

Rotinas no Webjornalismo: o Papel das Multitarefas na Potencialização da Pressão do Tempo no Trabalho dos Jornalistas de Internet¹

Sarita González FERNANDES²
Universidade de Brasília, Brasília, DF

RESUMO

A internet implica transformações no jornalismo e nas rotinas dos produtores da notícia, também por abranger outras mídias – impresso, rádio e TV. Ao longo do tempo, o exercício do jornalismo em rede agregou outras tarefas a serem executadas pelos profissionais em um mesmo processo de produção da notícia, o qual é permeado pela rapidez. O artigo objetiva avaliar como as multitarefas potencializam a pressão do tempo nas rotinas produtivas da notícia. Para a análise, foram aplicadas como técnica de pesquisa entrevistas em profundidade com webjornalistas de dois sites de notícias de Brasília.

PALAVRAS-CHAVE: webjornalismo; multitarefas; tempo; profissionais; rotinas.

INTRODUÇÃO

A facilidade de acesso à internet aproxima leitores de todas as partes do mundo das informações veiculadas em sites de notícias. No Brasil, o acesso à internet em domicílios chegou a 85,6 milhões de pessoas, o equivalente à quase metade da população do país (49,4%). Os dados³ são da PNAD-TIC (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios com dados sobre Tecnologias de Informação e Comunicação) referentes a 2013, e divulgados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística em abril de 2015. Ao mesmo tempo, também surgem aparatos que facilitam o contato com as notícias na rede, tais como os *tablets*⁴ e *smartphones*⁵, os quais permitem o consumo de informação pelo internauta além do computador tradicional. A mesma pesquisa do IBGE mostra que, entre os internautas, 4,1% se conectaram à internet somente por meio de dispositivos diferentes, tais como celular, *tablet* ou televisão. Ademais, ferramentas como serviços de redes sociais⁶, por

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 19 a 21 de maio de 2016.

² Mestranda na Linha de Pesquisa Jornalismo e Sociedade pela Universidade de Brasília (UnB). E-mail: saritagfernandes@gmail.com

³ IBGE. PNAD-TIC. Disponível em: <<http://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv93373.pdf>> Acesso em 27 out. 2015.

⁴ *Tablet*: “Dispositivo eletrônico no formato de prancheta”. SQUARISI, Dad. Manual de Redação e Estilo para Mídias Convergentes. São Paulo: Geração Editoria, 2011.

⁵ *Smartphone*: “Telefone celular com funções e programas similares aos existentes nos *palmtops*, *pocket PCs*”. SQUARISI, Dad. Manual de Redação e Estilo para Mídias Convergentes. São Paulo: Geração Editoria, 2011.

⁶ “Redes sociais podem ser entendidas como um tipo de relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica entre seus participantes. Apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a ideia de rede ganhou mais força quando a tecnologia auxilia a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas pela

exemplo, o *Facebook*⁷, e aplicativos de mensagens instantâneas, tais como o *WhatsApp*⁸, levam informações aos usuários sem que necessariamente se busque por elas.

Assim como aumenta o alcance da população à internet e, conseqüentemente, a veículos de notícias, também chegam ao mercado de jornalismo profissionais que trabalharão com a notícia na web. A *world wide web* eclodiu na década de 1990, mas, antes disso, ainda em 1969, durante a Guerra Fria, a internet foi desenvolvida com objetivos militares pela Agência de Projetos de Pesquisa Avançada (ARPA), do Departamento de Defesa dos Estados Unidos. Ao longo dos anos seguintes, se expandiu no meio universitário e em centros de pesquisa científica, posteriormente atingindo o público.

Segundo Prado (2011), a produção digital nas redações de jornalismo no Brasil iniciou-se em 1971 e, em 1995, o *Jornal do Brasil* se tornou o pioneiro, com o *JB Online*. “Desde 1994, quando foi ao ar nos EUA o primeiro jornal on-line, a Internet se transformou em importante plataforma para todos os meios de comunicação”, diz Rodrigues (2009, p.19). Segundo Adghirni (2002), o *Jornal do Brasil* fez um acordo com a Agência JB no início de 1996 e adotou uma alimentação de conteúdos de forma permanente. “Os demais (*Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo, Zero Hora e o Estado de Minas*) limitavam-se basicamente a transpor o conteúdo da edição impressa para a versão eletrônica” (ADGHIRNI, 2002, p. 5).

