

RODRIGO GABRIOTI DE LIMA

TELEJORNALISMO PELO CELULAR: SIGNIFICANTES MULTIMÍDIA?

Relatório de Pós-doutorado
realizado na Universidade Estadual
Paulista (UNESP), Faculdade de
Arquitetura, Artes, Comunicação e
Design, Bauru.

Supervisor(a): Prof. Dr. Osvando
José de Moraes

Processo PD – ID 4628 (Sem agência de fomento)

Bauru

2024

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	5
JUSTIFICATIVA.....	8
OBJETIVO GERAL.....	10
VIABILIDADE DO PROJETO.....	11
MATERIAL E MÉTODOS.....	13
RESULTADOS E DISCUSSÃO.....	15
CONCLUSÃO.....	19
REFERÊNCIAS.....	22

RESUMO

A aproximação da Internet com a Televisão gerou outras práticas porque a digitalização potencializou os instrumentos técnicos que vêm se apropriando das linguagens em outros sentidos. O celular como meio para a reportagem e outros formatos jornalísticos é uma realidade e transforma a profissão do jornalista de TV, agora estereotipado, em repórter multimídia. A incorporação tecnológica que praticamente se confunde aos hábitos cotidianos, compartilhados principalmente nas redes sociais, dá uma impressão às empresas de mídia que se seus profissionais adotam o celular para espelharem suas vidas pessoais, por que o uso desse equipamento para fins de produção jornalística não pode ser realidade? Há uma prática em curso que leva à necessidade de a teoria ser debatida, principalmente, pela série de implicações e desafios que o celular enquanto instrumento de trabalho apresenta. No meio televisivo, configura-se que ser multimídia é o futuro do jornalista, o que nos leva à consciência compreensiva, da qual se ocupa Gadamer, ou à formação dos estereótipos, como pensa Walter Lippmann. O Kit Mojo, que representa o celular no uso da produção jornalística em TV, é um discurso fabricado pelo Capitalismo com apelo ao encantamento situado na Superindústria do Imaginário, como Eugênio Bucci analisa e baliza nosso referencial teórico principal. Assim como a Cultura e a própria Comunicação, essas práticas são mutantes e a Universidade precisa acompanhar isso também.

Palavras-chave: Mojo; Televisão; Telejornalismo; Ensino; Universidade Pública.

ABSTRACT

The rapprochement between the Internet and Television generated other practices because digitalization enhanced the technical instruments that have been appropriating languages in other ways. The cell phone as a means of reporting and other journalistic formats is a reality and transforms the profession of the now stereotypical TV journalist into a multimedia reporter. The technological incorporation that practically blends into everyday habits, shared mainly on social networks, gives the impression to media companies that if their professionals adopt cell phones to mirror their personal lives, why the use of this equipment for journalistic production purposes cannot be reality? There is an ongoing practice that leads to the need for the theory to be debated, mainly due to the series of implications and challenges that the cell phone as a work tool presents. In television, it appears that being multimedia is the future of the journalist, which leads us to comprehensive consciousness, which Gadamer is concerned with, or the formation of stereotypes, as Walter Lippmann thinks. The Mojo Kit, which represents the cell phone in the use of journalistic production on TV, is a discourse manufactured by Capitalism with an appeal to enchantment located in the Superindustry of the Imaginary, as Eugênio Bucci analyzes and defines our main theoretical reference. Just like Culture and Communication itself, these practices are changing and the University needs to keep up with this too.

Keywords: Mojo; Television; Television journalism; Teaching; Public University.

INTRODUÇÃO

O advento da tecnologia, em especial, o celular, cujas funcionalidades superaram sua primazia como serviço de telefonia móvel, agora tem câmeras acopladas e outros recursos potencializados pela internet, particularmente a partir do fenômeno da digitalização, elevando qualquer indivíduo a ser um produtor de imagens, não necessariamente um produtor de conteúdo, o que dispensa seu compromisso com a técnica e o discurso do acontecimento, práticas ligadas diretamente ao ofício de jornalista.

A criação discursivo-linguística da categoria funcional do jornalista multimídia está dada uma vez que os processos tecnológicos “obrigam” os profissionais a aprender e a se integrar aos novos formatos, que ameaçam sua zona de conforto estabelecida sobre os princípios editoriais e as técnicas de reportagem como se fora um processo estanque. Exige-se, nesse diapasão, dominar aspectos técnicos que até então não lhe eram inerentes tampouco de sua preocupação. A não aceitação disto resultará provavelmente, a longo prazo, em um critério de exclusão da Área.

A simbiose televisão-internet aproximou o meio tradicional, de origem analógica e massiva, ao ciberespaço. A intervenção tecnológica que o celular propicia, ao se tornar instrumento técnico para a reportagem e meio para outras formas de transmissão televisiva, leva a um rompimento de paradigmas. O formato que trabalhamos neste projeto foi o do chamado Kit Mojo. Mojo é a abreviação de *Mobile Journalism*, em Inglês; Jornalismo Móvel, em Português. Como sistema midiático em curso, consiste em um smartphone, quase sempre I-phones, com *case*, estojo para cabos, tripé portátil, microfone duplo compatível, estabilizador, gaiola de fixação, bastão com canopla, iluminador LED, AirPods para retorno, bateria e modem Wifi. Seu custo estimado na atualidade é de R\$ 20 mil e vem sendo usado na televisão para transmissões ao vivo e gravações, atendendo assim aos formatos jornalísticos do link e da reportagem, ambos já consolidados na prática dos telejornais.

