

MEDIATIZAÇÃO E JORNALISMO: APONTAMENTOS SOBRE AS CONDIÇÕES DE PRODUÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE

Claudiane Carvalho¹

Resumo: Com base no conceito de mediatização, este artigo propõe indicar aspectos atinentes às condições de produção do jornalismo contemporâneo e suas implicações para as mudanças no campo. Nesse percurso, a convergência é vista com parte do processo de mediatização, que intensifica a autonomia e persistência do discurso jornalístico no tempo e no espaço e também engendra a revolução do acesso, complexificando as relações entre os polos de produção e recepção. O texto retoma autores (noções e conceitos) que refletem, ainda que de forma indireta, sobre o fenômeno de mediatização do jornalismo, a partir da web. Busca-se, no trajeto, uma sistematização e articulação entre as noções de mediatização e de convergência cultural e mediática e seus desdobramentos na integração das redações. O intuito é traçar o contexto produtivo contemporâneo, cujas modalidades emblemáticas são o jornalismo sentado (de dados) e o jornalismo móvel.

Palavras chave: mediatização, convergência, integração, jornalismo, produção

1.Introdução

Não se pesquisa academicamente o jornalismo sem correlacionar esta prática com a cultura envolvente e suas transformações por efeito das novas tecnologias da comunicação e da informação. Ora, essa correlação nos obriga a determinar qual a natureza da cultura comunicacional em que se produz a prática jornalística, para avaliarmos a adequação do patamar que sustenta o nosso entendimento de comunicação (SODRÉ, 2010, p.7).

Para elaborar apontamentos sobre as condições de produção do jornalismo contemporâneo, faz-se necessário, a princípio, enquadrar o jornalismo como um campo social autônomo (BOURDIEU, 1989). E considerar, também, sua institucionalização (e consagração) tributária do aparato tecnológico, que, ao envolver as dimensões técnico-simbólicas, altera as relações, papéis e representações sociais em distintos âmbitos, mudando, portanto, as práticas discursivas.

Em outros termos, os processos de produção, circulação e recepção dos discursos informativos passam por reformulações, engendradas pela utilização de novas tecnologias, de novos meios de comunicação ou novos usos dados aos meios já existentes. Scolari (2008, p.273) enfatiza que “as tecnologias não só transformam o mundo, como também influenciam

¹ Doutora em Comunicação e Cultura Contemporâneas (Facom/ UFBA). Pós-doutoranda pelo CNPq. Professora na Faculdade Social da Bahia. E-mail: caoliveira@yahoo.com.br.

na percepção que os sujeitos têm desse mundo”. Afinal de contas, “tecnologia, sociedade e cultura seguem de mãos dadas” (SCOLARI, 2008, p.14-15). Cada época gera suas tecnologias e estas contribuem para definir o momento histórico.

Neste texto, o foco está nas condições de produção, ou seja, nos modos de fazer do jornalismo na contemporaneidade, cuja abordagem solicita a compreensão da convergência cultural e mediática (JENKINS, 2008), como parte do processo social de mediatização (HJARVARD, 2013, 2014; VERÓN, 2013, 2014; FAUSTO NETO et al, 2008, LUNDBY, 2014), e o mapeamento desse fenômeno no jornalismo, patrocinando as práticas concretas de integração das redações (SALAVERRÍA, NEGREDO, 2008; AVILÉS et al, 2007; SALAVERRÍA, 2010). Assim, propomos articular os conceitos de mediatização, convergência e integração para traçar o contexto produtivo, o qual se entrelaça com a perspectiva teórica do *newsmaking*.

2. Mediatização: os meios de comunicação e suas implicações nas mudanças sociais e culturais

Os estudos sobre o fenômeno social da mediatização reúne conceitos conflitantes e também a aspiração de se construir uma teoria, que possibilite uma leitura do social, a partir do papel e da influência dos meios de comunicação na sociedade e na cultura (HJARVARD, 2014; LUNDTBY, 2014; FAUSTO NETO et al, 2008; VERÓN, 2013,2014; FERREIRA, ANDRADE, 2015). As pesquisas produzidas sobre o tema, geralmente, são agrupadas como institucionais ou construcionistas, embora alguns autores também apontem a vertente tecnológica (HEPP, 2014).

Na primeira perspectiva, um dos expoentes é o Stig Hjarvard, que propõe a distinção entre sociedade mediada e mediatizada. A partir de um olhar abrangente para os meios de comunicação, considerando-os como tecnologias, instituições e formas estéticas, o autor argumenta que, na sociedade mediatizada, os meios mudam as relações entre as instituições; entre os indivíduos; entre as instituições e os indivíduos; entre as instituições e os meios e entre os próprios meios, impactando, portanto, diferentes dimensões das interações sociais. A comunicação com/pela mídia é entendida como ambiente, que reconfigura, estruturalmente, as relações e práticas sociais. A mídia, portanto, é abarcada em sua condição (semi) autônoma, mas capaz de estabelecer o nexo entre outras instituições, oferecendo subsídios para a leitura das novas sociabilidades. O termo mediação tem o foco no processo comunicativo, já a

mediatização busca captar a influência, a longo prazo, dos meios de comunicação nas sociedade e na cultura.