Caracterizado por não ter limites de espaço para os conteúdos produzidos e pela circulação veloz de informação – muitas vezes, 24 horas por dia – o webjornalismo volta-se para um público sedento por informações de todo o tipo. Por isso, os sites de notícias preocupam-se em movimentar informações o tempo todo, afinal, não se cria vínculo com o público, nem mesmo aumenta-se o número de acessos⁹ com uma *home page*¹⁰ que não tenha informações novas. “Falar, falar sempre, mesmo que seja para não dizer nada; falar apenas para manter a antena aberta, para não perder o contato com o público, para

interação via mídias digitais”. SÁ MARTINO, Luís Mauro. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

⁷ Diversos veículos de comunicação possuem perfil no *Facebook* como forma de propagar publicações e avaliar a recepção de postagens de conteúdos por meio das chamadas “curtidas”. Quando “se curte” uma determinada postagem, expressa-se que o conteúdo foi aprovado pelo internauta. Por meio das “curtidas”, os usuários do *Facebook* medem o nível de aprovação daquilo que postam na rede social.

⁸ “*WhatsApp Messenger* é um aplicativo de mensagens multiplataforma que permite trocar mensagens pelo celular sem pagar por SMS”. Site oficial do *WhatsApp*. Disponível em: <<https://www.whatsapp.com/>>. Acesso em 26 out. 2015.

⁹ Acesso é a “conexão do usuário, em um computador, com site da internet”. BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001. Sites de notícias podem monitorar a quantidade de acessos a conteúdos produzidos por meio de serviços como o *Google Analytics*.

¹⁰ “Página de abertura de um website, que pode ser acessada pelo endereço eletrônico do site onde está localizada”. BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

preencher a programação, para encher a página do jornal” (RODRIGUES, 2012, 228). Sites de notícias também funcionam desta forma.

Travancas (1993, p. 28) destaca que o ponto de partida para um jornalista entrar na profissão, não importa o meio, é a entrega de seu tempo. Quando se fala em noticiar na internet, também deve-se levar em conta a pressão mercadológica que envolve a concorrência por acessos e o volume de atribuições em um processo de produção da notícia marcado pelo ritmo acelerado das rotinas produtivas dos profissionais da web.

Ademais, ao se pensar a respeito da disponibilidade de informações na web, vêm à mente a facilidade e a rapidez com que os leitores podem ter acesso às informações e compartilhá-las dentro desta experiência possibilitada pela internet. Contudo, nem sempre se pensa nos produtores do conteúdo, nos profissionais que estão do outro lado da tela em um trabalho que envolve múltiplas tarefas e considerável responsabilidade de produção em tempo recorde. É com estes profissionais que a pesquisa em questão se compromete.

O presente artigo tem como objetivo trazer à tona a questão das múltiplas tarefas desempenhadas pelos webjornalistas, muitas vezes de modo individual, dentro de um mesmo processo de produção da notícia, e entender se tal característica é capaz de potencializar a pressão do tempo nas rotinas produtivas destes profissionais. Pretende-se, ainda, suscitar uma reflexão nos webjornalistas acerca do trabalho que desempenham.

TEMPO REAL E MULTITAREFAS

Denominados pelo sociólogo Schlesinger (1993, p. 177-8) de “membros de uma cultura cronometrizada”, jornalistas de diferentes tipos de mídia desempenham o trabalho de apurar, redigir e noticiar acontecimentos submissos à pressão do tempo que rege as rotinas produtivas destes profissionais: “Para os jornalistas o domínio da pressão temporal é um meio de manifestar o seu profissionalismo”.

O tempo é um fator marcante no jornalismo, como um todo, mas, muitas vezes, imagina-se que o termo “tempo real” tenha surgido com a internet e o webjornalismo. Entretanto, Gadêlha (2006) explica, a partir de Kucinski (2004), que o tempo real não surgiu com a internet, e já fazia parte das mídias eletrônicas rádio e TV nas transmissões “ao vivo” e 24 horas por dia. “Pode-se inferir que a internet fez com que o termo (tempo real) ficasse mais conhecido e evidente com as seções de *últimas notícias*, que trazem um caráter de atualidade permanente” (GADÊLHA, 2006, p. 12). De modo complementar, Franciscato (2005, p. 240) explica que o jornalismo em tempo real “busca superar, técnica e

concretamente, a defasagem entre o tempo do movimento das coisas do mundo e o tempo da produção jornalística”. O autor também destaca que, por mais que a ideia de tempo real aparente que ouvintes, telespectadores e internautas podem estar diretamente em contato com um acontecimento, “ele não supera a mediação do jornalista”, tanto devido aos recursos tecnológicos quanto pelo próprio processo produtivo do profissional.

Pressupõe-se que a associação da produção de notícias no webjornalismo com a expressão “tempo real” também tenha relação com a instantaneidade, aspecto aprofundado por Palacios (2004) e Canavilhas (2014) nos estudos de webjornalismo. Na web, pode ser entendido como a prática em que os repórteres cobrem os acontecimentos no momento em que eles estão ocorrendo e enviam matérias imediatamente à redação.