Enquanto o mercado se deixa seduzir por essa novidade que flerta pela dicotomia tecnologia *versus* economia, como demonstram as entrevistas estruturadas realizadas com 10 jornalistas que tiveram ou têm o Mojo implicado em suas rotinas, cabe a nós pesquisadores, analisar e contextualizar essa prática na atualidade, que não é uma grande novidade, a não ser pelo fato da existência de equipamentos móveis mais modernos e

digitais, o que difere das experimentações anteriores, de mesmo sentido, da inaugural videorreportagem com equipamentos sem mobilidade alguma configurando assim a etapa analógica da comunicação.

O celular, enquanto técnica para o meio jornalístico, implica na centralização do conhecimento, assim como na reconfiguração da profissão que vem se desvalorizando com o passar do tempo. Não se sabe até que ponto o público que consome telejornal é capaz de notar diferenças diante do que está assistindo para reconhecer se aquilo foi produzido por lentes de câmeras convencionais ou pelas telas dos smartphones. Tecnicamente, para quem conhece o meio e o *modus operandi*, essa distinção é mais perceptível, não exatamente pela qualidade da imagem, mas por indícios técnicos que agora cabem ao jornalista fazer como iluminação, um enquadramento que parece “encaixar na tela” o repórter, os espaços que sobram, sejam eles no teto ou nas laterais, principalmente, quando estão sozinhos. Algumas vezes, o cinegrafista faz a função dele usando o celular.

A prática do telejornalismo, vista pelo Mojo, se faz suporte à reflexão teórica do meio e à formação do profissional, principalmente, agora que as vagas para a área têm como perfil a natureza multimídia a quem se candidata, ou seja, não se enquadrar nisso traz o risco da exclusão. Por isso, a prática do Mojo vai se impondo de forma urgente e necessária à teoria. Elementos práticos não faltam já que as empresas de mídia têm incorporado o equipamento por se tratar de redução de custos (celular custa menos que câmeras) e pessoal (um sujeito faz a função de dois).

Este contexto apresentado para investigação acadêmica foi aprovado pelo Conselho de Pesquisa da Unesp, em 5 de maio de 2023, com a justificativa de que o projeto é relevante, bem estruturado e metodologicamente consistente. Em sua previsão inicial, contemplava duas etapas. Além desta proposta descrita, de natureza mais teórica em busca da explicitação do objeto e a compreensão do fenômeno, havia a intenção de analisar detidamente o Projeto Pedagógico do Curso de Jornalismo da FAAC Unesp e as ementas de 18 disciplinas ligadas de alguma forma às tecnologias da comunicação para saber como avanços, na mesma linha do Mojo, são trabalhados na Universidade com o propósito de perceber o nível de criticidade ao tecnicismo para despertar uma consciência nos discentes sobre sua força de trabalho e as implicações que a tecnologia causa na atualidade.

Em função do cronograma de leituras, produções e novas descobertas, concentramos nossas atividades nas discussões filosóficas sobre a implementação do Mojo no telejornalismo. Esta etapa inicial e concentrada, desenvolvida em grande parte no ano de 2023, foi constituída por leituras indicadas pelo supervisor, produção de artigos para revistas e congressos sempre dividindo a autoria entre nós, participação em aulas e novos achados teóricos, o que foi determinante para ele decidir apresentar um pedido de prorrogação do Pós-Doc por mais 1 ano, o que foi aprovado pelo Conselho de Pesquisa da Unesp em maio de 2024. O novo prazo de realização da pesquisa seguiria até 31/05/2025, conforme informação que consta atualizada no SISPROPE-PD.

Entretanto o destino pregou uma peça e infelizmente, no dia 22 de julho de 2024, o professor Osvando José de Moraes nos deixou, vítima de um infarto fulminante. Com muitos projetos em conjunto planejados e o ânimo em seguir discutindo a questão do Mojo no telejornalismo, o encerramento desta pesquisa se dá de forma antecipada ao novo período proposto. Situação tão imprevista quanto a justificativa circunstanciada apresentada ao pedido de prorrogação na qual o professor Osvando se valeu desse mesmo termo – imprevisto – para justificar a riqueza de achados bibliográficos encontrados ao longo da pesquisa que estava em curso.

JUSTIFICATIVA

Assiste-se e vive-se, na contemporaneidade, à Tecnologia (celular + internet), Técnica (o fazer tecnicista/operacional em sobreposição ao editorial) e Prática (mudança no perfil profissional do jornalista de televisão, especialmente, o repórter de vídeo). Essas problemáticas temporais e especiais são resultantes de um processo tecnológico. No caso que pesquisamos, o Kit Mojo, fenômeno instituído pelo Capitalismo, foi discutido por observação empírica e formulação de entrevista estruturada nas dimensões da Filosofia da Técnica e da Linguagem.

Este percurso nos parece determinante para oferecer uma contribuição aos estudos de televisão, especificamente no campo do telejornalismo, onde o celular se configura com uma série de implicações e desafios que sugerem várias hipóteses, entre elas:

(a) como o repórter cinematográfico “vai saindo de cena”, o jornalista precisa ter noções técnicas, pois, passa a operar esse equipamento. Não é porque esse profissional sabe fazer um vídeo ou uma *live* que necessariamente vai dar conta em estruturar um material jornalístico, já que passa a ser responsável também por iluminação, enquadramento, imagens de apoio, qualidade do áudio etc...

