qualidade da oferta é ruim por causa de problemas de conexão.

A redação faz falta. A grande maioria dos jornalistas afirma que o contato pessoal agiliza o trabalho, além de que eles são acostumados à agitação tão comum a qualquer grande jornal.

Jovens e maduros, em idade e na profissão, os jornalistas reconhecem que o teletrabalho é confortável, mas também afirmam se sentir bem na redação por causa das relações com os colegas. Eles apontam, ainda, que o contato predominantemente via aplicativo de mensagens ou através de telefonemas, dificulta e ao mesmo tempo é indispensável ao fazer jornalístico.

Com o contexto da pandemia do novo coronavírus, o fazer jornalístico dos repórteres também tomou outra dimensão. Não raro se ia às ruas com medo de uma eventual contaminação. No geral, os repórteres se mostram preocupados com sua própria saúde, mas também evidenciam certo orgulho por estarem acompanhando e narrando, cada um a seu modo, dias históricos nesta virada do século 21. Mais abaixo, alguns dos depoimentos mais contundentes sobre o gostar da redação pelo Ser-com, o *Mitsein*, que somos todos nós enquanto produzimos notícia.

Pesquisadora - Sentes falta da redação?

“A redação vibra o tempo todo, a gente tá se comunicando diretamente, tem o controle do que cada um tá fazendo, porque muitas vezes de casa eu não sei quem é o fotógrafo fazendo tal pauta. (...) E também porque a gente precisa resolver algumas coisas, que pelo home office fica mais difícil. Na redação a gente se concentra melhor, eu fico mais focada por incrível que pareça”. (49 anos, 21 de atuação profissional).

“Eu sinto falta, eu trabalhava à noite, o pique do fechamento, eu sinto falta desse ambiente. Falar com os colegas, ter a oportunidade de falar como meu chefe. Às vezes, a gente até esquece como era antes”. (27 anos, 3 de atuação profissional).

“Sim, muito. Ah, eu sinto falta de todo aquele contato, mas, como se diz, da interpessoalidade nas relações, de não ficar só. Porque a gente se comunica só pelo celular, ultimamente. Não há aquele contato. A gente que é acostumado numa redação, sente falta de tudo, daquele burburinho, daquele estouro, daquelas coisas que têm numa redação. Não vejo a hora de acabar pra gente voltar ao normal, como diz” (56 anos, 31 de atuação profissional).

“Eu sinto falta da redação de antes da pandemia, eu não tenho vontade de voltar agora para a redação. Porque na redação por mais que você se desloque daqui pra lá e depois tenha de voltar para casa, lá é um ambiente que ferve, o trabalho acaba fluindo mais rápido, você tá próximo, conversa, tira dúvida, e no home office, por mais que seja mais confortável trabalhar em casa, às vezes, as coisas se complicam do ponto de vista da dificuldade da comunicação, do isolamento e até por questões técnicas, falhas, fica sem acesso, de conexão, problemas que acontecem, às vezes, cai a energia, chove e assim eu acho que sob certos aspectos o home office é mais estressante que o trabalho presencial, mas nesse momento acho que é necessário, quem puder, fica em home office”. (51 anos, 25 de atuação profissional).

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os jornalistas enfrentam sentimentos controversos com relação à profissão. Eles demonstram orgulho e seguem motivados com o ofício, mas, em geral, convivem com o medo de perder o emprego, a frustração com a má reputação da profissão, jornadas extensivas de trabalho e a pressão crescente de aprender e reaprender novos procedimentos para a produção

da notícia, a partir da inserção das novas tecnologias. A rotina tem nova configuração com o uso das redes sociais e aplicativos de mensagens como exemplos materiais e virtuais de uma nova forma de saber, receber, apurar, checar, produzir, compartilhar e engajar a informação. Há também em curso uma reconfiguração da cultura jornalística, pois as fontes na ambiência da internet, falando por elas mesmas trazem consigo a concorrência do tempo real do que é notícia, neste caso, dependendo do assunto, a fonte vira notícia e ganha o mundo virtual sem precisar de um site profissional de jornalismo. E este que lute para concorrer com as fontes e os milhares de cidadãos comuns, que compartilham informações diariamente em formato de textos, vídeos e áudios, quase infinitamente nas redes sociais, só para iniciarmos com dois exemplos práticos sobre os impactos das mudanças tecnológicas nos afazeres jornalísticos, a partir da compreensão dos jornalistas.

Se, por um lado, é importante não confundir nova tecnologia com novo jornalismo ou jornalismo, pois que o ofício tem premissas consolidadas e que não devem ou deveriam ser alteradas ou eliminadas, por outro lado, pode-se, no mínimo, sublinhar que este novo suporte – a plataforma digital - facilita a ampliação da cobertura profissional e até uma nova forma de linguagem mais aglutinadora e acessível, como se fosse a materialização do velho conselho, o texto jornalístico tem de ser coloquial, direto, com aderência na oralidade do cotidiano. No entanto, são raros hoje os debates reflexivos e os jornalistas reconhecem o falar por falar de parte do conteúdo, em uma associação direta ao conceito heideggeriano do falatório.

Diante do que se ouve, vê e faz, parece-nos necessário que os profissionais iniciem uma reflexão sobre a prática atual. Conforme nos evidencia Sodré (2015) é certo que pouco se sabe ainda da rede como mídia nova. “Um médium desse leva muito tempo pra você entender, compreender. E nós estamos começando a entender a rede e há erros enormes”.

Embora, reconheçamos que é cedo mesmo para saber se as novas tecnologias trarão um corte ou mesmo uma divisão expressiva para a profissão, e sobretudo, positiva do ponto de vista da valorização da atividade jornalística, pelo público consumidor, por ora, é instigante ver o novo capítulo escrito na história da comunicação e como alguns existenciais estruturantes do *Dasein* - o Ser-aí, categoria fundamental para analítica existencial de Heidegger, e neste estudo, compreendido a partir da figura do jornalista -, têm semelhança com as características do universo dos recursos multimídias das plataformas digitais, conforme afirma Wolton (1999, p. 80), “a capacidade de invenção, abertura a todos e fraca presença de barreiras culturais e sociais”.

Para mim, enquanto autora dessa pesquisa e jornalista, pensando exclusivamente em nós, jornalistas, penso que é isso mesmo, cada um de nós é um ser no mundo. Nós não somos

indivíduos isolados uns dos outros. Nós estamos em relação. É o que Heidegger chama de *Ser-com*. Portanto, nos parece viável colocar em pauta os antigos e os novos fazeres jornalísticos e discutirmos juntos o valor e a contribuição gerados ao ofício em cada mudança de atitude na rotina profissional, sem determinismos conservadores nem ilusões em relação ao sentido mercadológico que afeta a qualidade do legado social do ofício, quando impõe a difusão das mesmas mensagens para todos, desqualificando a capacidade do jornalista de valorar sobretudo a consciência das pessoas sobre as coisas que acontecem e elas têm o direito de saber.

O fortalecimento da atividade profissional nos leva obrigatoriamente a estender a compreensão de tais impasses colocados para a profissão na contemporaneidade. Parece-nos relevante que tenhamos a criação de fóruns de discussões com a capacidade de debater as questões sociais e econômicas que envolvem a profissão. Parece-nos que preceitos precisam ser abordados, discutidos e reconhecidos como valores do ofício, entre eles o esforço de se ouvir todos os atores envolvidos no fato ocorrido, o respeito aos personagens e até mesmo a garantia do tempo para a checagem/apuração de uma informação.

O fazer jornalístico sempre viveu sob o viés tecnológico, político e econômico, tendendo a se voltar para esse ou outro pilar conforme as culturas das empresas e das redações. No caso analisado, os jornalistas enfatizam as benesses das facilidades e a praticidade das novas ferramentas, mas as críticas vêm logo em seguida. Porém, mesmo com as dificuldades há uma dedicação à profissão que parece continuamente renovada pelas novas gerações e mesmo antigas gerações. O gosto pela profissão acompanha o gostar de ler, do texto e da leitura, a curiosidade para se entender o outro, as coisas do mundo, perguntar, aqui voltamos ao mote do *Dasein*, ele é o que pergunta, isso é da natureza dele.

Qual o papel da academia diante dos novos rumos da profissão nesse novo cenário em que fundamentos jornalísticos parecem questionáveis? Falar de um fórum que envolva o sindicato da categoria, os trabalhadores, a federação dos jornalistas e a academia pode ser interessante para se abordar o exercício da profissão, que a nosso ver requer sim uma formação continuada, um entendimento sólido sobre a sua função pública social e sobre o papel que exerce na defesa do direito de informar. Nem toda forma de comunicação vale a pena se não se tem critérios e compromisso definidos na busca da verdade. Grande parte do que se vê na prática do ofício e se ouviu nas entrevistas realizadas nos revela um profissional à semelhança do *Dasein*, ou seja, lançado ao mundo do fazer jornalístico sem qualquer certeza do que virá no curso das mudanças tecnológicas, sem ter onde se firmar além de si mesmo e de suas habilidades frente às demandas de novos produtos das empresas e do mercado de notícias.