Em artigo apresentado no *XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*, Adghirni (2002, 2002, p. 9) aponta a tradição oral do radiojornalismo com notícias instantâneas, além do telejornalismo com transmissões ao vivo, e destaca a especificidade do tempo real na internet. “A Internet, depois da televisão, acentua, pela velocidade, esta ideia de redução possível dos limites do tempo. Cria-se a ilusão de que, comprimindo-se o tempo, ele pode ser anulado”. Para Borges (2009, p. 21), a ideia do tempo real na internet marca as rotinas produtivas no webjornalismo pela “obrigatória redução máxima do tempo entre o acontecido e a publicação”.

Ao falar sobre como o tempo tem papel preponderante nas rotinas produtivas dos jornalistas, de um modo geral, Schlesinger (1993, p. 179) enfatiza o *deadline*¹¹ nas práticas de qualquer mídia: “Estes e os inexoráveis ponteiros do cronômetro são dois dos mais potentes símbolos na cultura profissional do jornalista”.

No webjornalismo – definido por Canavilhas (2006, p. 2) como fase em que “as notícias passam a ser produzidas com recurso a uma linguagem constituída por palavras, sons, vídeos, infografias e hiperligações, tudo combinado para que o utilizador possa escolher o seu próprio percurso de leitura” –, os profissionais lidam com sucessivos *deadlines*. Além disso, a pressão do tempo faz parte do trabalho minuto a minuto, muitas vezes com todo o processo de produção da notícia (da pauta à publicação) concentrado nas mãos de um só profissional, capaz de trabalhar texto, foto, áudio e vídeo dentro de um mesmo conteúdo. Soma-se a este contexto a necessidade de vencer a concorrência e

¹¹ De origem inglesa, a palavra *deadline* significa o “prazo final para se executar ou entregar um trabalho. Depois do *deadline*, a matéria, o texto, o artigo ou o livro não é mais aceito para publicação.” JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do Foca**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2015.

informar o leitor com acesso à internet por múltiplas plataformas. Ferrari (2012) reitera a questão:

Em menos de cinco anos de funcionamento da internet, aquela noção de ordem e de rotina produtiva ditada pelos meios industriais – em que o trabalho do repórter é apenas uma etapa na cadeia de produção que termina nas rotativas e na distribuição do produto ao leitor – foi subvertida pelo ritmo frenético do noticiário no ciberespaço, que passou a buscar a instantaneidade para a mensagem jornalística escrita (FERRARI, 2012, p. 15).

Por lidar diretamente com a tecnologia, e, a fim de otimizar a produção de conteúdos, o webjornalista se multiplica para combinar a produção de áudio, vídeo e foto com várias tarefas (organizar a pauta, apurar, redigir, diagramar a notícia no sistema de publicação, publicar o conteúdo final no site e nas redes sociais) dentro de uma mesma matéria, tornando-se o “dono da notícia”. As múltiplas funções tornam o profissional mais autônomo e “completo”, mas, ao mesmo tempo, sobrecarregado de tarefas. Adghirni (2002, p. 145) lembra que, no webjornalismo, as rotinas são “infernais” e atesta: “A diferença essencial entre jornalistas da mídia tradicional e da mídia digital reside no ritmo¹² das rotinas produtivas”.

Palacios (2004) classificou seis características do jornalismo on-line, que o autor descreve como “as potencialidades oferecidas pela internet ao jornalismo desenvolvido para a web”: multimídia/convergência, interatividade, hipertextualidade, customização do conteúdo/personalização, memória e a instantaneidade/atualização contínua. Canavilhas (2014) acrescentou outra característica do webjornalismo, a ubiquidade, – que significa “ser encontrado em todo lugar”. Para Canavilhas (2014), cada uma das características descritas diferencia o jornalismo na web do jornalismo em outros meios.

Destas sete características, pressupõe-se que as que mais dialogam com as multitarefas realizadas pelo produtor de conteúdos na web sejam a multimídia/convergência, a interatividade, a hipertextualidade, a memória e a instantaneidade/atualização contínua. No webjornalismo, a multimídia/convergência dialogam com o que explica Alves (2006, p. 202), o qual destaca a internet como um meio de comunicação capaz de absorver as características de outros meios, já que, na web, uma notícia pode ter, além de texto, vídeo(s), áudio(s), foto(s) e infográfico(s). “A Internet pode

¹² Ritmo: “série de fenômenos que ocorrem com intervalos regulares; periodicidade”. Dicionário Michaelis. Disponível em: < <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=ritmo>>. Acesso em 27 out. 2015.

ser rádio, TV, jornal, revista, tudo ao mesmo tempo”. No webjornalismo, ao se narrar um acontecimento, pode-se contar a história por meio de imagem, texto e som, em um processo em que várias mídias convergem entre si.