(b) zelar pelo equipamento como se fosse de sua propriedade. Portátil e de custo elevado, é preciso que o jornalista redobre sua atenção para não se esquecer de nenhum componente. Como está em locais de acontecimentos jornalísticos, estes nem sempre são seguros.

(c) O profissional está se tornando dois em um. Sai da redação com a proposta da pauta e pensando na captação de imagens para cobrir a reportagem. Por um lado, é evidentemente mais trabalhoso; por outro, rompe-se o ciclo de engrenagem do trabalho televisivo, o que pode ser um facilitador.

(d) Apesar de toda tecnologia implicada no equipamento, as transmissões ao vivo dependem de internet, então, o ponto de emissão conta muito porque funciona a partir de um pacote de dados ou do sinal wi-fi. Apesar de neste quesito se parecer com o telefone de qualquer outra pessoa em busca de um sinal de internet, o jornalista tem um compromisso maior: produzir um material que, quase sempre, vai ser veiculado

no mesmo dia, principalmente, por quase sempre se tratar do jornalismo diário do estilo *hard news*. Uma falha técnica, no caso do ao vivo, pode comprometer o planejamento de uma edição, por exemplo.

(e) A vida útil da bateria. Mesmo com toda uma nomenclatura e concepção, trata-se de um aparelho. Dependendo do volume de material captado, a bateria pode durar menos.

(f) O inconveniente do deslocamento. Sozinho, o jornalista, além de pensar no que vai captar, quais perguntas fazer e no que vai escrever, tem que pensar como chegar ao local, onde parar o carro, etc... considerando que as notícias não esperam para se realizar e isto pode ser um entrave.

OBJETIVO GERAL

O objetivo geral desta pesquisa, em nível de pós-doutoramento, é discutir uma prática atual do telejornalismo que traz consigo a problemática do uso do celular como meio técnico de produção de conteúdo para o jornalismo de TV observando o olhar mercadológico como tendência da profissão e desejo de mercadoria que coloca o jornalista sob o estereótipo de repórter multimídia.

VIABILIDADE DO PROJETO

O projeto se debruçou em uma empiria atual: a inserção do celular na produção em telejornalismo. É inegável que a tecnologia em si e a internet como mediadora do fenômeno da digitalização convergem com a televisão que enfrenta, já há algum tempo, uma concorrência audiovisual, estabelecida por esse crescimento das mídias digitais bem como por outras formas atuais de consumo, em especial, o *streaming*.

Além disso, este pesquisador atua no telejornalismo diário, há 20 anos, e tenho acompanhado ao longo dessas décadas, as transformações do meio frente às tecnologias cada vez mais imediatas e também as novas gerações que chegam à profissão, o que contribui a um lugar de fala para discutir mudanças no meio, como essa do Mojo, que demanda infinitas possibilidades.

Uma situação como essa é apontada por Beatriz Becker (2016) ao considerar que as reconfigurações não são apenas midiáticas, mas também econômicas, sociopolíticas e culturais afetando os modelos de produção e circulação. Foi a partir dessa percepção, e alinhando prática com teoria, que propusemos como objeto de estudo do pós-doutorado esta pesquisa com o propósito de descrever e analisar o Mojo como técnica e influência no telejornalismo contemporâneo. De modo geral, pouco se percebem as mudanças no trabalho dos jornalistas e, como sinaliza Becker (2016), o gênero discursivo mais plausível tem sido o da aproximação da informação ao entretenimento, ainda que em TV, se sobressaia o primeiro. Mas, como percepção prática dessa empiria, desde que a internet se aproximou, especialmente, a partir das redes sociais, o entendimento sobre notícia no telejornalismo mudou consideravelmente.

Essas condições já vinham sendo alertadas pelo meu supervisor (Moraes, 2023) em sua tese de livre-docência sobre hermenêutica. Segundo ele, os estudos de processos relacionados à digitalização têm ocupado espaço privilegiado na comunicação. À luz de suas ideias, considera-se a gestão de processos digitais a partir das noções fundamentais de produção e tecnologia que acompanham o homem e se traduzem na relação dos mesmos com as máquinas, o que para este século XXI, sinalizou a obrigação de se repensarem práticas e teorias aproximando assim mercado e academia.

Estes conceitos sobre mídia, para a qual Moraes (2023) vinha buscando uma nova teoria, embasaram teoricamente nosso projeto. Uma consequência ao nosso ponto de partida que havia sido a proposta de discutir o Mojo com criticismo, condição que teve respaldo também nas contribuições de Eugênio Bucci (2021), à luz do seu conceito de Superindústria do Imaginário. Este autor parte da ideia de que o capital aprendeu a fabricar discursos exacerbando no apelo para tornar uma mercadoria ordinária em amuleto encantado configurando uma “natureza multimídia”, que se faz linguagem e discurso como é o caso dessa sedução tecnológica do celular como meio útil à prática jornalística. A televisão, embora com tantas mudanças, segue sendo uma indústria e toda relação industrial de produção, segundo Bucci (2021), passa pelas funções da máquina, do trabalho e da apropriação privada de valor. Essa máquina, diz Bucci (2021), pode ser um smartphone, por exemplo.