Em tempos de crise política e econômica no País, com a alta do desemprego, quem está dentro não quer ou não pode sair, e quem está fora quer entrar na redação, precisa de trabalho. Jovens ou maduros, os jornalistas enfrentam as adversidades do ofício, de forma individualizada. Não têm a cultura de recorrer ao sindicato da categoria, tão pouco reivindicam melhores condições de trabalho, aliás, pouquíssimos foram os profissionais ouvidos nesta pesquisa que comentaram sobre a precarização das condições de trabalho.

Os profissionais são articulados e têm total compreensão da capacidade para o trabalho e do domínio do ofício, no entanto, imersos em rotinas extenuantes de trabalho, não costumam refletir sobre as mudanças no processo de produção, mas, quando estimulados a pensar mais detidamente sobre a própria condição, revelam interessantes encaminhamentos para o próprio ofício e rotina, e também certa angústia e ansiedade, o que nos remete, mais uma vez, à figura do *Dasein*. Para Heidegger, cada um de nós somos seres no mundo lançados numa existência sobre a qual não temos uma compreensão articulada. Nós temos uma espécie de pré-compreensão, sabemos que existimos, mas só somos levados a pensar mais seriamente, propositalmente nessa questão quando passamos pelo processo de angústia, quando perdemos nossas certezas e referências. O processo de angústia nos abre e nos faz repensar o sentido da nossa existência e aí nos vemos defrontados a escolher um caminho mais autêntico ou menos inautêntico. Nessa linha de leitura, tratamos aqui de uma filosofia voltada para o caso pessoal, isto é, cada um de nós pode fazer o uso pessoal da filosofia heideggeriana. Mas é difícil partir da ética da autenticidade para o campo político, embora não seja impossível.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMORIM, J. S. D. O impacto das inovações tecnológicas e das mídias digitais na concepção e na prática do jornalismo. O Jornal: da forma ao sentido / Maurice Moulliaud; Sergio Dayrell Porto, (organizador). 3. ed. rev. ampl. - Brasília: Editora Universidade de Brasília, P. 393, 2012.

BAUMAN, Zygmunt. Modernidade Líquida. Rui de Janeiro: Ed. Zahar, 2001.

CANAVILHAS, João. Jornalismo Transmídia: um desafio ao velho ecossistema midiático. In. Renó, D.; Campalans, C.; Ruiz, S.; Gosciola, V. (Orgs.). Periodismo Transmedia: miradas múltiples, pp. 53-68, Bogotá: Editorial Universidad del Rosario, 2013

CASTRO, Avelina Oliveira de (mestranda); SEIXAS, Netília Silva dos Anjos (doutora.). História, discursos e relações de poder nas páginas de O Liberal. 9º Encontro Nacional de História da Mídia -UFOP. Ouro Preto. Minas Gerais. 2013.

CASTRO, F.C. Fenomenologia da Comunicação em sua quotidianidade. São Paulo, P. 24, 2013.

CASTRO, F. C. Comunicação, Mídias e Temporalidades. Salvador, Edufba, p.98, 2017.

CASTRO, Fábio Fonseca de; CASTRO, Marina Ramos Neves de; FREITAS, Aline Meriane do Carmo de; COSTA, Hans Cleyton Passos da. Intersubjetividade, Comunicação e Sensibilidades. UFPA. p. 99-119. 2016.

CASTRO, F. C. Intencionalidade, experiência banal e comunicação: esboço de prospecção fenomenológica do cotidiano. Intentionality, banal experience and communication: a phenomenological prospecting on everyday life. Logos 43 Dossiê: Cotidiano e Experiência. Vol.22, Nº 02, 2º semestre 2015. p. 58-70.

ESCUADERO, Jesus Adrian. Heidegger, leitor da retórica aristotélica. (Heidegger, reader of aristotelian rethoric). Aufklärung, João Pessoa, v 4, p. 87-104. Edição Especial. Setembro. 2017.

FAUSTO NETO, Antônio. Transformações nos discursos jornalísticos – a atorização do acontecimento. O Jornal: da forma ao sentido / Maurice Moulliaud; Sergio Dayrell Porto, (organizador). 3. ed. rev. ampl. - Brasília: Editora Universidade de Brasília, P. 259, 2012.

FAVRET-SAADA, Jeanne. 1990. “Être Affecté”. In: Gradhiva: Revue d’Histoire et d’Archives de l’Anthropologie, 8.
Filosofia da Linguagem Filosofia da linguagem (4) - Wittgenstein e os infinitos jogos de linguagem. Disponível em: <https://educacao.uol.com.br/disciplinas/filosofia/filosofia-da-linguagem-4-wittgenstein-e-os-infinitos-jogos-de-linguagem.htm>. Acesso em: 16 out. 2021.

FRANÇA, Vera Veiga. Interações comunicativas: a matriz conceitual de GH Mead. In: PRIMO, A et al. Comunicação e Interações - Livro da Compós. Porto Alegre: Sulina, 2008, p. 71-92.

GRAMSCI, Antonio. Cadernos do Cárcere, Volume 2, Ed. Civilização Brasileira.

GUILHERME, Cássio Augusto Samogin Almeida. A imprensa como partido político-ideológico: o caso do jornal O Estado de S. Paulo. *Dimensões*, v. 40, jan.-jun. 2018, p. 199-223.

GOMES, Francisco Sérgio. A Questão do Estatuto Ôntico-Ontológico do Ser-aí no “Ser e Tempo” de Martin Heidegger. 1999. P. 155. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Minas Gerais, Departamento de Filosofia, 1999.

LEITÃO, Gabriel de Souza. Heidegger: a questão da técnica e o futuro do homem. Conference: X Simpósio Internacional Filosófico-Teológico. Belo Horizonte/MG. Volume: ISSN 2176-1337. 2014.

HEIDEGGER, Martin. *Ser e Tempo*. 4ª edição. Petrópolis, RJ. Editora Vozes, 1993.

HEIDEGGER, MERLEAU-PONTY E A CRÍTICA ONTOFENOMENOLOGICA DA TÉCNICA. Ericson S. Falabretti, Jelson R. de Oliveira. Pontifícia Universidade Católica do Paraná. 2015.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. *Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável*. São Paulo: Aleph, 2014, p. 23-75.

PEIRANO. Mariza. *A Favor da Etnografia*. RJ. P. 53. 1995.

MOCELLIN, Vanessa Delazeri. O SER DA TÉCNICA CONFORME MARTIN HEIDEGGER E JACQUES ELLUL. 2012. 179 p. Dissertação. Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Filosofia. Florianópolis (SC).

Monografias Brasil Escola. Disponível em:

<<https://monografias.brasile scola.uol.com.br/historia/a-trajetoria-jornalismo-impresso-para-jornalismo-digital.htm#:~:text=Mas%20o%20primeiro%20jornal%20brasileiro,Pernambuco%20e%20Di%C3%A1rio%20do%20Nordeste>>. Acesso em: 05 mai. 2021.

O MERCADO de Notícias. Direção e Roteiro: Jorge Furtado. 2014. (94 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MJhbnLOY180&t=1054s>>. Acesso em: 20 jul. 2019.

QUANTO Tempo o Tempo Tem?. Direção: Adriana Dutra. Produção: Alessandra Alli e Claudia Dutra. Rio de Janeiro, 2015. (76 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iZkt5o7E48Y&t=11s>>. Acesso em: 20 ago. 2018.

QUEIROZ, Danielle Teixeira. et al. Observação Participante na Pesquisa qualitativa: conceitos e aplicações na área da Saúde. Participant observation in qualitative research: concepts and applications in health. UERJ. Rio de Janeiro. p. 276 - 283, 2007 abr/jun.

QUEM SOMOS NÓS? Pensadores Parte II – Martin Heidegger com Fernando Costa Mattos. 2019. (91 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=B2-EIBBt9Ng&t=129s>>. Acesso em: 08 set. 2021.

Revista eletrônica. A Comunicação é epistemóloga. Entrevista Muniz Sodré. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/viewFile/289/296/>>. Acesso em: 21 abril. 2021.

RÜDIGER, Francisco. Martin Heidegger e a Questão da Técnica Prospectos acerca do futuro do homem. 2ª. Edição. Editora Sulina. 2014.

SILVA, F. L. e. Martin Heidegger e a técnica . **Scientiae Studia**, [S. l.], v. 5, n. 3, p. 369-374, 2007. DOI: 10.1590/S1678-31662007000300005. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/ss/article/view/11116>>. Acesso em: 14 dez. 2021.

SODRÉ, Muniz. Reinventando a Educação. Editora Vozes – Diversidade, descolonização e redes. 2012.

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história breve do jornalismo no Ocidente**. In: Jornalismo, história, teoria e metodologia – perspectivas luso brasileiras. Porto. Universidade Fernando Pessoa. 2008.

SUBJETIVISMO E SUBJETIVIDADE, Ensaio Filosófico. Fabio Renato Villela. Disponível em: <[SUBJETIVISMO e SUBJETIVIDADE, Ensaio Filosófico \(recantodasletras.com.br\)](http://recantodasletras.com.br)>. Acesso em jan.2022.