Dentro da perspectiva do webjornalismo, a interatividade é uma característica que permite aos webjornalistas e leitores um estreitamento da interação no processo de comunicação, que já não é mais unidirecional: o emissor envia a mensagem para o receptor, que pode responder e participar da notícia. A interatividade pode se dar, por exemplo, em comentários nas matérias ou em redes sociais. Além disso, o público também pode mandar sugestões de pauta, denúncias, informações sobre acidentes de trânsito, inclusive fotos e vídeos por meio do contato de *WhatsApp* do site jornalístico. Muitas vezes, a moderação de comentários em matérias e a divulgação de publicações em redes sociais, por exemplo, são realizadas pelo próprio webjornalista que produziu o conteúdo, o que pode aumentar a quantidade de funções exercidas pelo profissional.

Palacios (2004) destaca a hipertextualidade como sendo a característica que permite a conexão entre conteúdos, ligados por meio dos chamados *links*. Assim, o leitor embarca, de fato, em um processo de “navegação” dentro de uma matéria, e pode chegar a outros conteúdos relacionados publicados anteriormente por meio de um clique. Para conferir a um conteúdo hipertextualidade, o próprio webjornalista tem de realizar outras tarefas e publicação do conteúdo, tais como a indexação de elementos: “*tags*”¹³, “saiba mais”, “leia mais”, entre outros. Estes adendos tornarão possível que tais matérias sejam vinculadas umas às outras e facilmente encontradas a partir de serviços de buscadores de conteúdos na internet. Além disso, como na internet não há limites de espaço, o meio permite a inserção de um grande volume de informações. Assim, o que é produzido fica disponível nos sites de notícias e na internet, como um todo, formando-se uma memória, a qual também é possibilitada pela própria hipertextualidade.

No webjornalismo, parte-se do pressuposto da produção e veiculação das notícias em um processo de instantaneidade. Ao mesmo tempo, a tecnologia na qual está inserido o webjornalismo permite que os conteúdos já publicados sofram uma atualização contínua, feita pelo próprio produtor do conteúdo, à medida que são apuradas novas informações sobre um determinado fato. No webjornalismo, com a possibilidade de compartilhamento de uma profusão de informações produzidas minuto a minuto, a instantaneidade insere os

¹³ “*Tag* em inglês quer dizer etiqueta. As *tags* na internet são palavras que servem justamente como uma etiqueta e ajudam na hora de organizar informações, agrupando aquelas que receberam a mesma marcação, facilitando encontrar outras relacionadas.” TecMundo. Disponível em: <<http://www.tecmundo.com.br/navegador/2051-o-que-e-tag-.htm>>. Acesso em nov. 2015.

profissionais dentro de uma lógica de ter de noticiar o mais rápido possível, o que pressupõe desenvolver cada uma das etapas do processo da notícia, já descritas, em um curto espaço de tempo. Nota-se que as próprias características do jornalismo em rede tensionam a atividade profissional e trazem novos desafios.

NEWSMAKING E WEBJORNALISTAS

A reflexão acerca das rotinas produtivas no webjornalismo envolve a teoria do *newsmaking*. “Este se articula principalmente em dois binários: a cultura profissional dos jornalistas; a organização do trabalho e dos processos de produção” (WOLF, 2003, pp. 193-194). Segundo Pena (2005, p. 130), a teoria do *newsmaking* foca em certas práticas unificadas na produção de notícias, que são estabelecidas nas empresas jornalísticas para ordenar tempo e espaço, já que tratam-se de organizações que lidam com a “imprevisibilidade dos acontecimentos”. De acordo com Pena (2005), a teoria do *newsmaking* se ocupa de duas práticas: a noticiabilidade e a sistematização do trabalho jornalístico. A segunda delas, com a qual a pesquisa em questão se atém, envolve três aspectos: a divisão de tarefas, que pressupõe funções específicas para cada cargo dentro de uma redação jornalística, independentemente do tipo de mídia; a separação em editorias delimitadas; e o processo industrial, que implica uma organização do trabalho diante do tempo.

De acordo com Hohlfeldt (2001), o *newsmaking* configura-se mais como uma teoria do jornalismo do que da comunicação, e está atrelado ao processo de produção da notícia pelos jornalistas. Sobre o trabalho dos jornalistas, de um modo geral, Neveu (2006, p. 76) explica que a cultura profissional é permeada por especificidades, como, por exemplo, a exigência de uma estrutura para organizar a atividade jornalística, a qual “é também definida como uma relação tensa com o tempo, que proíbe as deliberações prolongadas”. Para Neveu, o fator tempo se caracteriza como um aspecto marcante nas rotinas produtivas dos jornalistas, no que diz respeito tanto à quantidade de horas dedicadas ao trabalho na redação de jornal, o que pode impactar na vida pessoal do profissional, quanto com relação à aceleração no próprio processo de produção da notícia no dia a dia de trabalho:

Associar o jornalismo às rotinas, com o que elas sugerem de monotonia, parecerá chocante. O cotidiano de muitos jornalistas desmente semelhante associação. A amplitude dos horários de

trabalho é frequentemente considerável, a ponto de ser devastadora para a vida familiar. Direcionado para o acontecimento, o jornalista é também seu prisioneiro (...). A evolução, promovida pelo audiovisual, da noção da informação em direção à cobertura de fatos que estão acontecendo no momento, e o ganho em velocidade permitido pelo uso de redes de informática acentuaram essa pressão (NEVEU, 2006, p. 87).