Entretanto, o autor faz uma crítica aos objetos de pesquisa das Ciências da Comunicação por não terem se atentado a esses fatos, o que vai fazer de nosso projeto uma tentativa de argumento racional para esse movimento de mudança. De acordo com Bucci (2021), as pesquisas se comportam mais na análise de objetos que se detêm sobre transmissão de dados e informação ou difusão de propaganda sem considerar as relações de produção.

Nesse sentido, estimulados por essas contribuições bibliográficas iniciais e pela riqueza de leituras dirigidas pelo meu supervisor ao longo do processo de realização do Pós-doc, conseguimos dar viabilidade maior ao projeto porque discutimos a tecnologia do Mojo, seus significantes e significados à luz da Filosofia da Técnica com grandes aportes teóricos. Também foi determinante o percurso metodológico complementar que adotamos da entrevista estruturada com jornalistas que têm ou tiveram o Mojo implicado em suas rotinas a fim de saber qual é a percepção deles em relação ao que significa esse equipamento. Desta forma, acreditamos ter atendido outro apelo científico que encontramos ao longo das leituras dirigidas, o de Pirkka (2020), que instiga e provoca em seu texto sobre a falta de estudos mais críticos do jornalismo móvel e seus impactos. Sistemáticamente, trabalhamos na orientação de buscar a hermenêutica do Mojo a fim de ultrapassar sua ideia de utilidade tecnológica para os efeitos que produz socialmente, principalmente, o econômico.

MATERIAL E MÉTODOS

Em boa parte do Pós-Doc, o material trabalhado foi o bibliográfico. Para melhor embasamento da pesquisa, as leituras dirigidas iniciais foram Don Ihde, *Tecnologia e o mundo da vida*; Shoshana Zuboff, *A Era do Capitalismo de Vigilância*. O objetivo do supervisor foi me fornecer uma base teórica consistente sobre as manipulações da tecnologia digital e o entendimento que a sociedade não se isola dos artefatos tecnológicos, que são de várias naturezas, como Don Ihde exemplifica muito bem em sua obra. Ao longo dessas e outras leituras, encontrei novas bibliografias como Maksimainen Pirkka, *Mobile Journalism in Finish TV-news broadcasting. The impacto of news storytelling*; Peter Martin, *Notícias e o princípio digital*; *Mentes Móveis: iniciación al periodismo móvil*. Para cada leitura, foi realizado um fichamento relacionando pressupostos e propostas com o objeto de pesquisa. Todas as leituras serviram de embasamento para a produção de artigos para congressos e revistas acadêmicas.

No segundo momento da pesquisa, identificamos a necessidade de entrevistar jornalistas que têm ou tiveram o Mojo influenciando a rotina de trabalho como já apresentamos no início deste relatório. Com base nesse critério, optamos pelo método da entrevista estruturada com um questionário enviado por formulário do Google. Para se chegar à amostra, formada por 10 jornalistas, contatamos jornalistas, os quais já sabíamos que tinham a influência do Mojo em seu trabalho. Considera-se a entrevista uma técnica para obter informação a partir de uma comunicação direta entre entrevistador e entrevistado, determinada por perguntas estabelecidas pelo entrevistador (Torres, 2006). Todas as perguntas seguiram o rigor metodológico desse método em ter perguntas com formato e ordem igual para todos os entrevistados.

A elaboração do questionário se deu em outubro de 2023. Dois meses depois, quando chegamos à amostra final, as respostas começaram a ser coletadas até o início da análise em fevereiro de 2024. As perguntas feitas para a amostra e que foram disponibilizadas no formulário são:

1. O Mojo atribui sentido ao seu trabalho como jornalista?
2. Você classifica o Mojo como instrumento de tecnologia ou de economia?
3. Qual é o seu conhecimento sobre técnicas de enquadramento e captação de imagem?

4. Como o Mojo implica a estética e a linguagem do seu trabalho?
5. Profissionalmente, você se assume Repórter Mojo?
6. Dominar o Mojo traz outras aspirações para você na profissão?
7. Qual é a sua percepção sobre o Mojo, o telejornalismo e a sua profissão na atualidade e a imagem que tem sobre esses elementos nos próximos 5 anos?

Os 10 respondentes não foram identificados nem tiveram a emissora para a qual trabalham revelada, conforme estabelecido em um tácito contrato simbólico que consta no próprio formulário. O que se pode revelar é que são profissionais que atuam em televisão, em grandes emissoras e em emissoras de médio porte, nos estados de São Paulo e Minas Gerais, que aparecem como localidades aleatórias, já que os jornalistas que participam foram identificados pelo pesquisador que desconhece a quem pertencem as respostas.

Já sob o novo prazo prorrogado de realização desta etapa que se encontrava em curso do Pós-Doc, meu supervisor havia indicado duas novas leituras dirigidas. Uma é um capítulo de livro de Edgar Morin, que trata sobre a entrevista no rádio e a televisão; e a outra foi o livro Os sentidos do trabalho, de Ricardo Antunes. Cheguei a fazer o relatório de leitura de Morin sendo que alguns trechos chegaram a ser usados em artigo.