VERA, V, França e Paula G. Simões – Curso básico de Teorias da Comunicação – Coleção Biblioteca Universitária – Autêntica Editora. 2016. (A citação que faço está no capítulo 1. O objeto da Comunicação e a comunicação nas ciências). Página 19.

WOLTON, Dominique. E depois da internet? Para uma Teoria Crítica dos Novos Médias. DIFEL – Difusão Editorial, S.A. 1999.

ANEXO A

QUESTIONÁRIO APLICADO - TECNOLOGIAS E OS IMPACTOS SOBRE OS JORNALISTAS E O JORNALISMO

IDENTIFICAÇÃO

Nome, idade, escolaridade, profissão e tempo de profissão, sindicalização e, se formado, por qual instituição? É ou foi sindicalizado?

SOBRE O FAZER JORNALÍSTICO

Qual a notícia vem à sua cabeça nas últimas 24 horas? Por que você lembra dela e onde você a viu? Qual o papel das redes sociais e do WhatsApp, para você, como fonte de informações? Que redes sociais você utiliza e para quê? Qual o papel do jornalismo impresso como fonte de informações para você? Você lê os jornais impressos regularmente, se sim, quais e onde? Você vê diferença entre o conteúdo no jornalismo impresso e no online, se sim, quais? O tempo sempre foi um fator do jornalismo (dar na frente, agilidade pra apurar, editar, titular etc) o tempo parece agora que ficou compacto (trabalha-se com a figura do tempo real) como você lida com a produção da notícia para o impresso sabendo que muito do que você está editando já saiu nos portais um dia antes? Isso traz alguma reflexão, tensão, ou você nunca parou para pensar sobre isso? Você acha que o jornalismo impresso está se fortalecendo ou perdendo espaço? Como e por que isso ocorre?

SOBRE SER JORNALISTA ONTEM E AGORA

Você experimenta, eventualmente, algum conflito diário na produção jornalística, se sim, qual a de maior frequência e qual, em sua avaliação, é uma tensão nova inerente ao fazer contemporâneo do jornalismo? Você vê, em geral, interesse ou desinteresse pela produção jornalística? Esse interesse é mais evidente pela produção online ou impressa? Você vê diferenças entre as habilidades dos novos jornalistas e antigos jornalistas em relação ao uso das tecnologias da comunicação? A seu ver, na era do digital, quais as principais mudanças na estrutura da redação e da empresa jornalística? Você identifica sinal de crise no jornalismo impresso, se sim, qual? O que é jornalismo para você?

ANEXO B

Abaixo, transcrevo a íntegra duas das dez entrevistas. Registro que a primeira é com o jornalista mais antigo da redação; a segunda, com o mais jovem.

ENTREVISTA I - Nome, idade, escolaridade, profissão e tempo de profissão, sindicalização e, se formado, por qual instituição? É ou foi sindicalizado?

*57 anos de idade, 32 de profissão, sindicalizado, formado em jornalismo pela UFPA.

Qual a notícia que vem à sua cabeça nas últimas 24 horas? Por que você lembrou dela e onde você a viu?

Balances da covid-19 – casos e mortes de covid-19 no País. Lembro de cara, do jornal da Globo, eu sempre confiro os outros meios também, sites e jornais impressos. Eu não abro mão do jornal impresso.

Qual o papel das redes sociais e do WhatsApp, para você, como fonte de informações para a sua produção no trabalho? Que redes sociais você utiliza?

Hoje, em dia, as redes sociais incluindo o whatsapp são imprescindíveis para o jornalista, se ele pensar que ele só vai ouvir a pessoa diretamente, em particular na pandemia, ligar, ele tá ferrado, porque tá bem limitado. Toda forma de comunicação tá valendo a pena, então é o Whatsapp, Twitter, Instagram são fontes. Por exemplo, o Boletim da Sespa de covid sai no Twitter, Instagram, site de covid do estado, a gente fica logo monitorando isso aí. Todo cara que trabalha em portal ou em comunicação-jornalismo tem que ficar monitorando o twitter, o twitter do Helder (Barbalho, o governador), do Edmilson (Rodrigues, oprefeito). O whatsapp nem se fala. As fontes já falam contigo pelo Whatsapp. Por exemplo, a Assessoria de Comunicação da Arquidiocese de Santarém, elas não falam comigo por telefone nem pessoal, é tudo pelo whatsapp. Ela manda uma pauta de lá, a gente demanda pelo whatsapp, é imprescindível, não tem como fugir.

O que eu mais uso é o Whatsapp primeiro, twitter, basicamente, são essas duas. O Facebook é mais difícil, mas funciona. Na busca, busca, por exemplo, quando faleceu a cantora Cleide Moraes, aqui em Belém, foi facebook direto, vai atrás do cara, vai, vai, vai até encontrar. Já fiz entrevista pelo twitter, para saber sobre um caso do Detran, foi pelo twitter, por exemplo, descobre aí. E as novas gerações de jornalismo, elas sabem muito bem usar isso. E o Instagram vale, por exemplo, teve um caso de uma agressão a um cachorro, e um grupo de defesa dos

animais postou o caso no Instagram, quando postou lá, o portal soube passou pro jornal, já foi fundiu.

Qual o papel do jornalismo impresso como fonte de informações, para você? Você lê os jornais impressos regularmente?

Sim. Eu sou da geração do jornal impresso, então, eu adoro escrever, ler o jornal impresso. Acho que ele continuará por um certo tempo, não tem mais a mesma força toda, e aí entra uma crítica aos leitores que devem ler qualquer tipo de suporte, mídia. A leitura é toda. A leitura no olhar, nas redes sociais, nos jornais impressos, no livro, se não, não existiram mais os livros nem os jornais impressos. Mas, por exemplo, a fonte do jornal impresso é muito importante porque ela, apesar da grande, entre aspas, concorrência midiática, o enfoque dos jornais impressos é do cunho regional, local. Por exemplo, eu quero saber uma coisa que aconteceu aqui na Pedreira, no bairro onde eu moro, ou em Belém ou em Santarém, eu vou, prioritariamente, buscar informações nos veículos, em redes sociais, tudo, daqui da região, do estado. Tem coisas regionais, locais que só saem no jornal impresso. Por exemplo, a coluna do Repórter 70 está só no jornal impresso, pelo menos, coleta. Então lá eu tenho acesso a mais assuntos daqui. Porque nas redes sociais circulam as informações municipais, estaduais, regionais, nacionais, até de bairros, distritais, mas não é em grande quantidade como ainda estão e devem sempre estar no jornal impresso.

Eu defendo sempre para os jornais impressos sobreviverem, não pode abrir mão do noticiário local, tem que investir no noticiário local, regional, distrital, daquilo que está perto do cidadão. Por exemplo, eu quero saber sobre a crise da vacinação lá em Brasília, o Pazuello vai prestar depoimento no Congresso, isso eu já sei, já vi no site, no Instagram em todas as redes sociais. Agora, uma notícia relevante daqui do estado, eu posso ler por primeiro no jornal impresso desde que o jornal impresso preze por isso.

Eu leio, basicamente, o jornal O Liberal, agora, eu fico conferindo o Diário do Pará também, que é o rival. Agora pegar mesmo no papel, comprar mesmo é o Liberal. Como eu tô de home office, e não tenho acesso online, me foi repassado, mas eu não sei porque quais cargas d'água não aconteceu (funciona) pra mim, muita chuva, aí eu compro o jornal pra ler, mas é uma coisa minha, não é nem uma crítica ao jornal, ao contrário, eu curto ficar lendo. Eu disse, poxa, eu vou comprar, primeiro para eu saber dos assuntos daqui, como eu falei lá na resposta, e segundo, para eu dar uma força para o jornaleiro, que eu tô ficando amigo dele.

Você vê diferenças entre o jornalismo impresso e *online*, se sim, quais?

Tem as diferenças no formato, suporte técnico, mas jornalismo sempre será jornalismo. As diferenças são no tratamento, na edição. O jornal impresso, ele costuma ser mais completo, vamos dizer assim, ou é ... O formato da notícia inclusive é maior que a postagem no portal. No portal, o texto que o cara recebe ele sintetiza, faz, vamos dizer, ele faz em quatro parágrafos; já no jornal impresso, a mesma notícia sai com seis ou oito parágrafos. Um exemplo. Além disso, enquanto no jornal online, nas redes sociais, ele fica alimentando por camadas, como se fala, vai realimentando; no jornal impresso, já vem logo tudo de uma vez impresso para a pessoa ler, a princípio, é mais abrangente. Agora, cada um tem a sua linha de atuação. Muitas vezes, uma notícia que é dada com instantaneidade no jornal online ela é melhor trabalhada, mais apurada, até diverge, pode até divergir da versão que saiu no online, porque ela foi apurada melhor depois.

Por exemplo. Quem cobre Polícia. O cara vai lá, pega o fato, morreu foi assim, o cara tinha passagem ou não pela polícia, chegaram dois caras, pá, pá, pá, pronto. Já o jornalismo impresso ele pode fazer assim, ele vai lá dá tudo isso e mostra algum detalhe que ficou lá na cena do crime. Por exemplo, o cara que morreu estava com uma filha grávida, o que o jornalismo online não deu pela questão da correria, do tempo real. Ele pode pegar muito mais detalhes sobre a vida do cara, o que ele tinha feito, de onde ele veio, onde ele morava, pode detalhar muito mais. Essa riqueza de detalhes, o texto, aí que entra a grande diferença é o texto, pra mim. Eu gosto muito do texto.