Sobre o mesmo aspecto, Traquina (2005) contextualiza a relação do jornalista com o tempo e a urgência da notícia. “Controlados pelo relógio, dedicados ao conceito de atualidade, obcecados pela novidade, os jornalistas estão permanentemente envolvidos numa luta (aparentemente perdida) de reagir aos (últimos) acontecimentos” (TRAQUINA, 2005, p. 118).

Para este artigo, a análise do processo de produção da notícia será feita levando-se em conta as seguintes etapas: a pauta, quando o webjornalista tem de organizar o desenvolvimento das informações; a apuração, na qual o webjornalista checa informações com fontes e dados, além de fazer entrevistas; a redação, momento em que o profissional organiza o que foi apurado e escreve no formato e gênero a que se propôs; a edição, quando é feita revisão tanto da apuração quanto da escrita, baseada nas regras ortográficas e de estilo do veículo para o qual o profissional trabalha; e a publicação, etapa em que o webjornalista organiza em um sistema de publicação virtual todos os elementos que compõem a notícia e dispara o conteúdo final no site do veículo, além de redes sociais, se for o caso. Este artigo se propõe a apresentar a ideia de que, no que se refere à sistematização do trabalho jornalístico na web, muitos profissionais são capazes de concentrar multitarefas, e que na internet, trabalha-se com *deadlines* consecutivos e a publicação de conteúdo é feita o mais rápido possível, com a autonomia do profissional que o lança na rede.

METODOLOGIA

Para a análise das multitarefas nas rotinas produtivas de webjornalismo, utilizou-se como técnica de pesquisa entrevistas em profundidade. Segundo Duarte (2012, p. 62), a entrevista em profundidade é uma técnica qualitativa que “não permite testar hipóteses” e “explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada”.

Na pesquisa em questão, foram aplicadas entrevistas semi-abertas, que partem de um itinerário de questões semi-estruturadas a serem desdobradas:

Uma entrevista semi-aberta geralmente tem algo entre quatro e sete questões, tratadas individualmente como perguntas abertas. O pesquisador faz a primeira pergunta e explora ao máximo cada resposta até esgotar a questão. Somente então passa para a segunda pergunta. Cada questão é aprofundada a partir da resposta do entrevistado, como um funil, no qual perguntas gerais vão dando origem a específicas (DUARTE, 2012, p. 66).

A técnica de entrevistas em profundidade a partir de Duarte (2012) foi aplicada em três webjornalistas¹⁴ de dois sites jornalísticos de Brasília, sendo duas delas repórteres e uma subeditora. Segundo Duarte (2012), estudos qualitativos requerem um número pequeno de informantes, já que o importante é que as fontes selecionadas ajudem a responder à questão de pesquisa proposta. Ainda de acordo com ele, em estudos qualitativos, a seleção dos entrevistados em uma pesquisa não segue um parâmetro de probabilidades, ou seja, a escolha do grupo entrevistado não se baseia em sorteio. Em vez disso, a entrevista qualitativa pode ser “por conveniência” ou “acidental”, baseada na viabilidade das entrevistas por proximidade ou disponibilidade. Por outro lado, a seleção intencional dos entrevistados segue o “juízo particular” do pesquisador, realidade da pesquisa em questão.

As entrevistas em profundidade são semi-abertas e partem de um itinerário de questões semi-estruturadas, que vão sendo desdobradas em diversas subquestões. Foram estabelecidas quatro questões-chave, sendo elas: 1) “Como é a sua rotina no site onde trabalha?”; 2) “Por ser webjornalista, você se considera um (a) profissional mais multitarefas?”; 3) “Como você avalia a pressão do tempo no trabalho dos webjornalistas com relação à de profissionais de outras mídias?”; 4) “Quais impactos a pressão do tempo nas rotinas produtivas da web já causou em você?”. Por conta da temática central do artigo em questão, a segunda pergunta proposta será a mais explorada neste trabalho.

¹⁴ As entrevistadas serão denominadas de “Entrevistada 1”, “Entrevistada 2” e “Entrevistada 3” para não serem identificadas.