Hjarvard destaca a mediatização como um fenômeno da modernidade tardia (ou alta modernidade), que demarca o que há de novo na modernidade (THOMPSON, 1995). Nesse viés, os meios de comunicação contribuem para desvincular as relações sociais dos contextos vigentes e constituí-las em outros contextos (GIDDENS, 1991) e, portanto, merece, em termos de pesquisa, o mesmo destaque que processos como a globalização. Para o autor, a mediatização é marcada por uma dualidade, uma vez que, ao mesmo tempo em que os meios de comunicação conquistam autonomia e se institucionalizam, também integram as operações de outras instituições e esferas culturais, a partir de seu capital mediático (COULDRY, 2014). A mediatização, portanto, é o reconhecimento de que os meios de comunicação constituem a dimensão irredutível de todos os meios sociais (COULDRY, 2014).

Para Hjarvard, trata-se de um fenômeno social que se intensificou, especialmente, nas últimas décadas do século XX, com o surgimento das mídias digitais e a expansão acentuada da comunicação no tempo, no espaço e na modalidade (HJARVARD, 2014), ou seja, a chamada hipermediação, que modificou, numa intensidade inédita as subjetividades relativas ao tempo e ao espaço (SCOLARI, 2008). Essa perspectiva da passagem de uma sociedade mediada para uma mediatizada foi compartilhada pelo semioticista Eliseo Verón, desde suas primeiras produções sobre o tema, nos anos 80, até o início da década de 2010, quando o autor desfaz as fronteiras entre as tipologias das sociedades, para lançar ao conceito da mediatização um olhar semioantropológico, ancorado na corrente construcionista.

Embora mantenha fidelidade ao cerne da definição de mediatização, como processo social que, a partir do meio de comunicação, altera as interações sociais e as instituições, influenciando mudanças na cultura e na sociedade, Verón, em seu último livro (*La Semiosis Social 2*), vislumbra o conceito no contexto da evolução da espécie. Nessa dimensão, a mediatização é a exteriorização de processos cognitivos, que se efetiva através de um suporte material, ou seja, é a exteriorização da produção sógnica, através dos dispositivos técnicos da comunicação. Em outros termos, a sequência de fenômenos mediáticos constitui o processo de mediatização, que goza de características especiais, a partir do advento da internet, das mídias digitais e das redes móveis de telecomunicações.

O conceito de mediatização, para Verón, está ancorado no papel sócio-histórico dos dispositivos técnicos. Afinal de contas, desde os dispositivos técnicos que usam a escrita como suporte, já se pode tratar das questões de autonomia, persistência e acesso nas relações

mediadas. A mediatização, nessa perspectiva histórica de viés antropológico, constitui o resultado operacional de uma dimensão nuclear da nossa espécie biológica, mais precisamente sua capacidade de semiose (VERÓN, 2014). Verón se preocupa com as mudanças nas interações sociais. Se toda inter (ação) é calcada nos processos de produção de sentido, o fenômeno merece atenção diferenciada, quando os dispositivos técnicos colocam em cena os aspectos de autonomia, persistência dos discursos em relação às dimensões de espaço e tempo e amplificação do acesso nas práticas discursivas.

Mesmo com visadas diferentes dos processos sociais de mediatização, as abordagens institucionais e construcionistas têm pontos de conexão. Enquanto a construcionista busca entender a influência dos meios de comunicação nos processos sociais de construção da realidade e produção do sentido num nível macro, a abordagem institucional permite fazer inferências e hipóteses sobre as relações microssociais de indivíduos de um determinado setor cultural ou social, sem intentar generalizações (HJARVARD, 2014). Ambas, entretanto, corroboram que os momentos marcantes da história da mediatização não são lineares, alteram o mundo social e suas relações e provocam a aceleração do tempo histórico. Como define Sodré, a mediatização “é uma ordem de mediações socialmente realizadas – um tipo particular de interação, portanto, a que poderíamos chamar de tecnomediações – caracterizadas por uma espécie de prótese tecnológica e mercadológica da realidade sensível, denominada *medium*” (SODRÉ, 2006, p. 20).

Atinente ao jornalismo, desde o século XIX, a constituição e institucionalização do campo estão diretamente vinculados ao processo social de mediatização, uma vez que a produção, circulação e recepção dos discursos informativos jornalísticos só foram possíveis graças aos dispositivos técnicos, que, ao longo do tempo, vêm imprimindo mudanças, especialmente, nos modos de fazer, distribuir e consumir notícias. Se os meios de comunicação, vistos sociologicamente em suas condições de produção e reconhecimento, vêm alterando a cultura e a sociedade, talvez o jornalismo seja um dos âmbitos em que este impacto se observa de forma mais contundente, como acontece, por exemplo, com as problemáticas advindas da chamada cultura da convergência.