Porque o cara chegar e dizer, olha, o cara morreu, foi baleado, levou tantos tiros, atirou, manteu, tu estás fora. Morreu, pronto, a polícia tá investigando. É diferente do cara começar um texto, dizendo, fulano de tal era feirante, tinha tantos anos, tinha uma mulher ou sua filha está grávida, e não se sabe, hoje ele foi passear com sua mulher, sua família, e, de repente, chegaram dois rapazes e o mataram. Até agora não se sabe, mas há informações disso, disso, e aí vai detalhando. E a maneira que se conta, o formato do texto vai influenciar tanto o jornalismo online como o impresso e faz uma mega diferença contar uma história sinteticamente, secamente, do que tu trabalhar a linguagem no ponto.

Dentro de tudo que falaste, achas que o jornalismo impresso vem se fortalecendo ou perdendo espaço? Dependendo da tua opinião, como isso acontece na tua avaliação e por que?

O jornalismo impresso não tem mais a mesma força de quando era só ele, o rádio e a tv. E nunca mais vai ter, lógico, mas ele tem o seu espaço, como falei, no sentido do texto. Você pode escrever de várias maneiras o mesmo, só que aí você tem todo um trabalho, então, o jornalismo

impresso em compensação ele tem presença, tem a diferença do texto, quando o texto é bem escrito, (do que) um texto sintético do portal, é muita diferença, o prazer é muito maior, não que o portal não tenha profundidade, mas geralmente o impresso tem mais.

E isso acontece muito porque nós estamos vivendo um novo momento na comunicação. é o momento do online, o eletrônico. Hoje, é impossível viver sem as redes sociais, tanto como lojista, empresário, vendedor, quanto jornalista, se não estás nas redes sociais, o cara não vai bater na tua porta, olha, mataram um cara, isso já tá rolando, tens que ir lá, pegar. O cara que postou não é o jornalista, mas ele posta. Agora, o jornalista é que vai fazer a diferença na abordagem, na narração, no noticiário. Olha, a importância do jornalismo impresso, por mais que se tenha um outro suporte, o jornalismo impresso não deve ser extinto. Não deve, no sentido, de querer que não seja extinto e que se mantenha mesmo. Uma amiga me falou uma coisa, que achei marcante, todo jornalista, ela falou, deveria passar, um ano, pelo menos, numa redação de jornal impresso para treinar o seu texto. Porque tem texto no portal, na rádio, na tevê, nas redes sociais, em tudo, cada um tem sua linguagem, mas o texto tá lá e se você não sabe colocar o seu texto com clareza e objetividade, que são predominantes no jornalismo, não vai funcionar. Então olha só a presença, a imprescindibilidade do impresso.

O segundo fator, além da inovação tecnológica, que atrai tanto operadores quanto os consumidores do jornalismo é aí, é a questão do texto. Ou seja, quem lê hoje no Brasil? Eu lembro que quando eu estava na faculdade, tinha acabado de sair da universidade, se falava que um por cento em Belém lia, gostava de ler jornais. As pessoas leem? Aí, o cara vai dizer, leem, com a internet ficou mais fácil, as pesquisas mostram. Mas eu desconfio. Desconfio assim, porque ler é tu refletires sobre aquilo, não é só tu, li, li, li, sair lendo e nada. Então, por exemplo, gosta de ler é ler. Quem gosta de ler, lê no cano, lê online, no twitter, ata, diário oficial, jornal impresso, revista, bula de remédio, o cara se vira, ele até lê a sacola de supermercado. Antigamente, eu e um amigo a gente via que as pessoas em Belém não andavam com livros debaixo do braço, isso sem internet hein, imagina hoje. O problema é esse. O cara lê o livro no online?, celular?, lê no computador dele?, é isso que eu me pergunto, porque se ele gosta de ler ele vai ler onde puder, mas se ele não gosta ... então, a diferença muito é isso, pesa muito contra o jornalismo impresso essa questão do hábito da leitura, parece que está menor, se diz que não, que as pesquisas mostram que as pessoas estão lendo mais, principalmente, na pandemia, mas eu não vejo. não vejo pessoas com livros nas mãos.

Você acha que atributos como longevidade, um exemplo concreto, o jornal O Liberal vai completar 75 anos de circulação ininterrupta não só na capital, mas em todas as regiões

do Estado. É um tempo que se conta aí do território do Pará, não só na capital, mas no interior. Você acha que essa longevidade, que acaba trazendo com ela a reboque a credibilidade, porque se ele tem um tempo na história, ele tem credibilidade, as pessoas acreditam no veículo, você acha que isso ainda são dois atributos que pesam para o mercado e o leitor?

Acho que pesa sim o tempo, a história, a credibilidade, agora, só que é assim, a credibilidade depende da qualidade diária, se tem um jornal mais novo com 20 poucos anos e outro com 75 anos, 80, vamos dizer, a tendência maior de credibilidade é do mais antigo, mas ele tem de estar sempre se reinventando, buscando novos caminhos para manter o público e conquistar novos, porque o tempo não para, como diz o Cazuzu. Tudo muda. Tudo muda.

Agora, as próprias redes sociais, elas se referenciam, acabam se referenciando, em minha avaliação, nos jornais tanto impressos quanto nos sites de jornalismo impresso, por exemplo, nos sites da Folha, o Estadão, o Globo, nas revistas. A gente mesmo quando vai procurar, perai, a Folha tá dando, o Liberal e o Diário tão dando, o cara vai procurar aquilo que já é tradicional, que tem credibilidade. Ele não vai sair só no blog do fulano, o fulano falou, claro que os influencers existem, mas a referência ainda são os jornais.

Sobre ser jornalista ontem e agora

O tempo sempre foi um fator no fazer jornalístico. Como assim? A redação que se preza, o bom jornalista quer estar à frente, dar na frente a informação, estar bem informado, aquele famoso clichê do furo, deu na frente da concorrência, só que hoje parece que esse tempo se compactou. O famoso tempo real. A gente está aqui conversando, nós mesmos como qualquer cidadão, está com o celular na mão, já grava, já posta, e já começa a dizer sobre o acidente. E aí, isso é uma concorrência para quem está lá na redação ou em casa (home office) trabalhando jornalisticamente, porque vai ter que checar no local, se não puder ir ao local, tem que ter alguma fonte oficial confirmando isso para confirmar o acidente e isso é tempo. isso é tempo. As coisas estão acontecendo e estão sendo postadas no famoso tempo real. Como tu, como jornalista, que produz jornalismo, lida com essa questão?

Essa questão do tempo é mortal, ou seja, as pessoas abrem o site para saber o que está acontecendo em tempo real. Isso é uma luta constante, se for comparar, com o jornalismo impresso, porque o jornalismo impresso sai no outro dia, então, ele já tem esse desafio, ele vai dar, geralmente, coisas que já aconteceram, que foram noticiadas em tempo real. Pra isso, é o

que eu falo, tem de ter muita malícia, muita experiência jornalística para transformar, para fazer um texto melhor, melhor do que o que estava no portal. Ter fotos boas, uma diagramação leve, e o enfoque, por exemplo, aquele negócio da novidade, buscar um ângulo novo, também, o noticiário local, da sua cidade, do seu estado, que não estava no tempo real dos portais, por exemplo. Tanto que os portais trabalham acoplados no jornalismo impresso. A gente sabe que tá todo mundo apurando aí, cada um vai fazer a sua parte, pode se mesclar, mas cada um tem as suas características.

Agora, essa questão do tempo real é muito importante, porque hoje todo mundo quer saber logo o que está acontecendo agora. Só que é aquele negócio. Saber no tempo real é uma coisa. Olha, o Pazuello vai hoje lá na Câmara (federal) prestar esclarecimentos sobre o processo de vacinação contra a covid. Sim, eu sei que ele vai lá, e aí? Ele vai lá prestar depoimento, isso é um fato, em tempo real. Agora, a análise; antes de ele ir; as expectativas, geralmente, estão nos jornais impressos ou nos colunistas de portais. O que ele disse sai na hora em tempo real, beleza, mas tem uma análise sobre o que ele falou, conexões daquela fala dele com outras (falas) que ele falou com o que o presidente falou. Isso a televisão dá, os portais dão e os impressos dão também. Então, a questão do tempo é decisiva para se saber o que está acontecendo, agora, você saber é uma coisa, analisar, refletir sobre isso é outra coisa. Eu me lembro quando eu fazia universidade no século 19, (risos), se falava assim no Jornal Nacional é uma notícia atrás da outra para o cara nem pensar, refletir. É uma gama de informações. Isso lá na década de 80 imagina hoje em dia. E o JN continua com o mesmo formato, basicamente e tem todo um leque das redes sociais, então tem uma gama, um milharal de informações, agora, você pensa sobre o que está recebendo, você tá recebendo informações toda hora, agora, estás refletindo sobre isso. Como é que isso, qual é a implicação? Pensar também. Isso que os articulistas-jornalistas fazem refletir sobre isso.