Ainda havíamos previsto a redação de um artigo que já estava pronto para ser submetido a um edital aberto pela Unesp com vistas ao fomento para publicações internacionais, mas que não será dado prosseguimento e cujo tema deve ser proposto como resumo expandido a um congresso de Ciberjornalismo, organizado pela Universidade do Porto, em Portugal. Ainda nesta nova fase, estavam contemplados o compartilhamento de uma disciplina na pós-graduação e quatro co-orientações de orientandos do professor Osvando, dois de mestrado e dois de doutorado.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Considerando a vasta bibliografia levantada e utilizada, assim como as entrevistas realizadas, foi possível produzir os seguintes artigos para revistas acadêmicas de Qualis elevado:

- a) Uma construção hermenêutica para a Era do Mojo no Telejornalismo (em processo de avaliação – Revista MatriZes – ECA/USP)
- b) Servindo a dois senhores? A terceira modernidade e o Mojo como alienação no horizonte do jornalista de televisão (em processo de avaliação – Revista E-compós)

Já em relação aos congressos, foram apresentados os seguintes trabalhos a partir do meu tema de pesquisa:

- a) Os jornalistas, a televisão e o celular: caracterizações para um SER Mídia? (6º Congresso Mei Studies / 2023)
- b) Os limites do Telejornalismo e uma consciência compreensiva? (Lusofonia em Debate 2024)
- c) Temporalidade, Telejornalismo e a ontologia do Mojo: o mundo circundante e a existência do SER (Alaic 2024)

Ao longo deste percurso, participei de uma aula de graduação do professor Osvando na Unesp remotamente com o tema “A Convergência Midiática como processo histórico da Comunicação” e integrei a retomada do Grupo de Pesquisa Digitart, então liderado pelo meu supervisor. No encontro em questão, discutimos com todos os orientandos dele a obra “Como se faz uma tese”, de Umberto Eco.

Em relação às discussões levantadas, são muitas as evidências e os efeitos da tecnologia, particularmente, o uso do celular no telejornalismo. A TV, enquanto empresa, obtém vantagem desse recurso tecnológico por encontrar uma condição de economia generalizada no pretexto desse perfil multimídia estabelecido aos jornalistas na atualidade. O que há em curso é uma linguagem que constrói o discurso multimídia

para um perfil multitarefa dentro das multiplataformas. A ideia é a de que o jornalista vai sendo promovido a um faz tudo, sob a alcunha de multimídia, como fetiche linguístico do capital.

A perspectiva weberiana da orientação econômica demonstra que emissoras de TV têm a intenção de diminuir gastos – não necessariamente e nem sempre vistos como investimentos – com um motivo determinado que pode ou não se ajustar a fatos sociais, como por exemplo, a dificuldade em fazer funções que naturalmente não eram suas e até encontrar dificuldade em contratar repórteres que aceitem essa condição que vai se tornando um requisito e logo se transformará na chamada “experiência” para o mercado de trabalho. Há alguns, inclusive, que já se qualificam no LinkedIn como repórteres multimídia.

Os elementos para que o jornalista de televisão, nesta temporalidade do *Mojo*, encontre seu lugar, sua existência e consciência passam pelo reconhecimento de que a tecnologia atualiza a cultura em constante reconfiguração de meios imersos em experiências comunicacionais impostas por ferramentas emergentes de substituição rápida e atualização frequente. A nossa amostra reconhece esse instrumentalismo do *Mojo* e tenta se organizar ao defender a profissão dos possíveis riscos que as condições multimídia, em verdade multitarefas, representam.

O Mojo, observado como prática das emissoras de TV, extrapola sua natureza de objeto e se insere em um domínio econômico, principalmente no contexto brasileiro. Pelas entrevistas realizadas, inferimos que todos os jornalistas da amostra associam o Mojo a várias imagens (ideia da percepção) e pensam a respeito, apontando críticas variáveis e pouco integradas coincidindo com o que pretendem as emissoras para as quais trabalham em adotar lógicas de uso que refletem entre seus profissionais.

O jornalista mojeiro pensa na sua profissão e alerta para um risco: a informação jornalística a ser trazida pode ficar prejudicada em face dessa condição multitarefa do profissional que teve incorporadas atribuições de ordem técnica como resultado do acúmulo de funções e o enxugamento das estruturas das redações.

Como método para produzir uma imagem do Mojo a fim de refletir e observar traços distintivos figuram-se as questões feitas aos 10 jornalistas em eixos e fluxos imaginados. Constrói-se, em nosso entendimento, que eles reconhecem o Mojo como tecnologia, porém, com uso equivocado, já que o mesmo deveria ser um recurso

complementar e não uma finalidade à mídia televisiva. A mesma sensação implica na percepção econômica. Ainda que contestem, ser multitarefa é relacionar que o fazer técnico pode comprometer a qualidade editorial. Praticamente todos se assemelham em uma questão de repertório ao trazerem experiências anteriores com colegas da área ou por terem desempenhado outras funções ligadas à imagem. Ainda sobre essa contradição da qualidade, tal discurso não parece adquirir tanta força. É mais uma ideia do que uma prática, afinal, um profissional vai entregar aquilo que lhe cabe, ainda que isto lhe seja imposto. Interessante é boa parte não se assumir repórter Mojo e nem considerar tal condição como aspiração dentro de uma profissão que já tem uma imagem desgastada e desvalorizada ao que parece pelas próprias declarações da amostra.

