

**JORNALISMO MÓVEL E O TRABALHO DO
VIDEORREPÓRTER: uma análise da recepção crítica da
audiência na página “Virei Jornalista”¹
MOBILE JOURNALISM AND THE WORK OF THE VIDEO
REPORTER: an analysis of the critical reception of the
audience on the “I Became a Journalist” page**

Kamilla Abely Dias GOMES²
Vitor José Braga Mota GOMES³
Raquel Marque CARRIÇO⁴

Resumo: Este artigo investiga como a audiência da página “Virei Jornalista” percebe e avalia o trabalho do videorepórter dentro do contexto do jornalismo móvel, prática que tem se expandido consideravelmente nas redações brasileiras. A partir de uma análise temática de conteúdo, fundamentada nas proposições metodológicas de Bardin, foram coletados e analisados 517 comentários provenientes de uma postagem específica no Instagram, que retrata a rotina de um profissional realizando sozinho uma videoreportagem ao vivo para uma afiliada da Rede Globo. Os comentários destacaram, predominantemente, críticas contundentes relacionadas à precarização das condições laborais, ao excesso e acúmulo de funções atribuídas aos jornalistas e à remuneração insuficiente frente às exigências da profissão multitarefa. A audiência também problematizou a romantização e glamourização da sobrecarga de trabalho e questionou o impacto dessas práticas sobre a qualidade do jornalismo produzido. Os resultados apontam ainda para preocupações relevantes quanto à saúde física e mental dos profissionais que atuam neste cenário, indicando que, apesar das vantagens tecnológicas percebidas no uso dos smartphones, a audiência mantém uma postura crítica e consciente acerca dos desafios contemporâneos enfrentados pelos jornalistas móveis.

Palavras-Chave: Videorepórter; Jornalismo móvel; Trabalho no jornalismo; Mídias sociais.

Abstract: This article investigates how the audience of the “Virei Jornalista” page perceives and evaluates the work of video reporters within the context of mobile journalism, a practice that has expanded considerably in Brazilian newsrooms. Using a thematic content analysis, grounded in Bardin's methodological propositions, 517 comments from a specific Instagram post depicting the routine of a professional conducting a live video report alone for a Rede Globo affiliate were collected and analyzed. The comments predominantly highlighted strong criticisms related to the precarious

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Recepção, Circulação e Usos Sociais das Mídias. 35º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal - RN. 9 a 12 de junho de 2026.

² Mestra pela Universidade Federal de Sergipe (UFS). Jornalista formada pela Universidade Federal de Alagoas (UFAL). Email: kamillaabely@academico.ufs.br

³ Orientador do trabalho. Professor do curso de jornalismo da UFAL e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFAL, email: vitor.braga@ichca.ufal.br.

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do curso de Publicidade e Propaganda e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFS, email: raquelcarrico@academico.ufs.br

working conditions, the excessive and accumulated functions assigned to journalists, and insufficient remuneration in the face of the demands of the multitasking profession. The audience also problematized the romanticization and glamorization of work overload and questioned the impact of these practices on the quality of journalism produced. The results also point to relevant concerns regarding the physical and mental health of professionals working in this scenario, indicating that, despite the perceived technological advantages of using smartphones, the audience maintains a critical and conscious stance regarding the contemporary challenges faced by mobile journalists.

Keywords: Video reporter; Mobile journalism; Work in journalism; Social media..

1. Introdução

É curioso pensar na construção de uma reportagem sem pensar, inicialmente, na mobilização de toda uma equipe para fazer acontecer o material jornalístico televisivo - desde a sugestão de pauta até a edição do conteúdo para ir ao ar. Tradicionalmente, uma equipe de reportagem tradicional é composta por um repórter, um cinegrafista e um motorista. Atualmente, observamos um movimento de enxugamento das redações de TV em que o cinegrafista assume também o cargo de motorista ou mesmo o repórter assume as três funções.

Nesse cenário, as câmeras pesadas são deixadas de lado e são substituídas por algo mais prático e leve: o *smartphone*. Essa modalidade conhecida como jornalismo móvel deriva do termo *MoJo (Mobile Journalist)* que “começou a ser empregado a partir de 2005 para expressar o trabalho dos repórteres do Gannett Newspaper, nos Estados Unidos” (Silva, 2015, p. 10). Com a prática, o videorepórter emerge como o profissional capaz de produzir sozinho uma reportagem, desde a pauta, a captação de imagens, a realização de entrevistas e até mesmo a edição do material a partir de um *smartphone*, além de ferramentas auxiliares como tripé e estabilizadores de câmera.

Ao discutir as reconfigurações da identidade do profissional jornalista, os autores Figaro, Molini, Pachi Filho e Nonato (p. 14, 2023) trazem que a base do processo produtivo jornalístico atual é a fragmentação e a desespecialização. E é neste contexto, frente à necessidade de atualização constante, cobertura na velocidade da informação e das mídias sociais em uma sociedade hiperconectada, que a captura de imagens, por sua vez, antes vista com todo rigor técnico e artístico, é experimentada de uma maneira mais informal e improvisada.

Esse cenário de reconfiguração do trabalho exige do novo profissional habilidades mútuas e certo malabarismo que desperta preocupação da categoria com a qualidade dos conteúdos televisivos, enxugamento das equipes, fim da profissão de cinegrafista, condições de trabalho físicas, psicológicas e remuneração equivalente. Isso porque ser multitarefa ou multimídia (Figaro et al, p. 14, 2023) pode se tornar “um problema para a qualidade do produto, porque acontece em um quadro de longas jornadas, desregulamentação de direitos e da profissão, micro equipes (equipe do eu mesmo) e pressão crescente por audiência”.

O presente artigo tem como objetivo apresentar como os jornalistas brasileiros, enquanto audiência da página “Virei Jornalista”⁵, percebem e compreendem a função de videorrepórter dentro do jornalismo televisivo, bem como as questões, problemáticas e pontos positivos que são levantados sobre o tema. O interesse pela temática e material de análise parte de uma postagem específica publicada no Instagram em que ilustra um videorrepórter conduzindo uma matéria com participação ao vivo em um programa da emissora TV TEM, afiliada da Rede Globo em Sorocaba (São Paulo) e região. O trabalho foi desenvolvido na disciplina Estudos de Audiência e da Recepção do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Sergipe (PPGCOM-UFS).