Um filho legítimo dos processos sociais de mediatização, o jornalismo, a cada novo momento dessa dinâmica histórica, torna-se permeável às suas implicações na construção social da realidade, das novas formas de fazer (mudanças nas rotinas produtivas), alterações nas narrativas, perfil do profissional, identidade profissional, *habitus*, entre outros. Afinal de contas, as transformações no campo promovem a necessidade de outras posições e

disposições dos agentes, mudam *habitus*², gerando novas culturas (BOURDIEU, 1996 a, 1996b; SÁ MARTINO, 2003).

3. Mediatização e convergência cultural e mediática

Entre as mudanças na cultura e na sociedade, promovidas pela sequência histórica da mediatização, destaca-se a chamada convergência³ cultural. O termo, que se popularizou com mais intensidade a partir dos estudos de Jenkins, destaca um dos momentos sociais da mediatização que, como os anteriores, provocou, embora em formas e escalas diferentes, transformações tecnológicas, de mercado (econômicas), culturais, sociais e globais (JENKINS, 2008).

O advento da internet, mídias digitais e tecnologias móveis de telecomunicações tensiona os lugares de emissão e recepção, potencializando como produtor quem antes tinha um papel primordial de receptor. Para Jenkins (2008), a cultura da convergência prioriza a colaboração, em detrimento da seleção, é a potencialização do sentido da “sociedade de rede” (CASTELLS, 1999), uma vez que conecta as diferentes instituições pela lógica dos meios de comunicação. Além disso, reafirma a recontextualização social dos papéis dos antigos meios em consequência do surgimento dos novos, sublimando as perspectivas apocalípticas. Assim, a convergência cultural é constituinte e constituidora da convergência mediática, são fenômenos indissociáveis e tributários “das dinâmicas do ciberespaço e dos novos dispositivos tecnológicos que se transformaram em plataformas para produção, distribuição de informações e apropriações pelas redes digitais” (SILVA, F., 2013, p.54).

² Para entender a noção de *habitus* (BOURDIEU, 1996; MARTINO, 2003), partimos do pressuposto de que a vida em sociedade é um contínuo aprendizado da prática social, por meio da qual atitudes, valores e ideias são interiorizados ao ponto de parecerem naturais. Assim, a ação social se dá de maneira quase autônoma, mecânica, regida por um princípio estruturador de ações, percepções e comportamentos – o chamado *habitus*, que se torna “uma espécie de matriz geradora de esquemas de ação e percepção social que, sob a ilusão de naturalidade, parecem ao indivíduo como absolutamente corretos e coerentes” (MARTINO, 2003, p.75).

³ O conceito de convergência, segundo Gordon (2003), foi usado entre os séculos XVII e XVIII nos estudos da ciência e da matemática. Há referências à noção também na teoria da evolução e adaptação das espécies de Charles Darwin. No século XX, o conceito volta à cena, entre as décadas de 60 e 70, para descrever o contexto tecnológico promovido pelos computadores e pela digitalização. Nos anos 70, Negroponte (1995) foi pioneiro ao usar o termo para articular convergência tecnológica e *mass media*. Na década de 80, Pool (1983) aponta, ainda de forma tímida, as implicações culturais do fenômeno, as quais serão abordadas com mais incidência nos estudos sobre cibercultura (LÉVY, 1999; LEMOS, 2002). Ver mais em: SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. 2013. 408 f. (Tese Doutorado). Faculdade de Comunicação Social. Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador, 2013.

A convergência cultural e mediática, em linhas gerais, é caracterizada por uma negociação mais intensa entre os pólos de emissão e recepção, os quais são fragilizados em suas posições, por conta da flexibilização dos seus papéis no ato comunicativo. É também a possibilidade de reunir as especificidades dos diferentes meios no ambiente digital. Essas mudanças têm um caráter sócio-tecnológico e imputam transformações nas relações de mercado, culturais e sociais, as quais vêm sendo estudadas desde o final do século XX, sob o espectro da cibercultura.

Entendida como um movimento histórico, a cibercultura é a “conexão dialética, entre o sujeito humano e suas expressões tecnológicas, através da qual transformamos o mundo e, assim, nosso próprio modo de ser interior e material em dada direção” (RÜDIGER, 2007, p. 71). Portanto, não é monolítica, nem estática, é dinâmica, marcada pelos constantes movimentos de transformações, apropriações e desapropriações,. Nesse sentido, a convergência cultural e mediática pode ser entendida como parte do fluxo da cibercultura, constituindo, talvez, um dos momentos dessa forma de ser e estar no mundo.

Vale mencionar que a noção de cibercultura é indissociada do chamado ciberespaço: termo que se origina de uma metáfora desenvolvida pelo autor cyberpunk William Gibson, em 1984, para definir a rede digital no livro *Neuromancer*. “E as metáforas, quando funcionam, se tornam transparentes e ficam à disposição de toda uma comunidade de falantes” (SCOLARI, 2008, p.276). Ciberespaço remete, pois, a um lugar, à conjunção entre o espaço desenhado pela web e suas experiências, ou seja, à produção de sentido espaço-temporal.