ANÁLISE DAS MULTITAREFAS NAS ROTINAS DA WEB

Antes de atuar como webjornalista, a Entrevistada 1 havia trabalhado apenas em jornais impressos diários e, agora, diz estar em processo de adaptação às rotinas da web. Uma das principais mudanças relatadas por ela é o fato de ter de realizar várias atividades ao mesmo tempo, ou seja, de “ter se tornado uma profissional multitarefas”: “Hoje ficou muito pior. Você tem que definir um monte de coisas ao mesmo tempo. Por um lado foi bom, pois eu tinha problemas com tomada de decisão, era muito insegura. Ter vindo para a internet ajudou na minha vida pessoal, nesse sentido. Mas a rotina de hoje é muito pior”, diz. Além disso, ela comenta a dificuldade em compor todos os elementos da notícia – título, *tags*, “leia mais”, fotos, vídeos etc –, tal como se faz na web, diferentemente do impresso. “Repórter do impresso não escreve título, nem sutiã, nem legenda. Eles não sabem fazer isso. Não sabem mesmo. Aqui (no site), tive de aprender”, assume.

Apurar informações fora da redação não faz parte da rotina dos webjornalistas do veículo em que trabalha, segundo a Entrevistada 2. Ela diz que grande parte das informações de que precisa são adquiridas com fontes como Polícia e Bombeiros, por meio de grupos de *WhatsApp*, pelo serviço *Gtalk* e por e-mail. “A apuração ficou um pouquinho mais independente de você estar lá no local. Para o webjornalismo, como a gente precisa da agilidade, que é o principal do nosso trabalho, muitas vezes não é necessário ir para a rua.” Dependendo da urgência, o jornalista passa as informações para a equipe do site por telefone ou quando chega à redação. A Entrevistada 3 associa o ato de ir para a rua fazer reportagens à “perda de tempo”, apesar de considerar a prática importante:

(...) Acho que lugar de repórter é na rua. Mas eu fico muito angustiada de sair porque eu tenho medo de estar perdendo tempo (...). Então, eu evito ir para a rua. Muita coisa dá para resolver e adiantar por telefone. Eu até mostro para os estagiários matérias com o tanto de informações que a gente conseguiu apurar somente por telefone. Isso mostra que, se a gente está na rua, dá para fazer ainda mais. (...) Lugar de repórter é na rua. Ficar na redação limita. E redação “emburrece”. (...) Mas, por outro lado, se a gente for para a rua, terá menos textos no ar (Entrevistada 3).

A Entrevistada 1 lamenta o fato de, por agora trabalhar na web, não poder ir para a rua fazer matérias “por falta de tempo”. “Na web, é muito raro eu sair. E acho que todo repórter de impresso que vai para a web sente falta disso. Também sinto muita falta de fazer matérias especiais, que são as que eu mais gosto de produzir.” O dia a dia da equipe onde

trabalha, segundo a Entrevistada 2, é marcado por uma pressão que “ajuda e atrapalha”. Ela diz que chega a editar¹⁵ 50 matérias por dia e consegue escrever cinco matérias em dias mais tumultuados.

É um turbilhão de coisas acontecendo, mas você consegue lidar com aquilo ali. Mesmo que tenham três repórteres de férias, que o estagiário não tenha vindo naquele dia, vêm várias informações e você consegue filtrar e trabalhar tudo: trabalhar redes sociais, trabalhar notas e ter um conteúdo bom (...). Mas tem dias que tem muita coisa e você fica muito cheio. Mas aquele caos já passou a fazer parte da rotina. Eu sei lidar e acho que é isso que o mercado hoje espera que a gente seja: cada vez mais rápido, capaz de apurar mais fontes no menor tempo possível e ter um conteúdo bom e que repercute. É um desafio (Entrevistada 2).

A Entrevistada 2 também destaca o fato de que, na web, pode trabalhar com todas as mídias ao mesmo tempo. “Posso ter um vídeo, posso ter uma foto, posso ter um áudio... Tudo agregado à minha matéria. No jornal de papel, você não tem áudio. E a gente tem isso a nosso favor. Tudo o que eles trabalham separado, a gente trabalha junto.” A Entrevistada 2 considera que, por ser webjornalista, é uma profissional mais multitarefas do que profissionais de outras mídias. “A gente tem que colocar o texto, os atrativos do texto (*links, tags*), ou seja, tudo o que você vai fazer para que a sua matéria dê mais audiência. Por exemplo: o pessoal do impresso não precisa colocar *tags* nos textos deles. A gente tem que colocar vídeo, uma foto bacana. No impresso, são muitas pessoas envolvidas em um processo. Para a gente, do on-line, são muitas coisas para uma pessoa só fazer”, referindo-se ao fato de ter desempenhar múltiplas tarefas ao longo das rotinas produtivas na web.

A Entrevistada 1 também se considera uma profissional mais multitarefas com relação a profissionais de outras mídias. “Faço mais coisas ao mesmo tempo. Eu tenho mais funções e tenho de executá-las de forma mais rápida.” Para ela, o trabalho do webjornalista se diferencia do trabalho de jornalistas de outras mídias no que diz respeito à produção. Segundo a Entrevistada 1, ela produz, em média, 15 notas de conteúdo local por dia.