O material foi coletado manualmente, totalizando 517 comentários com interações entre os usuários seguidores da página. A pesquisa é de natureza quali-quantitativa e utiliza como metodologia a Análise de Conteúdo do tipo Temática.

2. Fundamentação teórica

Apesar de o jornalismo móvel ser resgatado historicamente a partir do telégrafo sem fio, no século XIX, e nas primeiras coberturas com o relato de correspondentes de guerra, como ilustra Firmino da Silva (2015, p. 10), o termo se consolida com o surgimento da internet e popularização dos dispositivos comunicacionais móveis sob esta perspectiva *mobile*.

Com a explosão das tecnologias móveis e sem fio no século XXI, o jornalismo móvel implica em um processo de reconfiguração da produção jornalística devido à dinâmica imprimida às rotinas de produção dos repórteres em campo no processo de apuração, edição e compartilhamento de conteúdos por redes móveis ou telemáticas que elevou o trabalho à condição multitarefa e polivalente, entre outros fatores que também contribuíram para o processo como a convergência.

⁵ Disponível em: <https://www.instagram.com/vireijornalista/>

No contexto inicial do que se entendia como uma *Web 2.0* - caracterizada por uma participação maior dos usuários, mais interatividade nos *sites* - e anseios por uma nova era de democratização da informação, a modalidade foi percebida inicialmente como uma ferramenta para a participação dos cidadãos em um jornalismo construído comunitariamente. Como apontou Fidalgo (2009, p. 5):

[...] o jornalismo móvel entendido como um jornalismo feito de qualquer parte em qualquer altura, graças a um equipamento mínimo (apenas um telefone inteligente!), que qualquer cidadão pode adquirir, é considerado como um meio privilegiado de democratização e massificação da produção jornalística e da participação cívica.

Enquanto entusiasta do jornalismo móvel, Fidalgo (2009) pareceu não se atentar para barreiras como a exclusão digital - que existem até hoje. Para além da participação cívica, o jornalismo móvel foi sendo testado apesar da falta de qualidade das primeiras câmeras de dispositivos móveis disponíveis, sobretudo com a ideia da vantagem e utilidade a partir do registro instantâneo de imagens em “casos de risco social e situação de emergência” (Adelantado, 2008, p. 305) numa cobertura - como, por exemplo, conflitos ou fenômenos naturais.

Nesse contexto, a função de videorepórter no telejornalismo foi ganhando espaço enquanto profissional capaz de produzir sozinho uma reportagem com uma câmera ou celular na mão e auxílio de equipamentos como tripé e estabilizadores de câmera. Ao traçar um panorama histórico, países como Estados Unidos e Canadá foram palco das primeiras experiências de videoreportagem, que surgiram na década de 1970. A pesquisadora Patricia Thomaz (2006, p. 93) aponta que, no caso dos Estados Unidos, o pioneiro foi Jon Alpert, americano que criou uma produtora independente e produziu, por conta própria, documentários para várias redes de TV do país, inclusive ganhando reconhecimento a partir de matérias inéditas e exclusivas como a entrevista com Fidel Castro após a Revolução de Cuba, e coberturas da guerra do Irã e Iraque.

No Brasil, o novo estilo de produção televisiva alternativa chega nos anos 1980 sob uma ótica de experimentação, amadorismo e opção frente a poucos recursos financeiros, tecnológicos e falta de pessoal. No contexto do país, a precursora foi o programa TV MIX da TV Gazeta de São Paulo com uma grade variada. Conforme Thomaz (2006, p. 93):

Dentro da programação, havia o espaço para a cobertura jornalística local. Sem recursos para contratar várias equipes, a solução encontrada pelo diretor da TV MIX, Fernando Meirelles, foi criar o videorepórter. No início, as videoreportagens na TV Gazeta eram feitas de forma amadora por estudantes ou profissionais de outras áreas, tempos depois, passou a ser desenvolvida por jornalistas preocupados não só com a forma, mas também com o conteúdo.

Sobre essa etapa que configura o nascimento da videoreportagem no contexto brasileiro, Araújo (2010, p. 54) pontua que a modalidade emerge como uma proposta alternativa e oposta ao jornalismo tradicional com sua linguagem objetiva e séria, exigindo do videorepórter um movimento de improviso e criatividade baseado em uma linguagem mais intimista com o público.

Na primeira fase, do final dos anos oitenta até o começo dos anos noventa, notamos que a videoreportagem convoca os sentidos de improviso e criatividade. É o momento de formação no ambiente televisivo, da TV Gazeta, quando as condições do contexto econômico, tecnológico, político e cultural solicitam uma produção alternativa, de baixo custo e com tecnologia incipiente [...] Ao final dos anos 1980, a videoreportagem aparece, pelo menos em proposta, como antítese do telejornalismo tradicional, objetivo, duro, ainda com seus resquícios radiofônicos e vai solicitar a participação, a descontração e a opinião do videorepórter como estratégias de construção do real.

É nesse cenário de fim da Ditadura Militar que ocorria uma consolidação da indústria televisiva e maior acessibilidade às câmeras de vídeo portáteis (Araújo, 2010). Com o passar dos anos, o jornalismo móvel foi se popularizando e ganhando forma sobretudo a partir de algumas evoluções tecnológicas. Rodrigues (2020) destaca, em sua tese sobre as novas formas de produzir conteúdo jornalístico, alguns marcos importantes para essa popularização: (1) o lançamento do primeiro iPhone em 2007; (2) a loja de aplicativos da Apple em 2008; e (3) a massificação das redes 3G por meio do aumento da capacidade de transmissão de dados nos *smartphones*:

Então, antes dos marcos no desenvolvimento das tecnologias de telecomunicação, os celulares serviam mais como suporte para a apuração jornalística. O seu uso e a avaliação dos profissionais foram mudando à medida que a evolução dos sistemas de usabilidade e da qualidade do registro audiovisual foram sendo aplicadas nos aparelhos. Hoje, há empresas de jornalismo que apoiam o uso dos smartphones por seus funcionários,

inclusive promovendo formação e treinamentos em mojo. (Rodrigues, 2020, p. 7)

A partir dessa inclusão do *smartphone* também na produção de matérias televisivas, o pesquisador constata que esse novo tipo de jornalismo e suas características como agilidade, flexibilidade e acessibilidades são reflexos da “redução das redações de jornal, do crescimento do jornalismo digital e da preferência do mercado de trabalho por profissionais que saibam lidar com multitarefas” (Rodrigues, p. 77). Rodrigues (2020) alerta, no entanto, que alguns desses aspectos evidenciam um processo de precarização da profissão.