“Este espaço ressignificado onde se assentam comunidades virtuais e a distância não se mede em cliques é o lugar onde nascem e evoluem as novas formas de comunicação” (SCOLARI, 2008, p.277). Assim, a noção de ciberespaço foi estruturante para o conceito de cibercultura em Lévy (1999), Lemos (2002) e Rüdiger (2007). Em síntese, tem-se que a noção de cibercultura é conectada à de ciberespaço e a convergência mediática consiste em um dos “estágios ou momentos” da cibercultura.

Direcionando a discussão para nossa área de interesse, os pesquisadores comungam das preocupações referentes às implicações das tecnologias e dos meios de comunicação na relações culturais e sociais, ou seja, nos processos de mediatização. E, na esteira social dos processos de mediatização, a convergência mediática impõe ao jornalismo a necessidade de rever rotinas e práticas, remodelar formas de expressão e reavaliar a expressão de conteúdo,

revisitar estratégias de interação e instaurar novos contratos, mediante o jornalismo produzido para a web e a convergência jornalística.

4. Mediatização no jornalismo contemporâneo: webjornalismo e convergência jornalística

Há mais de uma década, o campo jornalístico lança mão da noção de convergência, a fim de dar conta dos novos modos de fazer e dizer do jornalismo construídos a partir da ambiência dos meios de comunicação e sua implicação na cultura.

A convergência jornalística não se constitui num fenômeno homogêneo e linear. Contrário a isso, trata-se de apropriações contextuais, que ocorrem de formas distintas, com dimensões e dinâmicas diferenciadas. Barbosa (2009), por exemplo, elenca seis áreas de abrangência da convergência jornalística: Tecnologias (infraestrutura e técnica); Empresarial (aliança e/ou fusão entre grupos nacionais e internacionais); Profissionais (unificação de redações ou cooperação entre as independentes para a produção de conteúdos a plataformas variadas); Editorial/Conteúdos (hibridização de gêneros e a linguagem multimídia para a concepção de novos formatos de notícia); Meios (especificidades dos meios em espaços de convergência) e Audiência (a revolução do acesso). Esse mapeamento, feito com base no projeto *Convergencia Digital en los Medios de Comunicación en España (2006-2009)*, amplia as dimensões originalmente propostas — Tecnologias, Empresas, Profissionais, Editorial/Conteúdos (Avilés; Salaverría; Masip, 2007).

[...] o que caracteriza a convergência jornalística é a integração entre meios distintos; a produção de conteúdos dentro do ciclo contínuo 24/7; a reorganização das redações; jornalistas que são *platform-agnostic*, isto é, capazes de tratar a informação – a notícia – de maneira correta, seja para distribuir no impresso, na web, nas plataformas móveis etc.; a introdução de novas funções, além de habilidades multitarefas para os jornalistas; a comunidade/audiência ativa atuando segundo o modelo Pro-Am (profissionais em parceria com amadores); o emprego efetivo da interatividade, do hipertexto e da hipermídia para a criação de narrativas jornalísticas originais (BARBOSA, 2009, p. 38).

Parte integrante da sequência histórica de mediatização do jornalismo, a convergência é processual e altera os polos de produção, circulação e recepção dos produtos. Os modos de fazer se transformam com o surgimento de formatos jornalísticos que demandam o entrecruzamento midiático; a estrutura e as rotinas nas redações também são alteradas; a distribuição precisa contemplar a multimídia e a recepção tem seus espaços

reconfigurados, por meio das possibilidades amplificadas de acesso. Deste modo, as práticas profissionais são atingidas, acarretando novas dimensões da cultura e identidade profissionais, do *habitus*.

Essa atribuição, direcionada à convergência jornalística, de imprimir uma mudança estrutural no campo precisa ser tensionada e contextualizada. Não se pode esquecer que o fenômeno social é desenvolvido ao longo do tempo em práticas e discursos. Numa perspectiva diacrônica, a convergência tem suas origens no webjornalismo⁴.

4.1 Do webjornalismo aos modelos de convergência jornalística: um debate sobre *newsmaking*

Para compreender as mudanças em discussão no que tange à convergência no jornalismo, vale remontar aos anos 1990. Nessa década, a internet se consolida comercialmente e conduz o ciclo produtivo dos discursos da informação para uma potencialização das características de multimídia, interatividade, hipertextualidade, customização / personalização, memória e instantaneidade /atualização contínua (PALACIOS et al, 2002; PALACIOS, 2003).

Com os tablets e telefones celulares, Palacios e Cunha (2013) propõem o surgimento de uma nova característica desse jornalismo: a taticidade, que permite um uso pela performance “touch”, aproximando imagens, texto, reduzindo o tempo de acesso e amplificando essa dimensão do meio como extensão do homem (MCLUHAN, 2005). Em pesquisa de doutorado, F. Silva (2013) defende a mobilidade, como outra característica a ser considerada, uma vez que é a geradora dos territórios informacionais (LEMOS, 2007). E Alberto Marques (2014) destaca ainda a portabilidade e aplicativos.