No caso dos empresários da comunicação, a decisão é inserir o celular como ferramenta cuja vantagem significa um modelo de economia. Já em relação aos jornalistas, que têm o Mojo implicado em suas rotinas de trabalho, a ação que eles devem empregar é a de um conhecimento para desenvolver habilidades aprendidas que resultem em trabalho ao dominar captação de imagens, averiguar qualidade do som ou posicionar enquadramentos. Ainda como analisou Don Ihde, todo objetivo está relacionado a um contexto e é aí que está o Mojo, contextualizado como um meio de produção, não apenas como um celular, mas como um conjunto, chamado de kit, que representa a aparência da multimídia ou a ocultação do ser multitarefa e que ainda pode ser pensado pelo conceito de Arquissemelhança, de Rancière, separando a natureza do olhar entre os processos fisiológicos, psíquicos e sociais.

Não bastassem as inúmeras possibilidades de ação do celular como aparelho em si, no telejornalismo, ele também passa a ser configurado em material básico para fazer reportagens e transmissões ao vivo, ou como aparelho funcional que é, ao mesmo tempo, simbólico, afastando qualquer premissa de determinismo sobre si. Sua reificação em Mojo nada isenta a tecnologia da economia e um telefone celular não pode ser pensado apenas como mero dispositivo.

Ainda que as entrevistas realizadas com a amostra tenham sido feitas por formulário online e as reações imediatas não sejam possíveis para a apreensão momentânea de suas reações, percebe-se pelas respostas, que as mesmas contêm uma reação psicoafetiva, da qual fala Edgar Morín, principalmente em relação ao descontentamento em usar o Mojo no dia a dia. Exceção só existe em quem viu neste sistema produtivo uma forma de promover-se à reportagem, o que em outros tempos, seria

mais difícil porque a televisão impunha um conjunto de regras rígidas para um profissional chegar ao vídeo, no entanto, as tecnologias mudaram e talvez, no atual contexto das novas mídias em convergência com as mídias tradicionais, o que mais importa para as instâncias de decisão das empresas seja recrutar quem domina a técnica.

Embora quase nenhum jornalista conheça e tenha habilidade com gestão administrativa, a amostra nos revela que todos percebem, no Mojo, as duas principais condições de sua existência: tecnologia e economia. Quando se observa a relação estética-linguagem, é curioso notar que os jornalistas ouvidos ressaltam algumas situações em que podem ocorrer com seus próprios celulares, como por exemplo, o descarregamento da bateria do aparelho. Mas isso se torna um incômodo, uma resistência, no âmbito da relação profissional. No caso específico da estética, os jornalistas entrevistados acreditam que ela fica prejudicada pela linguagem do Mojo que exige muitas atividades concentradas em apenas uma pessoa.

Ainda como resultado da pesquisa sobre o Mojo, nota-se principalmente, nos congressos que o tema está sendo apresentado e tem atraído a atenção da academia em debates sobre os novos arranjos profissionais do Jornalismo.

CONCLUSÃO

A digitalização é um fenômeno que reconfigurou a comunicação e suas tecnologias sendo o Mojo a configuração de um elemento cultural repleto de significado que vem sendo instituído pelo sistema de poder como fato ao mundo social do telejornalismo que, no papel de mídia, sinaliza para esse momento.

Existe atualmente uma conexão entre indivíduo e meios pelo digital como espaço abstrato, um não-lugar, para o qual somos transportados e onde nos relacionamos em concomitância à estrutura capitalista do trabalho, da vida, da profissão, da ética, enfim, das epistemologias. Mais do que extensão é quase um “tele transporte” ao mundo virtual, simbolicamente factível e habitável, que nos manipula, nos orienta e nos transforma à base dos dados, úteis a um mundo obscuro que desconhecemos em suas finalidades, mas para o qual trabalhamos gratuitamente e fortuitamente, assim fortalecendo o capitalismo de vigilância.

Não importa mais no inconsciente qual notícia e qual acontecimento se trabalha jornalisticamente, mas sim, o meio para isso que está ganhando novas formas como sintoma das experiências comunicacionais dos tempos de hoje, quando se pensa na relação espaço-tempo, reafirmada pelo elemento tempo que, moldado por uma cultura e suas práticas, dialoga com ferramentas e contextos emergentes em rápida substituição e atualização constante.

Os jornalistas entrevistados perceberam este sentido, mas a forma como reconhecem isso é contestável em nosso entendimento, pois, parece que estes profissionais não se incomodam nem atribuem às condições tecnológicas do presente e seus objetivos aos aparelhos com os quais têm contato. A inconveniência causada pelo Mojo é percebida quando os profissionais se dão conta da relação causa-efeito que esse celular, enquanto ferramenta do telejornalismo, afeta a rotina. Em outros momentos da pesquisa que temos realizado sobre o Mojo, consideramos a ideia de que as empresas sabem que seus profissionais são adeptos das redes sociais em suas postagens, por isso mesmo, pensar o Mojo numa realidade próxima a de que eles estão habituados a fazer não seria do ponto de vista empresarial, uma preocupação, muito menos um entrave, uma resistência. Somente quando essa relação empresa, tecnologia

e profissional entra em evidência é que o incômodo e um certo inconformismo tomam forma. Assim a consciência de classe se aviva, no tocante às relações de trabalho entre patrões e empregados, o que leva a uma possibilidade de revisitar a teoria marxista, discutida no âmbito da indústria cultural.