Para Pontes e Mick (2023, p. 30), ao analisar a crise e mercado de trabalho dos profissionais no Brasil, o ambiente de flexibilidade anda junto à precarização em que é importante considerar o contexto do problema como “resultado de transformações econômicas, tecnológicas e políticas que estruturam o campo contemporâneo dos mídia”. Nessa perspectiva, é importante entender aspectos como a própria conjuntura de crises sucessivas do capitalismo e mudanças estruturantes nas relações de trabalho.

No que diz respeito ao imediatismo em uma sociedade cada vez mais conectada, Pontes (2017) ressalta que os novos modos precários de trabalho coexistem com essa dinâmica de instantaneidade e velocidade da informação e do ato de informar:

Sendo uma profissão que se forja e se desenvolve em estreita relação com a indústria da informação, as mudanças tecnológicas impactam no desenvolvimento técnico e conceitual da atividade. Formas contemporâneas de precarização do trabalho jornalístico coincidem com o avanço da produção e circulação da informação em todas as esferas da vida cotidiana, com formatos e técnicas distintas para oferecer as informações ao público e de compartilhar informações com ele. (Pontes, 2017, p. 175)

Nessa perspectiva, o novo profissional é formado sob essa nova necessidade do mercado por jornalistas multitarefas ou multifuncionais que colecionam funções diversas que antes eram desempenhadas por diferentes pessoas que compunham uma equipe. Apesar da videoreportagem e jornalismo móvel nascerem sob a proposta alternativa, independente e contra-hegemônica, a modalidade foi apropriada pelos grandes conglomerados de mídia comerciais não só no Brasil, mas em todo o mundo. Uma tendência que faz sentido para muitos frente aos avanços tecnológicos, mas que também é alvo de críticas no que tange à qualidade, enxugamento das equipes, extinção de profissões e falta de condições justas de trabalho.

3. Procedimentos metodológicos

A postagem feita pelo perfil “Virei Jornalista”⁶ (página sobre jornalismo, memes e bastidores da TV) através da plataforma Instagram foi publicada no dia 25 de maio deste ano. O vídeo no formato Reels mostra uma videorreportagem feita pelo jornalista paraense Adriano Baracho⁷, originalmente divulgada em seu perfil no TikTok - visto que, além de videorrepórter, ele se apresenta como criador de conteúdo. O trecho traz uma entrada ao vivo no programa “Bom Dia Cidade” da emissora “TV TEM”, afiliada da Rede Globo em Botucatu (São Paulo) e região, com a temática de educação, abordando algumas atividades promovidas por uma escola a partir da entrevista de professores responsáveis.

O *corpus* deste estudo foi coletado manualmente entre os dias 30 e 31 de maio, totalizando 517 comentários enquanto interações entre os usuários que promoveram uma grande discussão na postagem. A escolha pela coleta manual se deu em virtude da limitação de *softwares* disponíveis em coletar mais de 100 comentários. A coleta manual, por sua vez, apesar de trabalhosa, facilitou o processo de pré-análise à medida que os comentários iam sendo coletados e organizados previamente, já permitindo a pontuação de algumas observações e observação de alguns aspectos que se repetem na discussão. O material foi disposto em um documento construído por meio do aplicativo Planilhas Google.

Com natureza quali-quantitativa, utilizamos como metodologia a Análise de Conteúdo do tipo temática com os princípios propostos por Bardin (2012) para observação dos apontamentos no que diz respeito à recepção. O processo metodológico se pautou em três etapas: 1) pré-análise, em que ocorre a coleta e organização do material que vai ser estudado a partir das fases de leitura flutuante, escolha dos documentos, preparação do material, referencição dos índices e a elaboração de indicadores; 2) exploração do material, na qual acontece a codificação da mensagem, que pode ser realizada por meio de unidades de registros ou categorias; e 3) tratamento dos resultados, inferências e interpretação, momento em que é feita a sistematização de resultados obtidos por meio das fases anteriores, permitindo uma categorização temática dos dados.

Por meio da técnica, foi possível identificar padrões, temas e significados nos dados textuais, neste caso, os comentários presentes na postagem. Lembrando que todo processo

⁶ Disponível em: <https://www.instagram.com/vireijornalista/>

⁷ Adriano Baracho é jornalista formado em Comunicação Social com Habilitação Jornalismo em 2015 pela Faculdade Ipiranga, em Belém do Pará. Com 31 anos de idade, atua como videorrepórter na TV TEM, em Botucatu, há mais de 2 anos. Já trabalhou em alguns veículos como TV Liberal, em Marabá (PA) e TV Correio - SBT Parauapebas.

poderia ser feito caso não se alcançasse na etapa final o objetivo central da pesquisa - confirmando ou não as hipóteses formuladas previamente. No processo de categorização, é importante salientar a necessidade de argumentação a partir da mobilização de teorias e autores do campo para explorar e aprofundar as discussões apontadas no corpus analisado.

4. Análise de conteúdo

Os 517 comentários contabilizados também incluem as interações enquanto respostas dentro dos próprios comentários. O material foi separado em uma planilha com tópicos: nome do usuário, comentário, curtidas, respostas, tom (se positivo, negativo ou neutro) e observações com o intuito de analisar e categorizar com mais facilidade o posicionamento da audiência.

Quadro 1: Estrutura de tópicos da análise de conteúdo produzida.