Tens essa reflexão ou tensão o que eu posso fazer de diferente, por estar produzindo uma notícia que sairá amanhã, que agora, é o ontem? Chega a ser uma tensão pra ti? Não? Nem tens tempo para isso?

Acho que a resposta começa com a questão da leitura, se o cara gosta de ler ele vai atrás das informações. Um jornal custa dois reais.com dois reais, que é um troco, tu podes comprar um jornal. Aí, tu vais ler coisas que não tão nas redes, por exemplo, se não é totalmente assim, deve ser assim, mais informações locais, regionais.

Quando eu vou fazer a matéria, porque é assim, esse negócio, pega coisa que tá na internet, as agências deram. Muitas coisas que saem nos jornais são das agências, se aquela agência já

publicou, a pessoa já leu, aí ela vai ler a mesma coisa que sai nos jornais impressos? Aí, já vem o desafio, mudar aquele texto que saiu na agência, se não der pra mudar, editar de uma maneira que não fique cansativo. Aí o jornalista vai fazer uma matéria que não tá na agência. Uma matéria inédita. Ela saiu no portal, vai sair no outro dia no jornal a mesma matéria. Sim, mas o negócio todo é como vai sair no impresso, ou seja, se a pessoa gosta de ler, ela vai abrir o jornal, ela vai ver uma diagramação mais leve, com fotos trabalhadas, bem editadas, qualquer veículo, como o rádio, basicamente, o portal. Aqui um parêntese, rádio, jornal impresso, televisão tudo tá dentro da grande rede, eles vão se misturando, tudo está fundido, hipertextualidade, interatividade, tem vários suportes congregados. Então por mais que a pessoa tenha assistido no jornal Liberal (tv), ouvido na CBN, conferido no Instagram, Twitter, Face, Whatsapp, tudo, ela não perde se ela for olhar o jornal impresso se ele tiver trabalhado de forma diferente, agora, se for a mesma coisa, aí, o cara vai ficar, égua, espera aí, mas está sendo a mesma coisa. Não. pode sair o mesmo assunto, mas de uma maneira diferente.

Quando eu vou escrever para o jornal impresso, eu penso sempre no gosto, eu gosto de escrever e de fazer a matéria, e que alguém vai ler, e a gente procura fazer o melhor possível para a pessoa ler.

Tem uma coisa que eu acho que conta muito também o tempo real é importante o cara ter à disposição dele, em tempo, todas as notícias do mundo, todas as redes, e ele ainda tem o jornal impresso no outro dia. por exemplo. Mas, tem uma coisa o cara não tem o tempo todo, o tempo real dele, ele não vive para saber notícias. Ele tem que trabalhar que nem o jornalista, então um meio de comunicação, por exemplo, compensa o outro ou completa o outro. E o jornalista tem esse papel de organizar o que é mais relevante.

Uma hora ele tem de acessar um veículo de comunicação para ele saber o que está passando. Eu conheço uma pessoa que não acessa nenhum: em pleno século 21, ela não sabia quem era o personagem Epaminondas, o juiz Cláudio Ribeiro. Todo o Pará sabe quem é o cara, ela não sabia. Não, não sei. Por que? Porque ela não assiste nenhum.

Mas, é isso. Um completa o outro. Essa questão do tempo é importante na hora de fazer o jornal, tem de pensar muito bem nisso. agora o furo ainda existe, por mais que se fale que é muito difícil se dar um furo hoje, existe. Por exemplo, se eu souber que a Seplan do estado tá projetando uma arrecadação xxx, que ainda não foi divulgada, e eu for lá e conseguir a informação em primeira mão, eu posso passar pro portal ou programar para a manhã do dia seguinte, é só querer buscar coisas locais da sua região que dá pra fazer, agora o furo nacional é mais difícil. Eu penso que seria interessante, por exemplo, levantar coisas daqui. Um exemplo, entrevistas com pessoas interessantes, o jurista Zeno Veloso. Quem é Zeno Veloso na vida

particular, o que faz na hora de folga, lazer, quantos livros ele já leu? Eu imagino ele de bermuda e camisa colorida. Ah, parece abobrinha, mas o Zeno é conhecido no Brasil todo. E esse é um dos personagens que temos.

A gente hoje tem mais espaço no portal do que no impresso, tu percebes isso?

É bem diferente de antigamente. Antes se escrevia uma página, hoje, isso não existe mais. Mas, tudo é texto. O texto não morre nunca. Agora, quando os jornais investem em boas fotos, eles têm que ter boas fotos e vai uma crítica para os jornais de Belém, não é qualquer foto. Qualquer foto, todo mundo faz, mas para o jornal é bem diferente.

Agora, sobre a redução de texto nos jornais é um negócio grave, é o limite, colocaste no ponto agora. Qual é o desafio? É atrair o leitor no começo da matéria, se não físgar ali, o texto pode ter cinco mil toques, 800 toques, se não físgaste, não chamou a atenção do cara, no título, nas fotos, no começo da matéria, já era, acabou.

Agora, quando se mexe no texto, é bem grave isso. Porque tem que saber investir na qualificação do jornalista. Tem que escrever melhor, o que não acontece nos jornais, em geral. As empresas não investem na formação continuada dos jornalistas. O leitor observa, ele é o grande termômetro, se ele olha para o jornal, vê um negócio mal escrito, como eu já vi num jornal um gerúndio com erro da partícula se, ...

O jornal tem que primar pelo seu texto, seja que tamanho for, pela diagramação, e pelas fotos também, porque só quem vai garantir a sobrevivência dos jornais é a qualidade dele, pode ser um portal, um blog, whatsapp, jornal impresso, só fica se tiver qualidade, parece óbvio, mas não é tão óbvio como a gente vê no dia a dia.

Eu sou leitor da revista Vida Simples, pela qualidade do texto. O texto é tudo, sem dúvida.

Contradição, se a gente observa que as pessoas estão lendo menos, e ao mesmo tempo, a gente fala que um dos atributos de um jornal é o bom texto. na tua opinião, quais os caminhos para os jornais impressos reverterem essa aparente crise?

Aparente? Estás sendo bondosa, é crise mesmo. Eu acho que tem de investir mais no noticiário local, priorizar o que é daqui. Investir na formação continuada dos jornalistas com relação a texto. Quando foi implanta a redação integral se falou sobre, teve oficina rápida, mas teve sobre como escrever pro portal, textos pequenos, mas curtos, não teve como eu gostaria, mas teve. Tem um livro ‘Como escrever na internet’, da Dad Squarisi (ela defende que, na verdade, falamos e escrevemos “várias línguas portuguesas”, sendo o “internetês” só uma delas. E sempre dá para escrever melhor), que fala sobre isso.

Fazer jornalismo com amor à profissão seja no portal, impresso, revista, onde for, isso vai transparecer. O amor do jornalismo do repórter ser o mesmo amor do dono da empresa; do fotógrafo, diagramador, se predominar esse querer fazer não só de um, mas de todos, a coisa muda muito. Problema é de quem não fizer com amor, porque o jornalismo não morre. Não morre. Só se a humanidade sumisse, porque a humanidade não age? Não tem ação? Onde tem ação tem jornalismo.

Você vê interesse das pessoas pela profissão jornalística? E esse interesse público é mais pelo impresso ou pelo portal?

Até onde o jornalismo é atraente para o grande público? Ele é fundamental porque você não pode estar em todos os lugares do mundo, mas todos os lugares do mundo vêm até você por meio do jornalismo. Há um filtro? Há um filtro, como tudo, há um filtro. Então, o jornalismo é imprescindível. agora, o interesse existe. Ele pode ser maior? Pode. Por que pode ser maior? Porque falta conscientização do público leitor. Lembro bem do livro, para ler o Pato Donald que era muito falado no curso de Comunicação.

(Para ler al Pato Donald (no Brasil: Para Ler o Pato Donald) de Ariel Dorfman e Armand Mattelart é um livro-chave da literatura política dos anos setenta. (É um ensaio, ou um "manual de descolonização", como descrito pelos seus autores que analisaram a partir do ponto de vista marxista, os quadrinhos publicados pela Walt Disney no mercado latino-americano).

Então, assim, como a pessoa lê os jornais, como ela vê a imprensa? Ela lê jornal, portal, é só para ver a fofoca? Ela lê só para se informar ou ela busca refletir? Ela lê os articulistas? Não lê? Ela busca dicas de livros? Quando eu falo tudo é o texto, tudo é querer aprender, querer saber, então, existe o endereço, e ele pode ser muito amor. O jornalismo não morre, continuará sempre existindo. É como eu falei para o meu filho. Ler é viver. Se ler é viver, jornalismo também é viver. Por que? Não tem como. Por mais que a pessoa possa não querer ler, não querer saber de notícias, mas ela vai encontrar, a notícia vai até ela, por quê?, porque ela tá em movimento, ela tá na rua e em casa, também, na pandemia (risos). As pessoas existem, logo existem notícias. Eu estou em movimento, eu sou uma pessoa? Eu tenho relações sociais? Onde tem relação social tem jornalismo. Não tem essa, seja público ou privado. É na fase geral. Então, é o que eu penso, o jornalismo não termina agora ele tem sempre que ser feito com amor, com gostar, mesmo.