¹⁵ “Editar vem do latim *edere*, que significa dar à luz. (...) No caso da Internet, cada autor pode ser seu próprio editor, desde que tenha qualificações para isso, ou seja, texto final, segurança e ética em relação ao que vai publicar”. JORGE, Thaís de Mendonça. **Manual do Foca**. 2 ed. São Paulo: Contexto, 2015. Ainda que não seja editora ou subeditora, a Entrevistada 2 afirmou que edita textos dos estagiários, o que inclui as matérias de agências de notícias, mas que precisam passar por um tratamento de edição.

Na TV, por exemplo, o trabalho do produtor adianta a vida do repórter. Repórter de impresso não sabe fazer título nem legenda. Pelo menos aqui é assim. Isso passa por outras mãos. Quem define o título é quem vai editar a sua matéria. Na web é diferente no sentido da mão de obra, mesmo. Eu acho que a apuração tem que ser a mesma, o aprofundamento da apuração tem que ser o mesmo. Às vezes, a questão do tempo atrapalha porque o volume de matérias faz com que você apure menos do que você apuraria se estivesse no jornal impresso, onde você só está com uma matéria. Então, tudo isso diferencia o trabalho da gente (Entrevistada 1).

A Entrevistada 1 explica que, durante o processo de produção da notícia na web, a necessidade de editar fotos e compor a notícia com elementos como *tags* – as quais ela denomina de “coisas de trabalho braçal” –, ou seja, a necessidade de realizar tarefas que vão além da pauta, apuração, redação e publicação, fazem com que ela “perca tempo” na apuração e na redação de matérias:

Você sempre quer furar os outros, dar a notícia primeiro. E eu sinto que às vezes eu não tenho muita coordenação nesse trabalho braçal da internet e isso me atrapalha muito. Atrapalha o meu *timing*. Às vezes, eu acho que essa parte poderia ser terceirizada. Eu não estou querendo me dar o luxo, mas, por causa dessa questão de ter que dar a notícia primeiro, dificulta ter que fazer essas outras coisas. O tempo também é um problema. O subeditor sempre me diz “você é uma só”, mas a gente quer dar o furo. Mas nessa de querer dar o furo, a gente pode acabar escrevendo besteira, trocar uma letra por outra. Às vezes eu deixo passar muita coisa porque acabo não revisando com muito critério porque eu sempre quero dar a notícia primeiro (Entrevistada 1).

A Entrevistada 3 compara o trabalho que desenvolve na web com o dos jornalistas de TV. “No nosso caso, quem está com a pauta, seja repórter ou estagiário, é dono de todo o processo”. Ela diz que, apenas na parte da manhã, produz 15 textos para o site jornalístico onde trabalha. “O restante é editado por mim”, complementa.

(Na web), se você pega uma matéria, vai fazer tudo. A pessoa não vai fazer um pedacinho e a outra completar. Isso não existe. Na TV, a gente vê que o produtor faz a apuração. O repórter vai lá e complementa, e às vezes nem isso. E o editor ainda vai ajustar o texto. Então, me parece que na TV, que é de onde eu tenho uma noção melhor sobre o trabalho, é muito segmentado. No nosso caso, você tem domínio sobre o processo do início ao fim. Pode até ser que algum colega te ajude porque é um assunto que exige divisão,

mas, em geral, o processo todo é da pessoa responsável por aquela notícia.

A Entrevistada 3 também se considera mais multitarefas do que profissionais de outras mídias. “A gente faz tudo. Faz foto e vídeo da própria matéria. Vai atrás de todo mundo, vai pensar num gráfico. Acho que isso acaba tornando a gente um profissional mais múltiplo”, considera. Segundo ela, a necessidade de o profissional ser multitarefas na web potencializa a pressão do tempo no processo de produção da notícia. “Você tem que fazer tudo corrido. Se o (a) repórter está numa manifestação, já tem que mandar o texto e uma foto, pelo menos, ‘de cara’, para resolver. Mas isso já é tão parte do nosso trabalho, que a gente acha estranho os outros, das outras mídias, não serem assim”, finaliza.

Nota-se que as webjornalistas se consideram mais multitarefas e ressaltam a autonomia que possuem no processo de produção da notícia, pois transitam por todas as etapas deste trabalho. Do mesmo modo que valorizam a grande produção de matérias na web, consideram este aspecto e as tarefas realizadas neste processo como fatores que tensionam o trabalho. Ter de compor a notícia com elementos característicos da notícia na internet, por exemplo, é destacado por uma das entrevistadas como “trabalho braçal” e um aspecto que dificulta as rotinas na web. Ao relatarem as rotinas produtivas nas quais estão inseridas, elas também destacam termos relacionados ao tempo, tais como “agilidade”, “rapidez”, “caos” e “pressão”. Além disso, elas mostram forte relação com a instantaneidade e a ideia de “tempo real”, ao enfatizarem a necessidade de “dar a notícia primeiro”. Elas também expõem vantagens e desvantagens de serem webjornalistas: enquanto a convergência de mídias é tida como vantajosa, o fato de não fazerem muitas reportagens na rua é visto pelas entrevistadas como “falta de tempo” ou “perda de tempo”, possível contradição que dialoga com a quantidade de tarefas que devem desempenhar na produção de conteúdos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do presente artigo, pretende-se aprofundar as relações entre tempo e multitarefas nas rotinas produtivas dos webjornalistas sem desqualificar as especificidades dos outros meios, mas, sim, na tentativa de destacar as particularidades do trabalho na web e propor melhorias para as condições dos profissionais que produzem notícias minuto a minuto, beneficiando, conseqüentemente, a notícia e os leitores.