Tópico	Descrição	Tipo
Nome de usuário	User na mídia social para identificar o usuário que está comentando e se há mais de um comentário ou interação em outros comentários (engajamento no assunto)	Quantitativo
Comentário	Textos dos usuários sobre a postagem para analisar como se deu a recepção	Qualitativo
Nº de curtidas	Quantitativo de curtidas dos usuários para avaliar o nível de engajamento nos comentários de algumas pessoas dentro da publicação	Quantitativo
Respostas	Respostas dos usuários dentro dos comentários específicos para verificar o nível de interação e discussões mobilizadas internamente, seja em concordância ou discordância	Qualitativo
Tom	Teor do comentário para entender se a recepção foi positiva (admiração, resignação), negativa (denúncia, descontentamento/desagrado, choque/susto) ou neutra (humor, exposição de situações pessoais, flertes) em relação à situação apresentada	Qualitativo
Observações	Considerações a partir da leitura, releitura, pré-análise e tratamento dos dados qualitativos e quantitativos para categorização do <i>corpus</i> e compreensão do processo de recepção na postagem	Qualitativo

4.1. Mojo em pauta: Cê filma e fala?

Para iniciar a análise, é importante destacar, para além dos comentários, a construção da postagem dentro da página a partir dos seus aspectos visuais e textuais. Nesse sentido, o vídeo acompanha a seguinte legenda feita pela página: “*O repórter além de se preocupar com*

as informações, com entrevistados... tbm tem que se preocupar com imagem, posicionamento e por aí vai...” que, em um primeiro momento, pode parecer neutro, mas que suscita um tom de crítica partindo da presença reforçada das reticências e listagem de tarefas do repórter.

Figura 1: Reprodução do vídeo de Adriano. Fonte: Virei Jornalista.

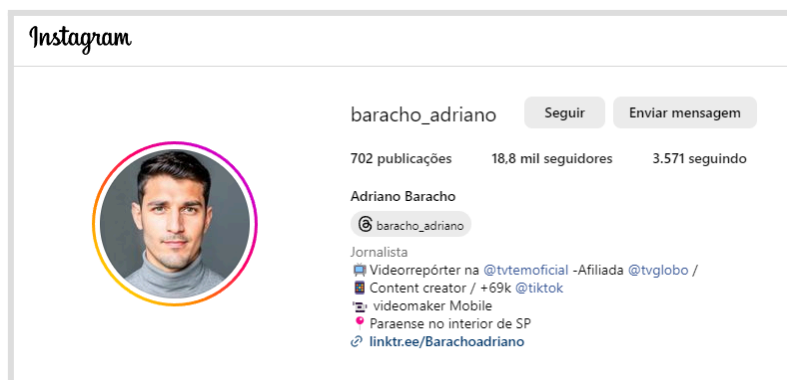


Também é importante compreender que o conteúdo consiste em uma colagem simultânea de vídeos (tela da TV + gravação de bastidores), originalmente divulgado pelo próprio videorepórter em suas páginas pessoais - nas quais ele costuma utilizar para compartilhar os bastidores de seu trabalho, com a seguinte legenda e hashtags: *“Ao vivo de hoje pro BDC mostrando um projeto de incentivo ao empreendedorismo no interior de SP. Com o MOJO (Mobile Journalism) resolvi dar movimento com um estabilizador . O famoso “quem sabe, faz ao vivo” 😁 #videorepórter #shotoniphone #mobilejournalism #osmoaction”*.

A página “Virei Jornalista” funciona como uma vitrine contabilizando 111 mil seguidores⁸, capaz de realizar uma curadoria de vídeos acerca da profissão com potencial de viralizar nas mídias sociais. Vale pontuar que, além de se apresentar como videorepórter, o paraense Adriano Baracho também se apresenta como criador de conteúdo - com mais de 69 mil seguidores no TikTok e 18 mil no Instagram.

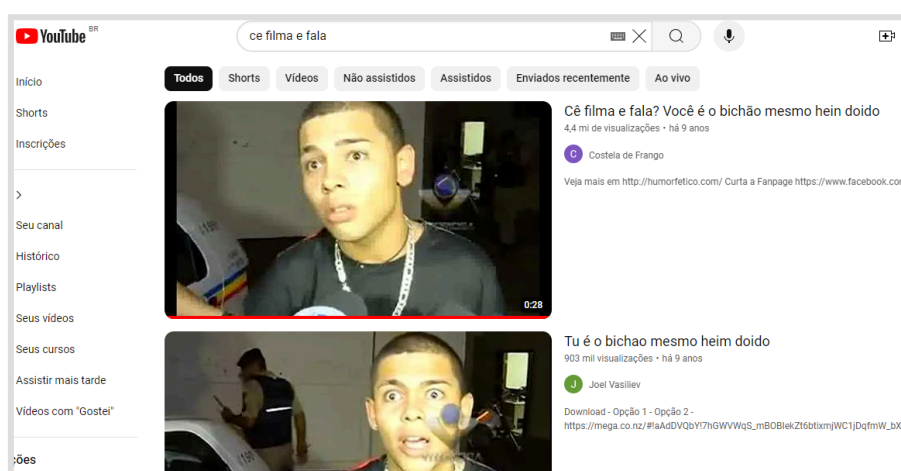
⁸ Número de seguidores atualizado até 25 de junho de 2024.

Figura 2: Perfil pessoal de Adriano Baracho. Fonte: Instagram.



Em relação ao tom dos comentários, apenas 19 foram positivos com apresentação de elogios e parabenizações às habilidades e trabalho do profissional. Como exemplo, a fala do usuário @jcgad “E o cara é craque né - ficou ótimo 👍”. Além dos elogios, foi possível notar alguns comentários de tom neutro que não traziam necessariamente o teor positivo ou negativo, em sua maioria expositivos. É interessante apontar que alguns deles mobilizaram o humor e a referência de um meme conhecido na internet, como por exemplos as respostas de @dot_douglas e @danieljuniob: “Você filma e fala!? Você é o bichão mesmo hein, doído?!” e “Você filma e fala 😂😂😂😂”.

Figura 3: Pesquisa pelo vídeo correspondente ao meme. Fonte: Youtube.