Agora, só um raciocínio aqui, o jornalismo impresso, ele pode desaparecer, ah, vai sumir o jornalismo impresso... pode acontecer, a gente nunca sabe o que pode acontecer. Mas, a

tendência, pode ser até o jornalismo impresso, o jornal - vê só como é forte o negócio, a leitura, o texto - ele pode até deixar de existir o jornalismo impresso, pode, vai migrar pro portal, vai pro whatsapp, o texto pode modificar, ok, mas o texto vai estar sempre lá. Não morre.

Agora, pra mim, o jornal impresso é tão importante quanto o livro. Porque quem gosta de ler, tem todas as redes sociais, mas ele não abre mão do livro. O cara que gosta de ler, tem o livro, mas tem o jornal na casa dele.

Vê diferenças entre as habilidades dos mais jovens e antigos jornalistas?

Os jornalistas mais antigos têm a experiência, que conta, né. Os mais jovens já nascem digitalizados, sabem tudo de internet, basicamente, isso facilita o acesso às fontes e às informações, agora, os mais antigos como eu, jurássicos, como eu, não têm tanta facilidade, habilidade com os meios eletrônicos, mas vai aprendendo e esse é o grande prazer da vida, aprender. Agora, o gosto pela profissão faz muita diferença tanto para os idosos, mais antigos, quanto para os mais jovens. O cara que gosta mesmo não perde o tesão nunca. Ele tá no online, no impresso, onde ele tiver, ele tá fazendo com a mesma qualidade dele, com gosto. Eu tenho amigos que mexem com dois, e tu vê o padrão de qualidade, levar a informação mais correta possível, trabalhar o texto.

Além da habilidade da tecnologia, e trabalhar o texto, eu acho que tem uma grande diferença. Eu defendo a formação dos cursos universitários com unhas e dentes, não é reserva de mercado, é formação mesmo, acho que deveria ser continuada até, além da graduação, pós, todo mundo que pudesse fazer, fazer, sindicatos e entidades incentivarem cursos porque jornalista que não tem senso crítico, no sentido de refletir sobre o que está pensando, não só pegar e passar, refletir sobre os fatos, não pode ser considerado jornalista, se o cara que leva os fatos não reflete sobre aquilo que ele tá passando, ele é um mero robô, uma tecla no telejornalismo.

Essa formação extrapola os cursos universitários. Por exemplo, tem amigos nossos, dois grandes jornalistas, em Belém, não são formados em Comunicação, mas um tem um texto primoroso. Um é escritor, escreve divinamente. Já o outro é um mega editor, tanto que ele sai de jornais, volta pros jornais, transita nos dois jornais em Belém, tranquilamente. Esse que é o mega editor ele é músico, então, a sensibilidade da pessoa, ou seja, e os valores, respeito aos direitos humanos, respeito ao outro, amor à profissão, senso coletivo, pensar na sociedade não só nele, busca da verdade, que a gente aprende na universidade, isso parece chavão, mas vale muito, faz uma grande diferença. Não é o cara ser formado que vai fazer dele um jornalista. jornalista é um cara sensível. Ele vê poesia onde ninguém viu a poesia. Ele vê um fato onde

100 passaram por lá e não viram que aquilo era um fato importantíssimo. Eu tenho que ser curioso. No meio das habilidades do jornalista tem a sensibilidade.

ENTREVISTA II - 23 anos de idade, 3 anos de atuação profissional, sindicalizado, formado em jornalismo pela UFPA.

Fale um pouco da tua trajetória.

Eu tô trabalhando desde que eu saí da Faculdade, em 2018, mas já escrevo e trabalho com jornalismo desde que eu tinha 14 anos. Comecei a escrever em 2012 para sites de internet, sem receber ou então recebendo brindes e tal. Eu escrevia muito sobre TV, sobre séries, séries brasileiras então minha remuneração eram os brindes que o GNT e o Multishow me davam. Então eu comecei a escrever mesmo com 14 anos, tendo o compromisso sério de entregar textos, mas atuação profissional, com diploma mesmo começou depois que eu formei mesmo. Antes disso também fiz estágios, também profissional, mas no sentido de aprendizado, né, com supervisão, e antes disso só mesmo trocando as minhas próprias ideias com os loucos que aceitavam ter os meus textos publicados nos sites deles.

Que notícia tu lembrás das últimas 24 horas, por que e onde viste?

A notícia que eu lembro das últimas 24 horas é o Papa Francisco solicitando aos militares lá em Myanmar que desistissem do golpe militar e libertassem os presos e anistassem as pessoas que foram pra ruas, se revoltaram e foram apreendidas. Eu li no site da BBC News Brasil e eu lembro dela porque foi algo me marcou muito assim, no noticiário internacional, é difícil a gente ver uma figura religiosa interceder numa questão política tão séria, esse Papa tem um perfil mais assim, mesmo assim achei interessante. Então é a notícia que eu lembro nas últimas 24 horas, o papa Francisco intercedendo na questão política em Myanmar.

Qual o papel das redes sociais e do whatsapp como fonte de informações para ti? Quais delas você utiliza mais, incluindo o Whatsapp?

Eu tenho uma relação conflituosa com as redes sociais, mas o papel delas no meu trabalho é me informar sobre o tá acontecendo na cidade, porque atualmente, eu atuo num veículo e eu tô na editoria de Cidades. Então é muito importante no sentido de você estar nas redes sociais ligado no que tá acontecendo aqui, tá acontecendo ali. Atualmente a rede que eu mais uso para me informar é o Twitter. Mas, tô tentando me desintoxicar dela, desde o dia 6 de dezembro (2020), eu apaguei o programa do meu celular, porém eu tenho perfis importantes notificados, como o

do governador do estado e do prefeito da cidade. Então todas as vezes que eles twittam alguma eu recebo uma notificação no meu celular, é a principal fonte que uso para me informar. E o papel é a questão do estantâneo, e saber que a minha fonte de que algo tá virando informação não é um jornal concorrente, por exemplo, e sim alguém que tava ali passando e twittou que essa árvore caiu ou então twittou que ‘estou pegando essa vacina, agora no aeroporto’, no caso do governador, então o papel das redes sociais para mim é esse a questão instantânea dos muitos olhos que ela pode oferecer, mas de uns tempos pra cá eu ando tentando meio que tentando me afastar delas.

Explica porque essa tendência de se afastar das redes sociais, se tu consideras elas uma fonte muito importante, como acabaste de dizer.

Essa é uma reflexão antiga, na verdade, que eu já tentei colocar em prática, em alguns momentos, uns com mais firmeza e assertividade, outros com menos, com recaídas. Mas eu acho que nas redes sociais, especialmente, no Twitter, a gente está o tempo todo engolindo ansiedade dos outros sem razão de ser e com pouca profundidade, entendeu? E tudo é muito rápido pro bom e pro mal também, então existe muito julgamento, muita opinião sem fundamento, muita coisa que a gente vai absorvendo de energia no nosso dia a dia e a gente não pode dar conta de tanta informação, de tanta ansiedade mesmo dos outros e vai virando nossa ansiedade.

O Instagram, nunca gostei, sempre militei contra, militei entre aspas, né? Mas fiz muitos trabalhos lá na Universidade criticando o Instagram, essa cultura da felicidade, da aparência. E do ponto de vista informativo, pra mim, é a que menos tem a oferecer, porque lá tudo depende da imagem, é uma rede social muito focada na imagem.

O Twitter apareceu, pra mim, como uma alternativa ao Instagram, na época que eu comecei a usar muito, porque lá você tem 140 caracteres ou 280, hoje em dia, para exprimir uma ideia, para contar uma notícia, pra opinar sobre algo, então, é algo muito a cara da minha geração essa coisa da concisão na hora de escrever, de tentar fazer algo mais resumido e pronto. Mas aos mesmo tempo eu fui percebendo ali que as redes que eu criava de pessoas me afetava negativamente em duas frentes. A primeira era que a gente estava o tempo todo ficando ansioso com coisas longe, distante da nossa realidade e sendo apresentado a realidades que não faziam parte do nosso cotidiano. Aconteceu isso comigo e em várias conversas com amigos, eles relatavam a mesma coisa. E a outra frente que me deixava ansioso, momento desabafo, agora, era que lá eu seguia grandes personalidades e jornalistas que eu admiro muito, desde criança. E vê eles, ali, pra mim, todo dia, me deixava ansioso também, no sentido de, será que algum dia

eu vou ser metade do que eles são? Será que algum dia eu vou ser tão bom quanto eles? Ou tão respeitado quanto eles? Será que um dia eu vou escrever um texto tão bom quanto esse? Então, seguir pessoas muito ansiosas, sem coisas pra fazer durante o dia, e seguir jornalistas, que eu admiro muito, misturado com as minhas inseguranças me fizeram querer sair. Mas quando eu tô no desktop, no computador de mesa, eu entro normalmente no Twitter pra ver as notícias, ou pra postar o meu trabalho, quando eu faço alguma matéria que eu acho legal. Vejo o twitter dos políticos, das secretarias municipais e tudo, vejo o que eles estão atualizando lá, mas no meu celular na mão não.