Ao se discutir a relação entre as multitarefas desempenhadas por webjornalistas no processo de produção da notícia e a pressão do tempo nas rotinas produtivas percebeu-se que os profissionais da web constantemente se comparam com jornalistas de outras mídias, por considerarem que, na construção de um determinado conteúdo, os webjornalistas atuam como os “donos da notícia”. Tais aspectos são analisados levando-se em conta a teoria do *newsmaking* no que tange à cultura profissional dos jornalistas e à organização do trabalho e dos processos de produção, conforme Wolf (2003). Além disso, considera-se o fator tempo como latente no jornalismo, e a ideia de “tempo real” nas rotinas produtivas do webjornalismo, com a premissa de que as notícias devem ser produzidas e publicadas o mais rápido possível, dentro da pressão mercadológica marcada também por uma “concorrência em tempo real”.

REFERÊNCIAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. Informação online: jornalista ou produtor de conteúdos? **Contracampo**, Rio de Janeiro - UFF, v. 6, p. 137-152, 2002. Disponível em:
<<http://www.uff.br/contracampo/index.php/revista/article/view/470>> Acesso em set. 2015.

_____. **Jornalismo online**: em busca do tempo real. Trabalho apresentado no XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Salvador/BA - 1 a 5 set. 2002. Disponível em:
<<http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/490da571ad11eb10eda41232795d5c54.pdf>> Acesso em set. 2015.

ADGHIRNI, Zélia Leal; MORAES, Francilaine de. Instantaneidade e memória na pesquisa sobre jornalismo online. In: LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Rio de Janeiro: Editora Vozes Ltda., 2007.

ALVES, Rosental Calmon. Jornalismo digital: dez anos de web... e a revolução continua. **Pauta Geral**, n. 8 (2006), p. 195-208. Disponível em:
<<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1157>>. Acesso em abr. 2015.

BARBOSA, Gustavo; RABAÇA, Carlos Alberto. **Dicionário de Comunicação**. 2. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

BORGES, Juliano. **Webjornalismo**: política e jornalismo em tempo real. Rio de Janeiro: Apicuri, 2009. p. 11-34.

CANAVILHAS, João (Org.). **Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença**. Covilhã: Livros LabCom, 2014.

DUARTE, Jorge (Org.). Entrevista em profundidade. In: _____. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

FERRARI, Pollyana. **Hipertexto, hipermídia**: as novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2012.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A Fabricação do Presente:** como o jornalismo reformulou a experiência do tempo nas sociedades ocidentais. Aracaju: Editora UFS, Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.

HOHLFELDT, Antônio; MARTINO, Luiz Cláudio; FRANÇA, Vera Veiga. **Teorias da Comunicação:** conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

JORGE, Thaís de Mendonça. **A notícia em mutação. Estudo sobre o relato noticioso no jornalismo digital.** 2007. 397 f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, Brasília, 2007.

NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo.** Trad. Daniela Dariano. São Paulo: Loyola, 2006.

PALACIOS, Marcos. Jornalismo online, informação e memória: apontamentos para debate. **Revista PJ:BR Jornalismo Brasileiro**, São Paulo, São Paulo, n. 4, 2004. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos4_f.htm>. Acesso em: out. 2015.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo.** São Paulo: Contexto, 2005.

PRADO, Magaly. **Webjornalismo.** Rio de Janeiro: LTC, 2011.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio Dayrell (Org.). **O jornal:** da forma ao sentido. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012. p. 227-242.

RODRIGUES, Carla (Org.). Ainda em busca de definições para o jornalismo on-line. In: _____. **Jornalismo on-line:** modos de fazer. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio: Editora Sulina, 2009. p. 13-33.

SÁ MARTINO, Luís. **Teoria das mídias digitais:** linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2015.

SCHLESINGER, Philip. Os jornalistas e a sua máquina do tempo. In: TRAQUINA, Nelson (Org.). **Jornalismo:** questões, teorias e estórias. Lisboa: Vega, 1993. p. 177-190.

SQUARISI, Dad. **Manual de Redação e Estilo para Mídias Convergentes.** São Paulo: Geração Editora, 2011.

TRAQUINA, Nelson. **A tribo jornalística:** uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas.** São Paulo: Summus, 1993.

WOLF, M. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2003.