O meme citado pelos usuários se trata da situação de uma reportagem em que aparentemente o repórter também produz as imagens enquanto entrevista, desempenhando a

função de videorepórter/videojornalista. Em uma cobertura policial, ao perguntar sobre o roubo, o suspeito detido comenta a frase que ficou gravada como meme na internet, confrontando o jornalista: “Você filma e fala!? Você é o bichão mesmo hein, doido?!”. Em um primeiro momento da pré-análise, não consegui perceber de imediato a referência, somente ao notar a repetição da frase e em um tratamento mais apurado dos dados, pude entender a relação com a linguagem de meme.

No espaço de debate, algumas pessoas compartilharam suas experiências enquanto videojornalistas ou profissionais multitarefas destacando as facilidades que atualmente a tecnologia oferece, como destaca o usuário @lucianoabe.

“Sou videojornalista e professor. Faço isso desde o início dos anos 2000. Mas na época não havia pau de selfie, o que facilita bastante. O videojornalista faz todos o processo, da pauta à edição, passando pela entrevista, filmagem e som. É difícil, mas acostuma. Antes a gente usava tripé e equipamentos pesados. Hj é tudo mais leve e portátil. 😊😊😊” - Usuário (l@lucianoabe)

Aliado a esses novos equipamentos leves e portáteis, na prática, como aponta Rodrigues (2020, p. 22), “a preferência atual do mercado de trabalho é pelos profissionais que saibam lidar, sozinhos, com multitarefas” e é neste cenário que o mojo se fortalece enquanto “técnica jornalística adequada a essas demandas”. Outros usuários destacaram que enxergam o processo com naturalidade como o seguidor @oscarmf “*Hoje em dia a tecnologia permite! Acho válido*”. Uma delas classificou como “mimimi” as discussões sobre exploração e citou sua experiência profissional passeando por diversas funções que hoje lhe são úteis.

“Eu me formei em 2001, no boom da internet. Naquela época o “mimimi” era porque não podia usar a matéria escrita pro jornal no site, porque, teoricamente, deveria ter um repórter só pro site. Na teoria é lindo, concordo. Na prática nem sempre é viável. Outro “mimimi”: eu tirava as fotos com minha Mavica (uma câmera digital com disquete). Teoricamente deveria ter um repórter fotográfico. Resumo: aprendi a fotografar, editar texto pra internet etc... Uso tudo no meu dia a dia hoje. Ainda bem que não fiquei presa apenas ao texto. Lógico que existem excessos, exploração de mão de obraetc. mas não vejo nada de mais em segurar um gimbal pra viabilizar uma matéria. São outros tempos, outras formas de produzir/consumir conteúdo, outro mercado, outras formas de monetização etc” - Usuário 3 (tisajaques)

Ainda que reconheçam que existam excessos e possibilidade de exploração, os usuários trazem o novo cenário tecnológico como aspecto principal que molda as novas formas de trabalhar - e que o jornalista deve se adaptar e acompanhar tais mudanças. Para Figaro et al (2023, p. 14), mesmo dentro de “quadro dramático” composto por jornadas laborais extensas com o enxugamento das equipes e contexto da própria desregulamentação da profissão:

[...] há os que confundem avanço tecnológico e aperfeiçoamento da atividade profissional com deslumbramento tecnológico e prescrição naturalizada. Ou seja, “é assim e não há o que fazer”. Essa naturalização dos usos que o capital faz das tecnologias é reacionária e limita o avanço do conhecimento em proveito da humanidade.

Entre “teoria e prática”, em um contexto em que o mercado e as grandes Big Five ditam a velocidade e não-regras das relações laborais - plataformizadas, há quem se assuste e há quem demonstra familiaridade com o cenário, com ou sem a romantização do processo. Há quem treine seus malabarismos cotidianamente e compartilhe os bastidores em suas redes pessoais, como Adriano Baracho, abrindo espaço para discussões sobre o futuro (precarizado) do jornalismo - que veremos a seguir.

4.2. Precarização ao vivo

No que diz respeito aos comentários de tom negativo, foram contabilizados cerca de 316, alguns acumulando centenas de curtidas como o do usuário @rafaelmesquitaj que aponta “*Precarização extrema! Não deve ser celebrada, deve ser denunciada*”, com 844 curtidas e o de @pablopmr “*Faz o trabalho de 3, recebe por meio*”, com 452 likes. A curtida nas redes sociais desempenha um papel de aprovação no meio social online, sobretudo em postagens que abrem espaço para discussão com embates de posicionamentos políticos e ideológicos.

Nesse aspecto, a precarização foi um dos termos mais citados nos comentários com ênfase na substituição de vários profissionais por um só que acumula as várias funções. Para entender a precarização, os pesquisadores Pontes e Lima (2019, p. 3) pontuam “jornada de trabalho excessiva, intensidade do trabalho, vínculo precário, salários baixos e

multifuncionalidade” como os cinco indicadores principais para configurar quão precária está a profissão.

Nos comentários coletados, aparecem questões como a remuneração não-equivalente ou a falta de direitos trabalhistas - este último que direciona para uma lógica de pejetização (Figaro, 2014, p. 33) na qual as empresas realizam contratos com os jornalistas “tendo-os como pessoa jurídica, e eximindo-se dos tributos relativos aos direitos sociais dos trabalhadores”.

A tecnologia aparece como uma “vilã” na eliminação de algumas profissões e muitos usuários fazem o paralelo do cinegrafista com a função do cobrador de ônibus - este último que foi substituído pela cobrança eletrônica de bilhetes ou acúmulo de funções pelo motorista. As seguidoras @jaquefernandes522 e @_mila_v_a_ destacam, respectivamente: *“Acho horrendo, igual motorista de ônibus cobrando passagem! Essas coisas só servem pra tirar empregos”*; *“Vixe, está igual ao transporte publico, que antes tinha o trocador, e agora só tem o motorista fazendo dois papéis”*.