As diferentes características, citadas acima, marcam consonância com as chamadas gerações do webjornalismo (MIELKNICZUK, 2003; BARBOSA, 2007; RODRIGUES, 2009; PALACIOS, CUNHA, 2012): um percurso histórico que abarca desde a fase de transposição do conteúdo impresso para a mídia digital (primeira geração), passando pelas estratégias de adequação e exploração das possibilidades do ambiente de rede (segunda e

⁴ Não há um consenso entre os autores da área sobre o melhor termo a ser empregado para se referir ao jornalismo realizado a partir das lógicas de produção, distribuição e consumo, instauradas pela internet e mídias digitais, ou seja, o jornalismo realizado no ciberespaço. Em publicação de 2003, Mielniczuk delineou cinco termos: jornalismo eletrônico, jornalismo digital; ciberjornalismo, jornalismo online e webjornalismo. Canavilhas (2014) resume a distinção a dois termos: jornalismo online e webjornalismo. O ponto de convergência entre as distintas nomenclaturas diz respeito aos atributos, práticas e discursos do jornalismo na web.

terceira gerações), desenvolvimento do jornalismo de dados (quarta geração) e do jornalismo móvel (quinta geração). Cada etapa do trajeto tende a destacar que as condições de produção do webjornalismo geram como consequência prática a fusão das redações e a produção e distribuição das notícias para multiplataformas. Assim, internet e webjornalismo foram o centro catalizador do processo de convergência jornalística (SALAVERRÍA, 2007; SILVA, F., 2013).

No jornalismo, o conceito de convergência também é marcado por ambiguidades e complexidades, não se limitando apenas ao processo de integração das redações, mas lançando tentáculos mais abrangentes, que abarcam também uma mudança de postura e de cultura que afeta a cadeia produtiva (rotinas, organização espacial e de fluxos da redação, interação com o público, formas novas de apurar e distribuir informações por multicanais, novos modelos de apresentação dos conteúdos, entre outros fatores). Assim, ao transitar do conceito à prática, são localizados diferentes modelos de convergência, nuançados por aspectos tecnológicos, de mercado, de cultura e identidade profissional, dos modos de produzir, circular e distribuir conteúdos jornalísticos, mediante a dinâmica das multiplataformas. Dadas as múltiplas faces que compõem a convergência jornalística, não é possível estruturar um modelo central, entretanto há, a título de análise, a busca por caracterizar as redações convergentes, no que diz respeito às estratégias de negócio, estrutura e rotina de produção, entre outros. García Avilés e Carvajal (2008) delineiam as características, interseções e variações de dois modelos – integrado e *cross media*. Nessa empreitada, demonstram que a fusão física e operacional entre as redações (modelo integrado) impõe mais mutações que o *cross media*, o qual preza pela conexão e distribuição multiplataformas sem amalgamar espaços físicos, fluxos e rotinas.

Na convergência jornalística de modelo integrado, a fusão das redações é apenas uma das práticas concretas da convergência, que realiza mudanças profundas nas rotinas de produção, circulação e consumo das notícias. Acarreta ainda alterações no perfil profissional e, conseqüentemente, nos aspectos culturais e emerge como uma estratégia de sobrevivência dos negócios de jornalismo nesse contexto da mediatização da cultura e da sociedade.

No livro *Periodismo Integrado – Convergencia de Medios y Reorganización de Redacciones*, de Salaverría e Negredo (2008) analisam de forma pioneira oito casos de redações integradas (The Tampa Tribune, The Daily Telegraph, Financial Times, The New York Times, The Guardian, Schibsted, Estado de São Paulo e Clarín), destacando as especificidades e os diferentes regimes de funcionamento estabelecidos. Neste mapeamento, é

possível localizar diferentes níveis de integração que podem ser traduzidos genericamente por: 1) global que concerne à integração física das redações e dos fluxos de operação e 2) parcial que se refere à integração em parte do processo de convergência ou do fluxo.

Seja numa junção física das redações e remodelagem de suas rotinas, seja numa perspectiva mais negociada e menos reestruturante, a convergência de integração aponta para um debate complexo sobre os modos de fazer jornalismo. Nesse ponto de vista, a discussão sobre convergência jornalística tem como pano de fundo a problematização em torno do *newsmaking*.