Falta um diálogo do poder decisório – a empresa – e o que Andrew Feenberg chama de subordinados, no caso aqui trabalhado, os jornalistas que têm ou tiveram o Mojo implicado em sua rotina. Daí, a necessidade deste estudo em tentar compreender a importância desse objeto técnico e os estilos de vida e relações que ele desenvolve e torna possível. É difícil, e quase inimaginável, pensar que toda empresa consultaria essa instância para tomar posições, mas no caso da tecnologia em curso, assim como a necessidade hermenêutica que buscamos para explicar o Mojo, advém da percepção de quem tem o equipamento como seu companheiro de trabalho. Há informações que trazemos com as entrevistas realizadas capazes de provocar novos questionamentos e fornecer pistas interessantes que são circunvizinhas ao simples fato de empregar o celular como ferramenta, caso de pensar como apontado por estes subordinados, questões de logística, capacitação em captação de imagens e o uso do aparelho como linguagem complementar. Deste modo, há espaço para um diálogo que inexiste nessa relação. Importante creditar valor para a ciência, que é capaz de dar luz ao tema e reservar para si um papel de mediadora nesse cenário.

Assim, acreditamos ter feito um estudo de ordem crítica trabalhando com elementos necessários ao postulado teórico de Moraes (2023) ao analisar *medium* e mediação do SER, no caso, o jornalista de TV contemporâneo inserido na Era do Mojo. Praticamente inexistem estudos sobre o Mojo no Brasil. Tal tendência é mais recorrente na Europa, com destaque para a Espanha, onde a própria mídia traz para a sociedade novas formas de consumo.

O celular, utilizado para o sentido que apresentamos, se tornou um objeto construído pela indústria da televisão, que por meio da sedução tecnológica, institui uma linguagem. Como tal, manusear o Mojo requer a apreensão de signos, por isso, a oferta que as emissoras fazem de treinamentos que preparam suas equipes para trabalhar com a tecnologia que elas chamam de tendência. Se as ideias se formam pelas palavras, como diz Eugênio Bucci (2021), o Mojo se tornou uma e sua ideia está apresentada ou em vias de apresentação.

Manter certo distanciamento crítico permite chegar à hermenêutica buscada, que vem contribuir para um entendimento melhor do significado do Mojo no telejornalismo. É evidente que o caráter econômico supera o formato, uma vez que a qualificação dos jornalistas não é de conteúdo, mas sim, de operação do equipamento. Por mais que esses profissionais estejam habituados a lidar com o celular porque quase tudo de nossa vida é feito e administrado por esse tipo de aparelho, o que está em xeque agora é uma transferência de função, afinal, o jornalista que utiliza o Mojo precisa desenvolver também funções técnicas que, ao longo da história da TV, pertenciam exclusivamente aos repórteres cinematográficos. O equívoco que se percebe é que com as preocupações que a indústria televisiva tem a respeito dessa modalidade pouco importa a qualidade das produções em aspectos que não sejam os técnicos, portanto, se faz o já conhecido modelo televisivo com uma “nova” ferramenta.

Assim, a proposta de uma construção hermenêutica à Era Mojo vai ao encontro de uma direção que combina a ideia de Don Ihde a respeito de uma tecnologia deste nosso tempo aplicada à televisão gerando uma experiência, condição elementar ao conhecimento na visão kantiana. O sujeito humano se encontra submetido às variáveis e práticas em relação ao mundo constituindo mais uma etapa de sua própria evolução, da cultura e também da história da comunicação. Um conjunto de contribuições que se perfazem, a partir do cruzamento indissociável entre micro e macropercepção, considerando situações objetivas, como a estrutura dada e a técnica, mais as subjetivas, como sentimentos, satisfações e contrariedades, tudo em modo relativo.

Por fim, o estágio de pós-doutoramento foi relevante, satisfatório e definitivo para o meu amadurecimento intelectual como pesquisador. Assim como Osvando e eu projetamos em tantos diálogos, esta pesquisa deveria caminhar para se tornar um pequeno livro, proposta que não vai ficar descartada.

À Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da UNESP, os meus agradecimentos por todo o suporte.

Ao supervisor e amigo Osvando, a saudade e a promessa de seguir o seu legado para mantê-lo sempre vivo em nossas memórias.