Nesta postagem, o espaço também funciona como um local de desabafo de profissionais e suas experiências. Alguns usuários comentaram sobre a substituição dos profissionais, como o usuário @rodrigomaker: *“O cinegrafista substituído. O assistente já era. O motorista foi substituído pelo Uber. É o padrão Globo de qualidade”*, e em tom de revolta como: *“Nenhuma "alternativa" é capaz de substituir e nunca será melhor do que o trabalho do Repórter Cinematográfico! Respeitem essa categoria de profissionais da TV, sem eles nada existe. O resto é "invenção" de gestão neoliberal”*, do seguidor @marcelochemale. Alguns cinegrafistas também compartilharam suas impressões sobre a realidade do mercado, como o usuário @nicobalca82:

“Sou cinegrafista com DRT e tudo e a cada dia vejo minha profissão morrendo, sendo substituída pela ganância dos empregadores, com a justificativa de avanço da tecnologia. Antes usávamos 3 cinegras pra fazer um evento que hoje é feito por uma câmera robótica, operada por apenas 1 profissional e as previsões são pessimistas com a chegada da inteligência artificial, fazendo com que logo não precisemos mais de um ser humano para operar uma câmera. Triste ver os rumos que o mundo está tomando”

O enxugamento e troca pela equipe do “eu mesmo” (Figaro et al, 2023) foi destacado como uma realidade de emissoras pequenas, o seguidor @fabiomeloam, por exemplo, pontuou que *“já é assim em praticamente todos as emissoras do Brasil. Chama-se vídeo repórter. Enxugaram tudo. Menos custo para as emissoras principalmente as pequenas. É mais lucro para os patrões”*. Alguns usuários destacaram as demissões em massa como realidade de outras afiliadas da Globo, como o @ccsjrproducer: *“Aqui no Amazonas, a afiliada da Globo demitiram vários cinegrafistas e agora provavelmente repórteres serão cinegrafista também”*.

Para Grohmann (2013, p. 102), é necessário compreender os oligopólios e conglomerados de comunicação para entender o cenário e as mudanças no mercado jornalístico como algo estruturante da conjuntura atual econômica - e não como situações individuais isoladas ou inusitadas - como são o caso das:

Ondas de demissões de jornalistas nas grandes empresas de comunicação: os famosos “passaralhos”. As transformações econômicas das indústrias midiáticas provocaram modificações no processo produtivo dos trabalhadores destas indústrias culturais.

Em Alagoas, por exemplo, em 2019, houve a deflagração de uma greve da categoria contra a redução do piso salarial que rendeu uma retaliação das empresas de comunicação em forma de demissão em massa de profissionais, sobretudo pela TV Gazeta, afiliada da Globo, controlada pelo político Fernando Collor. Em 2022, em protesto com cartazes escritos “Collor Calloteiro”⁹, mais de 300 trabalhadores demitidos - entre jornalistas e profissionais de outros setores - cobraram mais de R\$ 30 milhões em dívidas trabalhistas.

É curioso perceber que o cenário do mercado, ao mesmo tempo que é comum para alguns jornalistas, aparece como inimaginável e distante para outros profissionais que passam a ter contato com essa realidade a partir dos relatos dos colegas. Em resposta ao usuário @pcsjoao, que questiona: *“Qual o próximo passo? O repórter também editar as demais matérias, ir pra externa e também ser o âncora?”*, alguns jornalistas comentam que a situação hipotética é a realidade em algumas regiões no Brasil.

Figura 4: Diálogo entre jornalistas compartilhando vivências precarizadas. Fonte: Instagram.

⁹ Disponível em: <https://fenaj.org.br/empregados-demitidos-fazem-protesto-collor-caloteiro-nunca-mais/>



Nesse diálogo, é interessante notar algumas atividades listadas como funções acumuladas pelo repórter, como a produção de material para as mídias sociais. Sob esse aspecto, Terranova (2013, p. 37) alerta para a exploração do trabalho digital, visto como “trabalho livre” ou “não-trabalho”. Nesse caso, o processo de alimentar as redes ao produzir conteúdo para as plataformas, tido como simples pelos empregadores, pode se transformar “em atividades produtivas, que são prazerosamente abraçadas e, ao mesmo tempo, muitas vezes, vergonhosamente exploradas”.

4.3. Novo padrão (de precariedade) da Globo

Outro ponto ressaltado foi a falta de qualidade no conteúdo apontada na discussão pela audiência como uma quebra de expectativa à noção construída do “padrão Globo de qualidade” da Rede, visto que a TV TEM é uma de suas emissoras afiliadas. O usuário @sd6a afirmou: “A precarização do serviço chegou na Globo. É bom que pode pedir adicional de salário por acumular as funções de toda a equipe: camera, técnico de som, iluminador e motorista. 😞😞😞”. O seguidor @arthursoares fala que seria aceitável o uso da modalidade em um contexto alternativo de jornalismo e produção audiovisual: “Como

jornalista acho péssimo isso, se fosse um canal de Youtube tudo bem. Mas uma grande rede se usar disso, sério, me entristece”.

Para Borelli e Priolli (2000, p. 79), esse padrão de qualidade da TV Globo foi sendo construído desde a década de 1970 com a combinação de diversas estratégias, sobretudo com o rigor técnico na construção dos telejornais, como o Jornal Nacional (JN).

Trata-se de uma articulação entre padrão de produção, tecnologia e uma proposta específica, capaz de criar uma personalidade na programação aceita, em um determinado momento, como a melhor entre produtores e receptores. À TV Globo é, sem dúvida, a implementadora de um modelo vencedor de padrão de qualidade que, desde os anos 70, vem norteando todas as demais televisões brasileiras.

Destacando a relevância do JN, um dos apresentadores mais conhecidos do programa é citado por uma usuária ao problematizar a expectativa e imaginário social da figura do jornalista: *“E ainda tem muita gente que, quando você fala que é jornalista, fica comparando com William Bonner, pensando que todos tem vida boa e altos salários 😞”*. Isso porque, quando se fala em jornalismo, o telejornalismo aparece como grande referência pela forte influência da televisão no contexto brasileiro.