4.2 Jornalismo sentado e jornalismo móvel: balizas e metáforas para atualização do contexto produtivo

Herdeiro da corrente construcionista, o *newsmaking* (WOLF, 2003; TRAQUINA, 2005a, 2005b; SILVA, 2014) marca uma oposição às perspectivas de que o jornalismo é um espelho ou uma distorção da realidade, para demarcar sua participação no processo social de construção da realidade. A abordagem do *newsmaking* apresenta também um amadurecimento teórico no que tange à análise e interpretação do papel do profissional, que não é visto simplesmente como o *gatekeeper*, “o porteiro” que seleciona o que será ou não notícia, mas como o *newsmaker*, responsável por aderir ao ritual estratégico da objetividade, seguindo os protocolos e técnicas de apuração e redação em busca da veracidade, da verossimilhança, atendendo, pois, aos aspectos deontológicos, ao *ethos* jornalístico. “O jornalista seria, acima de tudo, o intérprete qualificado de uma realidade que deve ser contextualizada, reproduzida e compreendida em suas relações de causalidade e condicionamentos históricos” (SODRÉ, 2009, p.62).

Segundo Wolf (2003) a abordagem do *newsmaking* articulada duas dimensões: a cultura profissional e a organização do trabalho e dos processos produtivos. A cultura profissional envolve o conjunto de regras, hábitos e convenções que são compartilhados entre os profissionais e estruturam o seu campo (SODRÉ, 2009). Já a rotina sistematiza a produção, a partir de repetições de técnicas e procedimentos estabilizadores e normativos.

As discussões sobre as mudanças estruturais e uma suposta crise no jornalismo estão relacionadas às reconfigurações necessárias em um contexto de convergência mediática de modelo integrado. Essas lógicas advindas dos processos sociais de mediatização transformam práticas e discursos e, conseqüentemente, influem nas representações sociais. As alterações

ocorrem tanto no âmbito dos negócios, quanto nas rotinas de produção e critérios de noticiabilidade, passando por aspectos da cultura e do *habitus*, atingindo, em certa medida, questões deontológicas e relativas à identidade profissional.

Nesse contexto de produção, duas modalidades profissionais são emblemáticas: o jornalismo sentado e o jornalismo móvel. Os termos são usados, aqui, num apelo ao seu aspecto mais metafórico, cumprindo a função de demarcar duas disposições e atuações dos jornalistas no campo, que, a princípio, parecem opostas mas que são estruturadas e modeladas, a partir das dinâmicas mais contemporâneas de mediação do jornalismo, ou seja, das práticas da convergência jornalística.

A expressão jornalismo sentado faz referência ao jornalismo de dados, cujo processo de execução depende da presença diante do computador e de um arsenal de técnicas para explorar as possibilidades de acontecimentos jornalísticos "escondidos" nos dados disponibilizados pelas instituições de forma dispersa e pouco elaborada. Já o jornalismo móvel refere-se à possibilidade, gerada pelas novas tecnologias móveis e sem fio, de "desterritorializar" a redação, permitindo ao repórter, em campo, apurar, redigir, editar e distribuir material, ampliando as possibilidades de tempo real e ainda explorando as possibilidades da geolocalização.

Em tempo, essas modalidades consistem em respostas ao questionamento: em um cenário de profundas transformações no polo da emissão (profissionalização das fontes por meio da comunicação estratégica, publicação e espalhamento nas redes sociais, intensificação da blogosfera etc) como as empresas jornalísticas reivindicam para si o lugar estratégico das legítimas ou melhores fornecedoras da informação? À luz dessa indagação (implícita ou explícita), tanto o jornalismo sentado, quanto o jornalismo móvel implicam reconfigurações nos modos de fazer, provocando alterações nas rotinas produtivas e na cultura profissional. Para as duas atuações, fica evidente o conflito cultural entre o digital, de um lado, e o impresso, o rádio e a tv, do outro, e há novas modalidades para a relação com as dimensões do tempo (tempo real, agilidade), do espaço e com a fonte. O perfil profissional em voga no jornalismo de dados e no jornalismo móvel solicita aptidões diferenciadas, lida com uma sobrecarga de atividades, tempo exíguo e a produção para multiplataformas. Em síntese, o jornalismo convergente, seja na versão sentado, seja na versão móvel, demanda alterações na hierarquia da redação, nas funções, na estrutura física e na rotina, acarretando remodelação ou reestruturação do *habitus*.

5. Considerações finalizantes

A contextualização, desenvolvida neste artigo, buscou elaborar apontamentos teóricos sobre as condições de produção do jornalismo na contemporaneidade, a partir da articulação entre as noções de mediatização e convergência cultural e mediática, cuja consequência prática no jornalismo é a integração das redações. O texto, portanto, não esboça a intenção de explorar à exaustão os conceitos, mas construir um roteiro de conexões e desdobramentos, no intuito de desenhar um panorama das condições de produção.

Compreender o processo social da mediatização, que implica a automatização a persistência e a ampliação das possibilidades de acesso à mensagem, construiu margens para tratar da produção da notícia em tempos de hipermediações (convergência entre hipertexto e multimídia).

O percurso conduziu a reflexão para o campo epistemológico das teorias do jornalismo, aos terrenos do *newsmaking*, da noticiabilidade, entendida como o conjunto de rotinas, práticas e critérios que constroem o fato sócio histórico como discurso jornalístico; refere-se, portanto, às rotinas de produção desde a seleção do fato sócio-histórico até sua narrativa e distribuição, engendrando uma cultura profissional.