Qual o papel do jornalismo impresso como fonte de informação pra ti? E se lê os jornais impressos, regularmente?

Eu amo o jornal impresso. Amo, amo, amo. Não sei o que é assim exatamente, mas pra mim, o papel dele, no sentido da informação, é justamente a maturação que ele tem antes de chegar na mão do leitor. Então você escreve uma notícia pro portal, que precisa ser lida de uma maneira ágil, rápida e ela pode ter três parágrafos que tá resolvido, porque as pessoas que estão no celular na correria delas, de responder mensagens, resolver o email do emprego e chamar o Uber, elas têm tempo de ver aquilo ali, e aqueles três parágrafos são suficientes para elas, isso quando a manchete não é suficiente, né, por si só.

O papel, ele vai no sentido contrário disso, ele tem um tempo de maturação da ideia, que fornece mais tempo pro jornalista ir atrás do contexto da história. Um contexto histórico e social, pegar mais falas, mais pontos de vistas. Você tem esse tempo até ele ir para a impressora, pra tornar ele com conteúdo maior, mais rico. E, dependendo do veículo e da liberdade dos trabalhadores, ele também pode ser um jornalismo de estilo no sentido de que o jornal impresso pode ser, às vezes mas, não sei, acho que ele pode construir figuras mais interessantes do ponto de vista do estilo jornalístico, do estilo de escrita.

Eu cresci lendo muita gente que eu admiro nesse sentido e vejo que isso é algo que o jornal impresso ainda mantém. Você não tem grandes colunistas por exemplo ou cronistas, que são conhecidos exclusivamente pelo digital, porque o Twitter roubou essa figura. Mas, o jornal impresso sim, ainda tem grandes cronistas, grandes colunistas, grandes artigos de opinião e jornalismo de estilo também. E a frequência que eu leio é todos os dias, sempre li todos os dias. Amo, principalmente O Liberal. Mas, com o convênio do Diário do Pará com a Folha (de São Paulo), eu comecei a ler muito o Diário do Pará, também, de 2017 pra cá. A coluna Painel, que era da jornalista Daniela Lima, que eu amo, e também outros jornalistas lá. Eu sempre li os

dois. Na minha casa tinha um jornal na casa de meu avô já tinha outro jornal. Sempre li os dois. Não de comprar porque nos locais que eu trabalhei sempre tinha, e tinha na casa de meu avô.

Na tua casa ainda compram o jornal ?

Não compram mais. O meu avô quando era vivo ainda tinha o jornal. Na minha casa tinha o Diário, e na casa dele, O Liberal. Só que depois que ele morreu, eu já tava meio que trabalhando e o jornal tinha na minha escola, no ensino médio. Na biblioteca do ensino médio, tinha O Liberal, o Diário e, às vezes, a Carta Capital.

E agora onde tu compras o jornal ?

Eu não compro porque lá na redação tem. Agora, o Diário do Pará, eu leio digital, e é inclusive de graça.

O jornalismo impresso está se fortalecendo, então, considerando tudo o que observas na contemporaneidade, o tempo de maturação e o resultado diferenciado que ele apresenta?

Eu acho que não, eu acho que ele está se enfraquecendo. Falta mais ousadia por parte de quem comanda os jornais impressos para conquistar leitores e eu acho que ele está se enfraquecendo, porque hoje em dia, você tem veículos hiper populares de jornal na internet, que produzem essa notícias que eu comentei, de maneira mais, não quero dizer errado, mas de maneira mais instantânea e rápida. E você tem também veículos especializados que produzem grandes reportagens, maiores que o jornal impresso inteirinho, como é o caso da Agência Pública, El País Brasil, BBC e tudo mais. Então, acho que os dois tipos de conteúdo estão disponíveis na internet.

O jornal impresso, pra além de um jornal maturado, maduro, vinho, reserva, envelhecido, ele precisa ser um jornalismo de estilo que conquiste as pessoas pelo estilo de jornalismo que ele cria, sabe? Então, eu vejo os jornais de hoje, aqui em nossa cidade, por exemplo, sem painel do leitor, sem interatividade entre carta do leitor e as matérias que são produzidas, a questão do ombudsman, que nunca teve, mas a gente vê nos jornalões lá quatrocentões de São Paulo, e que que é um diferencial também porque existe uma conexão entre o leitor e a redação. Então são muitas coisas que eu acho que o jornal impresso ainda é muito conservador pra angariar esse novo público que tá desesperado por consumir informações e tá morrendo de ansiedade em pílulas no twitter e quer coisas mais aprofundadas mas não tem onde comprar.

Então, acho que o jornalismo impresso, na verdade, está se enfraquecendo, acho que as pessoas não conseguem mais esperar para ler as notícias factuais no dia seguinte, quando você pode lê-

las no Uol, no G1 e tudo o mais. E também não tão vendo conteúdos que sejam muito relevantes, diferentes, cheios de estilos para consumir as matérias do jornal impresso sobre as coisas que aconteceram ontem.

Você vê diferenças entre o cardápio de notícias oferecidas pelo jornalismo impresso e pelo *online*, se sim, quais?

Vejo. O jornal impresso, ele tem aquela coisa do factual, como a gente vê o jornal da TV. Aconteceu isso, isso e isso, e depois aconteceu isso e depois aconteceu aquilo e no final das contas. Então eu acho que hoje em dia o jornal impresso adquiriu uma cara de jornal de televisão, escrito. Eu vejo as matérias da televisão e é como se ... Não que seja, na verdade, é ao contrário. A gente sabe que é ao contrário. A gente sabe que a TV lê o nosso jornal de manhã para pensar as pautas deles, pro jornal do meio-dia. Inclusive, às vezes, até ligam pra gente pedindo o número das fontes. Mas, hoje em dia eu tenho essa impressão, de que o jornal impresso tá imitando, muitas vezes tentando ser a versão, em papel, do que foi dito no jornal da televisão, ou no da noite ou algo assim, entendeu? O jornal digital, eu acho que ele é essa mesma coisa, só que com a questão dos vídeos e das redes sociais. O jornalismo digital hoje ele é pautado pelos vídeos do Youtube, pelos vídeos do Instagram, pelo o que é dito no Twitter e nas redes sociais. Ele é uma versão escrita e mais contextualizada e aprofundada do conteúdo raso das redes sociais. Tudo é notícia contanto que esteja numa rede social. O jornalismo digital se apropriou disso de uma maneira que o impresso não consegue. É essa diferença que eu vejo. É ...o presidente twittou alguma coisa, isso vira uma matéria. O presidente twittou sobre a Petrobras que perdeu várias ações ... Isso vira uma matéria para o digital e a TV fornece esse mesmo conteúdo das redes sociais pro jornal impresso. Eu vejo isso.

Tu percebes diferenças no texto, mudanças no lead, por exemplo, e mesmo que atualmente a gente tem mais espaço no online do que no impresso para escrever ?

Tem diferença no texto de um pro outro (impresso/online), do veículo em si e das redes sociais do veículo em si. A diferença principal que eu vejo é que ?, quem ?, onde e por que ? O como e o daí ?, do jornal impresso, ele nem sempre aparece no lead do jornal digital. O jornal digital usa palavras-chave, porque isso é uma narrativa que as pessoas aprendem nessa questão da tecnologia e tal, que é o *Seo* do *Analytics*. O *Seo* precisa ter aquelas palavras-chave no título, no intertexto e no primeiro parágrafo. Coisa que o jornal impresso não tem. Não tem análise de *Seo*. Existe essa diferença.

Nem sempre todas as informações estão no lead do digital, porque essa análise do digital exige que você tem três linhas no primeiro parágrafo e que essas palavras-chave estejam no primeiro parágrafo. E aí você desenvolve o por quê?, o onde?, quem?, no segundo (parágrafo). É uma cultura que eu não acho que está tão forte, aqui em Belém, ainda. Mas, eu também escrevo para a Folha de São Paulo, pela manhã, fico à disposição deles. E eles cobram muito isso. A questão dos parágrafos curtos e o primeiro parágrafo batendo com o que está no título e no subtítulo pra dar verdinho lá na análise do Seo. Percebo muito isso.

E tem também a questão do texto de rede social e das redes sociais dos jornais, que não é um jornal digital em si, mas é o que leva o link pro jornal digital. E lá eu vejo que existe o uso da imagem como chamada principal e as palavras da manchete, na verdade, estão na imagem e não no texto da descrição, o próprio Instagram do Diário e do Liberal são assim. Então, você tem a foto do Helder (Barbalho) recebendo as vacinas e na foto já está escrito “Governo recebe do Pará recebe mais 64 mil vacinas”. E quando você vai para o texto, o que está na foto já não está mais no texto. Então, essa é uma subversão do lead também. E quando você chega no texto postado do Instagram já fala assim, “as doses serão usadas para imunizar pessoas de mais de 85 anos, então já não tem mais o que tá escrito na imagem, mas é o título, o subtítulo, é a retranca, é tudo, com essas quatro palavras: “Governo do Pará recebe mais 64 mil doses da vacina”. Percebo essa diferença assim.