Longe da glamourização da bancada dos telejornais, a romantização da rotina e “correria” do repórter é deixada de lado para ocupar um lugar de críticas a quem aceita se submeter a tais vagas na TV. O usuário @dinhojunior pontua: *“O problema da TV é que tem uma longa fila de gente clamando pela oportunidade de ganhar pouco, abraçar o bournout, pra alimentar o ego de aparecendo na TV. Os que fazem por propósito sabem bem a diferença disso”*; já o usuário @visitante2611 destaca que: *“E ainda tem jornalista a se acha! O glamour sobe à cabeça mesmo vivendo essa dura realidade. 😞”*.

Com a repetição de comentários pontuando que não há glamour na precarização da profissão, podemos observar uma mudança na percepção da imagem do jornalista, apontada por Adghirni (2005, p. 47) que difere da construída inicialmente sob uma mitologia heróica. Nessa perspectiva, a “imagem romântica do jornalista já não existe. Surge no lugar deste, um profissional híbrido, versátil, ora atuando no campo das mídias ora servindo aos senhores do campo da comunicação”.

Para esse jornalista real, de carne, osso e cansaço, a saúde mental parece ficar em segundo plano e foi outro tema abordado ao longo dos comentários. Para @edisia_santos, o

profissional tem que “*ser equilibrista e ter uma boa saúde mental. Realmente, ser jornalista é uma profissão para os fortes e persistentes. Porém, a precarização é cada vez mais real. Não é a toa que muita gente tá pulando fora*”. Respondendo a um comentário sobre a precarização e obrigação de estar disponível o tempo todo, a usuária @mevaniarodrigues conta que o adoecimento mental foi o motivo de ter trocado de profissão.

@0icaca por isso eu sai da área. Adoei, enlouqueci e antes de me acabar de vez, sai! Precarizado demais!

Ao estudar os indicadores de saúde de jornalistas brasileiros, Pontes e Lima (2019, p. 3) associam os momentos de crise econômica nas empresas jornalísticas com o aumento da precarização, pressão sobre os trabalhadores e “condições para a emergência de adoecimentos físicos e mentais”. Ao entrevistar 1.233 jornalistas, entre novembro e dezembro de 2017, os pesquisadores avaliaram as trajetórias profissionais (2019, p. 14) e constataram que:

Cinco anos após a pesquisa do perfil dos jornalistas brasileiros (MICK; LIMA, 2013), temos um incontestável fenômeno de adoecimento coletivo presente entre os profissionais (homens e mulheres – com mais gravidade sobre a saúde das mulheres) que atuam hoje no jornalismo brasileiro.

Além do maior adoecimento de mulheres, neste estudo, a desigualdade de gênero e aumento de profissionais fora do mercado de trabalho foram outros pontos observados. Apesar de os dados apresentarem um panorama parcial da situação de saúde do(a)s jornalistas brasileiro(a)s, não sendo possível generalizar, os resultados da pesquisa de Pontes e Lima (2019) - como os próprios autores apontam - expressam uma grave situação que requer outros estudos mais específicos para revelar um quadro mais completo com representatividade nacional.

4.4. O futuro do jornalismo

Ao compartilhar entre si as vivências atualizadas no mercado de trabalho jornalístico, o público da página “Virei Jornalista” pontuou questões sobre o futuro da profissão, alguns em tom pessimista como o @robert.pedroza que afirmou que “*A tendência é piorar*”. Enquanto alguns viam com tristeza a situação exposta no vídeo, outros marcavam a justiça do trabalho como @nadiafbonfim: “@mpttrabalho pode isso? 🧠⚖️🆘👤🎤”, como um pedido

de denúncia. Já os usuários @andersoncheni e @edersonteixeira destacaram, em tom de humor, que o próprio vídeo seria uma prova para realizar um processo trabalhista contra a empresa em questão: “Já garantiu a prova no processo trabalhista 🙌🙌🙌” e “Do jeito que a justiça do trabalho gosta 😂”.

Os comentários, ainda que sejam baseados no humor e não em uma denúncia real que exigiria um processo mais complexo como a mobilização do próprio profissional que aparece no vídeo, carrega sentido em um contexto em que “legalmente o videojornalista não existe” (Thomaz, 2006, p. 94). Interessante perceber que o cenário do videorrepórter ou videojornalista, traçado oito anos atrás pela pesquisadora, não mudou e o embate continua em discussão.

Além disso, uma das observações que também se repetiu foi a imagem de um sindicato não atuante em defesa dos direitos da profissão.

“Vejo isso com tristeza... É o retrato de sindicatos enfraquecidos, coniventes e donos de emissoras altamente influentes na política, em quem faz as leis e na justiça. Nasci pra fazer isso estou há mais de 25 anos e caminho para este fim, mas buscando sempre meu melhor lugar, para que não caia em situacomo estas que vejo por aí. Triste demais...” (usuário @reis_kadu)

“O trabalho do jornalista no brasil, seja ele repórter, editor, cinegrafista, fotografo, etc.. não é necessário ter formação. Não há de se esperar nada mais de um país que não valoriza o trabalho dos jornalistas. O sindicato não é atuante. Enfim, uma bagunça sem fim...” (usuário @pepperpaulo)

Seguidores, como @michelmaiatv, rebateram a afirmativa destacando que o problema seria a falta de união e mobilização entre a própria categoria: “O sindicato é atuante sim!!! INFELIZMENTE a categoria não tem essa consciência de valorização do trabalho sindicalista, como médicos, enfermeiro, advogado a e etc.”. Para Grohmann (2013, p. 104), esse fenômeno deriva de uma tendência de individualização das situações de trabalho e do “enfraquecimento das defesas do mundo do trabalho, tendo como exemplo a dessindicalização e a diminuição do seu nível de adesão”, o que explica essa uma imagem essa imagem de um sindicato fragilizado e não-proteção dos direitos dos jornalistas.

Nesse cenário dramático, há quem já tenha construído sua carreira no jornalismo e tenha se adaptado (bem ou não tão bem) às mudanças tecnológicas e exigências novas das corporações, há quem lidou com a precarização extrema e optou por mudar de área e há quem

ainda vai entrar no mercado de trabalho e já se depara com postagem como essas e vários comentários em forma de frustração (realista?) de colegas de profissão. Esse foi o caso da estudante de jornalismo @paula_.ponci que afirmou “*Eu aqui tentando me formar. fiquei foi triste com os comentários* 😞”.