Vale ressaltar que o *newsmaking* consiste em uma abordagem teórica que vem recebendo constantes revisões, pois toda nova tecnologia, incorporada ao fazer jornalístico, reclama mudanças na noticiabilidade, instaurando novos critérios, técnicas e protocolos, como nos exemplos emblemáticos do jornalismo sentado (de dados) e no jornalismo móvel.

No que tange às operações que determinam os novos modos de fazer há implicações diretas nos modos de dizer, ou seja, na enunciação jornalística (VERÓN, 2004, 2013). Para Charaudeau (2012), a enunciação jornalística transita entre o “fazer saber” e o “fazer seduzir”. Essa negociação sempre consistiu no maior desafio para o pólo da produção, mas, na contemporaneidade, a autonomia e persistência do produto jornalístico no tempo e no espaço e a revolução do acesso intensificam esse desafio e promovem novos relacionamentos entre as instâncias de produção e de consumo. Eis, aqui, alguns dos motivos para o debate sobre a crise ou reconfiguração do campo.

Referências

AVILÉS, José Alberto G.. Desmistificando la convergencia periodística. In: *Chasqui – Revista Latinoamericana de Comunicación*. Edição web no 94, Junho, 2006. Disponível em: <http://chasqui.comunica.org/content/blogsection/44/133/>. Acesso em: 13/12/2007.

AVILÉS, José Alberto García; SALAVERRÍA, Ramón; MASIP, Pere; PORTILLA, Idota; SADABA, Charo. **Métodos de investigación sobre convergencia periodística**. In: Colóquio Internacional Brasil-Espanha sobre Cibermedios. Salvador, dez. 2007.

AVILÉS, José Alberto G.; CARVAJAL, Miguel. **Integrated and cross-media newsroom convergence**: Two models of multimedia news production – The cases of Novotécnica and La Verdad Multimedia in Spain. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*. Vol 14(2): 221–239. Sage, 2008.

BARBOSA, Suzana. **Jornalismo digital em base de dados (JDBD): um paradigma para produtos jornalísticos digitais dinâmicos**. (Tese doutorado). FACOM/UFBA, 2007.

BARBOSA, Susana. Modelo Jornalismo Digital em Base de Dados (JDBD) em Interação com a Convergência Jornalística. *Textual & Visual Media. Revista de la Sociedad Española de Periodística*, vol. 1, 2008, p. 87-106.

BARBOSA, S. Modelo JDBD e o ciberjornalismo de quarta geração. In: FLORES, Vivar; RAMÍRES, F. E. (Eds.). **Periodismo Web 2.0**. Madrid, España: Editorial Fragua, 2009, p. 271- 283.

BARBOSA, S. **Convergência jornalística em curso**: as iniciativas para integração de redações no Brasil. In: RODRIGUES, Carla. *Jornalismo on-line: modos de fazer*. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Lisboa: Difel, 1989.

BOURDIEU, P. **As regras da arte**: gênese, estrutura e campo literário. Trad. Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1996a.

BOURDIEU, P. **Razões práticas**: sobre a teoria da ação. Campinas, São Paulo: Papirus, 1996b.

CANAVILHAS, J. (Org). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã, Portugal: UBI/Labcom, Livros LabCom, 2014 .Disponível em: http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20141204-201404_webjornalismo_jcanavilhas.pdf. Acesso em julho de 2016.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**: a Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura. 4.ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999, v.1.

COULDRY, N. Mediatization and the future of the field theory. In: LUNDBY, Knut (ed.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science), vol. 21, De Gruyter, Boston/Berlin, 2014.

FAUSTO NETO, Antonio; FERREIRA, Jairo; BRAGA, José Luiz; GOMES, Pedro. *Mediatização e processos sociais na América Latina*. São Paulo: Paulus, 2008.

FAUSTO NETO, Antonio. Fragmentos de uma “analítica” da mediatização. *Revista Matrizes*, São Paulo, 2008, v. 1, n. 2, p. 89-105. Disponível em: <<http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/88>>. Acesso em: 10 fev. de 2014.

FERREIRA, Giovandro Marcus e ANDRADE, Ivanise Hilbig de. *Percurso da reflexão sobre a mediatização nos estudos de Eliseo Verón*. **Anais do V Colóquio Brasil-Argentina de Ciências da Comunicação**, Rio de Janeiro, 2015. (publicação no prelo

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. São Paulo: Unesp, 1991

HJARVARD, Stig. **Mediatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural**. *Mediatization: Theorising the Media as Agents of Social and Cultural Change*. **MATRIZES**, 5(2), 53-92. 2012.

HJARVARD, Stig. **A mediatização da cultura e da sociedade**, Editora Unisinos, São Leopoldo, 2013.

HEPP, Andreas. 2014. As configurações comunicativas de mundos mediatizados: pesquisa da mediatização na era da 'mediação de tudo'. **MATRIZES**. 2014, Vol. 8.1, pp. 45-64.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Ed. São Paulo: Aleph, 2009.