(O SEO (Searching Engineering Optimization - Otimização para Mecanismos de Busca) é a técnica utilizada por sites e pelo marketing de conteúdo, como forma de transformarem suas páginas atrativas ao algoritmo do Google e de outros sites de buscas, com o objetivo de aparecer em primeiro lugar para determinadas palavras-chaves. O Google Analytics é uma ferramenta de métricas, ou seja, ela ajuda entender como está a interação do usuário no site. E é uma forma de medir se o site está oferecendo um resultado positivo para o usuário.)

Eu vejo que a internet deixou um pouco a pirâmide invertida um pouco ultrapassada também. É preciso lembrar que (no impresso) o menos importante vem no final, porque num problema de espaço, algum anúncio de último hora, você poderia cortar o último parágrafo e isso a internet não tem. Na internet os anúncios vão na lateral, vão ali no meio do texto. Ninguém vai perder um parágrafo do texto por causa de um imprevisto. Eu percebo que tanto a pirâmide invertida quanto a questão da descrição de cenas, detalhes e os recursos audiovisuais, que hoje em dia são chamados de reportagens multimídias, elas alteram a nossa percepção de como a história deve ser contada. Às vezes, eu me pego pensando nisso também. Será que essa foto

está dizendo algo. Hoje, em dia, até assessorias de imprensa já estão pensando na questão de enviar vídeos, enviar áudios, texto. Então mudou pra gente na maneira de encarar o digital inclusive no uso de adjetivos e advérbio, que é uma coisa que eu sempre fugi nos meus textos, mas que parece que no digital tem uma brecha maior, porque você pode ligar àquela informação de que alguém está emocionado com o recurso audiovisual. Acho que existe essa mudança sim, ela está caminhando ainda, mas já é bem perceptível pra mim. Eu atribuo essas mudanças à ditadura das redes que vai buscando maneiras de produzir algoritmos que favorecem tuas visões de mundo, favorecem as emoções que gostas de ver passando na timeline, e acho que os jornais digitais estão se apropriando bem disso, então eu acho que essas mudanças de texto, mudanças de palavras-chave, mudança na maneira de contar histórias, de utilizar os recursos audiovisuais para fortalecer uma visão do texto e vice-versa, acho que tem a ver com isso também, de que as redes precisam criar algoritmos vendáveis e os jornalistas e repórteres são instrumentos para isso do ponto de vista comercial. Há muito tempo eu ouvi uma pessoa falando isso. Não são os anúncios que estão atrapalhando a notícia, são as notícias que atrapalham os anúncios. A prioridade do jornal é vender, é ter acessos, é ter cliques, é ter renda, né.

Então, por mais que a tarefa do marketing seja a dos números, seja vender o nosso trabalho jornalístico. Eu acho que o jornalismo do entretenimento está ocupando os espaços dos anúncios, no sentido de que são eles que criam os números valorosos que são vendidos nos seus mídia-kitis.

(Mídia kit é um documento que veículos de comunicação, produtores de conteúdo e influenciadores digitais utilizam para apresentar sua plataforma e divulgar informações importantes a respeito dela para fechar parcerias com anunciantes. Serve para mostrar o valor da plataforma para os futuros parceiros de negócios).

Você vê que o jornal A teve 20 milhões de acesso num ano, aquilo ali, com certeza, teve uma ajuda considerável de fotos de bundas, de fofocas de famosos, de jogados de futebol flagrado com uma transexual. George Clooney – Lá em Hollywood, eu tenho de fazer cinco filmes pra eles, pra fazer um pra mim. A mesma coisa eu sinto no jornalismo, a gente tem de subir cinco fotos de bunda de celebridade, de cachaçada e testa (chifre/traição), pra poder ter uma matéria investigativa de um esquema de corrupção no governo, entendeu?

Você vê credibilidade no Jornalismo enquanto ofício, não especificamente o do Grupo O Liberal?

Tão difícil responder. Achei que tinha a resposta na ponta língua, mas eu não tenho tanto. Tem comentários dos textos de fofoca e bundas ironizam, debocham da importância desse conteúdo, desprezam, ao mesmo tempo você entra no campo das mais lidas do portal e são as que mais são lidas. Então, existe o interesse das pessoas. Não sei se tira a credibilidade porque tem muita gente séria que faz esse tipo de trabalho, entrevista famosos, que têm fontes e de tempos em tempos dentro desse jornalismo de entretenimento fornece informações de interesse público. O jornalista e crítico de televisão do portal UOL, Mauricio Stycer, lançou um livro sobre as relações do Sílvio Santos com o governo, se entrelaçando com o governo Lula e Dilma. Existem jornalistas e jornalistas, eu não acho que tire a credibilidade do jornalismo. Eu não gosto, mas eu não quero dizer que a presença do entretenimento tira a credibilidade do Jornalismo. Alguns nem são chamados de jornalistas, são chamados mesmo de fofoqueiros como a Sônia Abramo. Eu queria que tivesse menos (entretenimento) mas eu não acho também que a gente está perdendo credibilidade por causa das fofocas dos famosos no jornalismo. Eu queria que fosse num espaço lá no final do jornal. Não precisava ser tão grande e na (página) principal (risos).

Como lidas com a questão do tempo no teu fazer jornalístico?

Eu penso muito sobre a questão do tempo da notícia para o impresso e online. Quando eu termino tudo que tenho de fazer eu já tenho de mandar dois ou três parágrafos envio para o editor do web, O editor nunca me cobrou isso, mas é assim que funciona, eu vejo os outros repórteres têm essa mesma linha lá no jornal. E assim que eu faço isso para o online, apertado o enter, eu já fico pensando como é que eu vou contar essa história de maneira mais contextualizada para o impresso amanhã, sendo que todo mundo já sabe que a vacinação já começou lá em Ananindeua.

Então o impresso tem de trazer uma linha do tempo da vacinação, por exemplo. Dar mais detalhes (factuais) do que aconteceu em Ananindeua antes da vacina iniciar, tentar trazer mais personagens, mais textos, mais falas, mais aspas. Eu penso que o jornalismo imediato é quase de serviço. A vacinação começou tal hora nesse local ...

Quando eu vou fazer para o impresso, quando eu chego na redação, aí o texto já fica maior, já tem mais aspas, já tem a experiência das pessoas que estavam lá. Aí eu atualizo o texto no portal assim que eu tenho ele finalizado para o impresso. Hoje, em dia o factual do impresso ele entra direto no portal, a não ser que seja domingo, né, que a gente guarda. É assim que funciona na minha cabeça. Essa divisão só existe no Liberal. Na Folha de São Paulo não tem. Quase tudo que eu escrevo para o online, vai na íntegra pro impresso. Eles não têm esse imediatismo. É um processo bem mais demorado. Eles não têm isso de algo aconteceu, precisa fechar três parágrafos

pra subir logo, eles nunca fizeram essa requisição, pelo contrário. Lá o jornalismo deles é como se fosse um só. O Impresso e o digital. Eu já escrevi texto de sete mil toques.

Você acha que a longevidade dos jornalões ainda é um atributo valoroso para os impressos?

Sim, conheço pessoas que veem credibilidade no impresso. Em Belém, mais pelo Liberal do que pelo Diário. As redes sociais me deixam tenso. Exemplo do que o prefeito twittou. Alguém da equipe dele errou ao passar pro twitter. Tensão de eu escrever, apurar, e alguém aleatoriamente no twitter ou alguém chega no meu whatsapp, ah, isso não aconteceu. Outro exemplo mais antigo. O nome da primeira vacinada. Eu estava acompanhando ao vivo e vi o nome escrito e passei para o portal. Eles mudaram na última hora. É uma tensão pra mim ver, imaginar pessoas na internet falando o contrário do que apurei. Então convivo com isso.

Você vê interesse, em geral, pelo jornalismo?

Mais interesse pelo online. O impresso não ocupa esse espaço de sites específicos. Tem sites somente com resenhas de livros, de discos. A internet trouxe especificidades e o jornalismo de nicho. Há sites de nichos. Gente fanática por miss, concurso de miss, pela Rússia. Tem um jornal online só sobre a Rússia.

Você vê diferença nas habilidades técnicas e tecnológicas entre os jornalistas mais antigos e os mais jovens?

Os mais antigos prezam por um texto maior e com mais detalhes e que demora mais tempo para escrever, as pessoas mais novas em menos linhas traduzem a mesma mensagem, funciona a favor e contra também. O que me incomoda é o jornalismo de advérbio, de adjetivo. Isso acontece fortemente. E o jornalismo declaratório, isso é a cara do twitter, o jornalismo do 'eu endosso'. Eu percebo que antigos têm habilidade maior de contar histórias. Acho que isso distrai o leitor, deixa opiniões pessoais, eu gosto do jornalista que ouve, vê e conta.

O que é jornalismo pra ti?

Eu vivo um sonho todos os dias. Eu sempre me vi como um contador de histórias.