5. Conclusões

Os resultados apontam para uma audiência, em sua maioria, crítica em relação ao papel da tecnologia no mercado jornalístico, destacando questões negativas como a precarização, acúmulo de funções, remuneração desproporcional e romantização da sobrecarga pelos próprios profissionais que aceitam cargos como o de videorepórter.

É importante ressaltar o local dos comentários como um espaço de desabafos e trocas de experiências profissionais similares - como o relato de adoecimento mental e mudança de carreira por alguns profissionais e o processo de se perceber nesse cenário de enxugamento de equipes a partir das vivências de alguns cinegrafistas que comentaram na postagem. Como toda pesquisa, este estudo tem alguns limites a serem apontados como o tamanho da amostra coletada que tem como base um único perfil com suas determinadas características no Instagram. Não é possível, por exemplo, traçar o perfil da audiência e identificar quem está de fato atrás do usuário que participou da postagem: alguns usuários possuem, em sua biografia, a identificação da formação em jornalismo, outros não é possível coletar nem mesmo o nome e sobrenome através do *user* (exemplo: @visitante2611).

É indispensável voltar ao olhar para esses temas em uma perspectiva analítica interseccional, a partir de estudos mais aprofundados e com maior representatividade nacional, talvez enfatizando recortes locais e investigando comentários que denunciam a prática vista como precária como realidade em alguns estados e emissoras.

Esperamos que as reflexões ora trazidas possam servir de base para observar, contextualizar e aprofundar o tema do jornalismo móvel. O presente artigo contribui a partir de uma discussão teórica sobre o jornalismo móvel, além da discussão sobre o presente assunto trazendo algumas questões e fenômenos atuais como a precarização da profissão. Alguns relatos encontrados no *corpus* deste estudo lançam necessidade de outras pesquisas frente à realidade do mercado de trabalho jornalístico.

Como contribuição para os futuros estudos, seria importante analisar a performance de profissionais como Adriano Baracho nas mais diversas plataformas de mídias sociais, como criador de conteúdo e divulgador dos bastidores do próprio trabalho, além das imbricações do discurso veiculado em termos de romantização e glamourização do acúmulo de funções enquanto videorepórter.

Referências

- ADELANTADO, E. Mateu. La cultura del entretenimiento móvil en España. In Aguado, J. M., Martínez, I. J. (eds.), **Sociedad móvil. Tecnología, identidad y cultura**, Madrid: Biblioteca Nueva. 2008.
- ADGHIRNI, Zélia Leal. **O Jornalista: do mito ao mercado**. Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol II, n. 1, 1º sem. 2005.
- ARAUJO SILVA, Karina de. **Videoreportagem em três estilos: Análise de um subgênero em formação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas) – FACOM/UFBA, 2010.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2012.
- BORELLI, Silvia Helena Simões; PRIOLLI, Gabriel. **A deusa ferida: por que a Rede Globo não é mais a campeã absoluta de audiência**. Summus Editorial, 2000.
- FIGARO, Roseli; MOLINI, João Augusto; PACHI FILHO, Fernando Felício; NONATO, Cláudia. Reconfigurações do trabalho e da identidade de jornalistas: reflexões com base em pesquisa no período de pandemia de Covid-19. **Revista Observatório**, [S. l.], v. 9, n. 1, p. a13pt, 2023. DOI: 10.20873/uft.2447-4266.2023v9n1a13pt. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/18011>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- FIDALGO, A. Pushed News: When the news comes to the cell phone. **Brazilian Journalism Research**, v. 5, n. 2, 2009.
- FIGARO, Roseli. Jornalismo e Trabalho de Jornalistas: desafios para as novas gerações no século XXI. **Revista Parágrafo**, v. 2, n. 2, 2014. Disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/231/261>. Acesso em: 25 jun. 2024.
- GROHMANN, Rafael. O Trabalho dos Jornalistas como Sintoma da Lógica dos Conglomerados. **Revista Alterjor**, São Paulo, Brasil, v. 8, n. 2, p. 101–115, 2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/alterjor/article/view/88299>. Acesso em: 26 jun. 2024.
- PONTES, Felipe Simão. Adelmo Genro Filho e a Teoria do Jornalismo: 30 anos de O Segredo da Pirâmide. **Brazilian Journalism Research**, vol 13, nº 1, 2017.
- PONTES, Felipe Simão; MICK, J. **Crise e mercado de trabalho: trajetórias profissionais de jornalistas no Brasil (2012-2017)**. In: ANAIS DO 27º ENCONTRO ANUAL DA COMPÓS, 2018, Belo Horizonte. Anais eletrônicos... Campinas, Galoá, 2018. Disponível em: <https://proceedings.science/compos/compos-2018/trabalhos/crise-e-mercado-de-trabalho-trajetorias-profissionais-de-jornalistas-no-brasil-2?lang=pt-br>. Acesso em: 26 Jun. 2024.
- PONTES, F. S.; LIMA, S. P. Impactos do mercado jornalístico na vida de seus trabalhadores: um estudo sobre indicadores de saúde dos jornalistas brasileiros. **Revista FAMECOS**, [S. l.], v. 26, n. 2, p. e31729, 2019. DOI: 10.15448/1980-3729.2019.2.31729. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/31729>. Acesso em: 26 jun. 2024.

RODRIGUES, L. P. **Jornalismo móvel e novas formas de produzir conteúdo jornalístico**. Tese (Mestrado em Comunicação) – Departamento de Comunicação e Arte (DeCA) da Universidade de Aveiro. Portugal, p. 148. 2020.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel**. Salvador: EDUFBA, 2015. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/18003>. Acesso em 25 jun. 2024.

TERRANOVA, Tiziana. Free Labor. In: SCHOLZ, Trebor (org.). **Digital Labor**: the internet as playground and factory. New York: Routledge, p. 33-57, 2013.

THOMAZ, Patricia. A linguagem experimental da videoreportagem. **Revista Inovcom**, p. 92-99, 2006.