LEMONS, André. **Cibercultura**, tecnologia e vida social na cultura contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LEMONS, André. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.

LEMONS, André. **Cidade e mobilidade**. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. Revista **MATRIZES** n.1 out. 2007.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Paulo Neves. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LUNDBY, Knut (ed.). **Mediatization of communication** (Handbooks of Communication Science), vol. 21, De Gruyter, Boston/Berlin, 2014.

MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 14. ed. São Paulo: Cultrix, 2005.

MARQUES, Alberto. **Redações convergentes e o impacto dos tablets nas rotinas produtivas jornalísticas**. Anais do V Simpósio Internacional de Ciberjornalismo, campo Grande, MS, UFMS, de 27 a 29 de agosto de 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Mídia e Poder Simbólico: um ensaio sobre comunicação e campo religioso**. São Paulo: Paulus, 2003 (Comunicação).

MARTINS, E.; PALACIOS, M (Orgs). **Ferramentas para análise no ciberjornalismo**. Volume 2: Aplicações. Covilhã, Portugal: Editora Labcom.IFP, Coleção LabCom, Série Jornalismo, 2016.

MIELNICZUK, Luciana. **Jornalismo na web: uma contribuição para o estudo do formato da notícia na escrita hipertextual**. (Tese de Doutorado). FACOM/UFBA, Salvador, 2003.

PALACIOS, Marcos. **Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória**. In: MACHADO, Elias e PALACIOS, Marcos. *Modelos de Jornalismo Digital*. Salvador, Calandra, 2003.

PALACIOS, Marcos et al. **Um mapeamento de características e tendências no jornalismo online brasileiro**. 2002. Disponível em: http://www.facom.ufba.br/jol/pdf/2002_palacios_mapeamentojol.pdf . Acesso em: 25 de abril de 2018.

PALACIOS, Marcos; CUNHA, Rodrigo do Espírito Santo da. A taticidade em dispositivos móveis: primeiras reflexões e ensaio de tipologias. In: **Contemporânea**. Comunicação e Cultura. V.10, n.03, set-dez., 2012, p.668-685

RODRIGUES, Carla (Org). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009.

SALAVERRÍA, Ramón.; AVILÉS, José Alberto García. **La convergencia tecnológica em los medios de comunicación: retos para el periodismo**. Trípodas, número 23, Barcelona, 2008, p. 31- 47.

SALAVERRÍA, Ramón. **El periodismo en la era digital** - convergencia multimedia. In: XXVIII Encuentro Nacional de Facultades de Comunicación Social. Lima, set. 2007. Disponível em <http://www.apfacom.org/web-encuentro/> Acesso em 9 out. 2007

SALAVERRÍA, Ramón. ; NEGREDO, Samuel. **Periodismo integrado** – convergência de medios y reorganización de redacciones. Barcelona: Sol90Media, 2008.

SALAVERRÍA, Ramón. **Estructura de la convergencia**. En: López, X.; Pereira, X. (coords.) (2010). Convergencia digital. Reconfiguración de los medios de comunicación en España. Santiago de Compostela: Servicio Editorial de la Universidad de Santiago de Compostela, pp. 27-41.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel digital: o uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo**. 2013. 408 f. (Tese Doutorado). Faculdade de Comunicação Social. Universidade Federal da Bahia – UFBA. Salvador, 2013.

SILVA, Gislene et al. **Critérios de noticiabilidade**. Problemas conceituais e aplicações. Florianópolis: Insular, 2014.

SCOLARI, Carlos. **Hipermediaciones**. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva. Barcelona, España, Editorial Gedisa, 2008.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

SODRÉ, Muniz. **Jornalismo como campo de pesquisa**. BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH - Volume 6 - Número 2 – 2010, pp. 7-16

SODRÉ, Muniz. Eticidade, campo comunicacional e midiatização. In: MORAES, Denis de (org). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

RÜDIGER, F. R. **Introdução às teorias da cibercultura: perspectiva do pensamento tecnológico contemporâneo**. Porto Alegre: Sulina, 2 ed., 2007.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – Vol I – Porque as notícias são como são. Florianópolis, Posjor-UFSC/Insular, 2005a

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. Vol. II A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular. 2005b.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. Trad. Wagner de Oliveira Brandão. Petrópolis: Vozes, 1995.

VERÓN, Eliseo. Teoria da midiatização: uma perspectiva semioantropológica e algumas de suas consequências. **Matrizes**, V. 8 - Nº 1 jan./jun. 2014, São Paulo – Brasil, p. 13-19.

VERÓN, Eliseo. Fragmentos de um tecido. Trad. Vanise Dresch. São Leopoldo (RS): Editora Unisinos, 2004.

VERÓN, Eliseo. **La semiosis social 2: ideas, momentos, interpretantes**. Buenos Aires: Paidós, 2013.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação de massa**. Trad. Karina Jannini. São Paulo: Martins Fontes, 2003. (Leitura e crítica).