REFERÊNCIAS

- ACOSTA, Adriana Moreno. Producción Audiovisual: apuntes para pensar la convergencia. In: CAMINOS, Alfredo.; MÉDOLA, Ana Sílvia.; SUING, Abel (Orgs). **A Nova Televisão: do Youtube ao Netflix**. 1ed. Aveiro, Portugal: Ria Editorial, 2019.
- ADORNO, T. A indústria cultural. In Cohn, G. **Comunicação e indústria cultural**. T.A. Queiroz: 1987.
- AGUIRRE, Eduardo. El primer diplomado en periodismo móvil en Argentina. In: *Iniciación al periodismo móvil*. Matías Amigo, 2020.
- AMIGO, Matías. *Iniciación al periodismo móvil*. Matías Amigo, 2020.
- AUMONT, Jacques. **A imagem**. Campinas, SP; Papirus Editora, 1993.
- BAITELLO JÚNIOR, N. A imagem mediática. **PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM**, 2019, 3(5), 61-69. <https://doi.org/10.31657/rcp.v3i5.90>
- BARBEIRO, H.; LIMA, P. R.. Manual de Telejornalismo. Campus, 2002.
- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Tradução Luís Antero Reto, Augusto Pinheiro. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BECKER, Beatriz. **Televisão e Telejornalismo: transições**. 1ed. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2016.
- BELTING, Hans. **Antropologia da Imagem**. Lisboa: KKYM + EAUM, 2014.
- BERNAL TORRES, C.A. **Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales**. Pearson Educación, 2006.
- BOSI, A. Plural mas não caótico. In: Bosi, A. **Cultura Brasileira, Temas e situações**. Ática, 1987.
- BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Jorge Zahar, 2006.
- BUCCI, E. **A Superindústria do Imaginário: como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível**. Autêntica: Belo Horizonte, 2021.
- CAPELLI, P. *Repórteres da GloboNews passarão a usar celular para se filmar ao vivo*. 2023. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/paulo-cappelli/reporteres-da-globonews-passarao-a-usar-celular-para-se-filmar-ao-vivo>
- CAVELL, S. **The fact of television**. Themes out of School. North Point, 1984.
- COSTA, E.J.M. O pensamento econômico de Max Weber: um necessário resgate. [Trabalho apresentado]. **48º Encontro Regional de Economia da ANPEC**, 2020.
- EMERIM, C. (2017). Telejornalismo ou jornalismo para telas: a proposta de um campo de estudos. **Revista Estudos em Jornalismo e Mídia**, 2017, p. 113-126.

FACULDADE de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design – Câmpus de Bauru. **Matriz Curricular**. Disponível em: <<https://www.faac.unesp.br/#!/graduacao/cursos/jornalismo/grade-curricular/>>. Acesso em: 2 abr.2023.

FAHLE, O. Televisualidade segundo Glauber. s/a.

FAHLE, Oliver. Estética da televisão. Passos rumo a uma teoria da imagem da televisão. In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B.S.; MENDONÇA, C.C. (Orgs.). **Comunicação e experiência estética**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006. P. 190-208.

FEENBERG, Andrew. **O que é Filosofia da Tecnologia**. Conferência na Universidade de Komaba, Japão. Traduzido por Agustin Apaza e Daniel Durante P. Alves. 2003.

FEENBERG, Andrew. Entrevista com Andrew Feenberg. **Scientia Studia**, 2009.

FEENBERG, Andrew. *Andrew Feenberg: racionalização democrática, poder e tecnologia*. UnB, 2010.

FEENBERG Andrew. **Teoria crítica, velhos e novos desafios**: entrevista com Andrew Feenberg, 2016,

FIRMINO DA SILVA, Fernando. **Jornalismo móvel**. EDUFBA, 2015.

FRANÇA, Vera V.; SIMÕES, Paula G. Escola de Chicago. In: CITELLI, A. (Org.), **Dicionário de comunicação**: escolas, teorias e autores (1a ed., Vol. 1, pp. 138-146). Editora Contexto, 2014.

G1. “Apple integra iPhone com ChatGPT e revela iOS18; veja”. 2024. Disponível em: <<https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2024/06/10/apple-ios-18-iphone-wwdc-2024.ghtml>>.

GOMES, Itania M.M. A Noção de Gênero Televisivo como Estratégia de Interação: o Diálogo entre os *Cultural Studies* e os Estudos da Linguagem. **Fronteiras – estudos midiáticos**, São Leopoldo, RS, n.2, v. IV, p. 165-185, 2002.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública**. Tempo Brasileiro, 1984.

HABERMAS, J. **Teoría de la acción comunicativa**. Taurus, 1987.

HEIDEGGER, M. **Ser e Tempo**. Vozes, 2020.

HEIDEGGER, M. A questão da técnica. **Scientia Studia**, 2007. Disponível em: <https://publications.iai.spk-berlin.de/receive/riai_mods_00002495>

IHDE, D. **Tecnologia e mundo da vida**: do jardim à terra. UFFS, 2017.

INSTITUTO RTVE. 2024. **Nueva oferta**. Formación especializada. Disponível em: <<https://www.rtve.es/instituto/curso/>>

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência**. Aleph, 2008.

KANT, I. **Crítica da razão pura**. Fundação Calouste Gulbenkian, 2001.

LUENGO, Luis Daniel. *Mojo en el aula universitaria*. In: AMIGO, MMatías. **Iniciación al periodismo móvil**. Matías Amigo, 2020

MANOVICH, L. Novas mídias como tecnologia e idéia: Dez definições. In: LEÃO, Lúcia (org.). **O chip e o caleidoscópio**: Reflexões sobre as novas mídias. São Paulo: Senac, 2005.

MARTIN, P. Notícias e o precipício digital. Tornando-se Humano. **Revista Inteligência Artificial**, 2017.

MARTINS, Moisés de Lemos. Tecnologia, Média e Culturas de Resistência. In: Poder político, tecnologias de comunicação y soberanía comunicacional. **Ibercom**, 2023.

MARTINS, Paulo. Universidade para quê? **Jornal da USP**, São Paulo, 20 jan.2023. Disponível em: <https://jornal.usp.br/articulistaspaulo-martins/universidade-para-que/>. Acesso em: 02 abr.2023.

MÉDOLA, Ana Silvia L. D. (2010). Televisão digital brasileira e os novos processos de produção de conteúdos: os desafios para o comunicador. **E-Compós**, Brasília, n.3, v.12.

MORAIS, Osvando J. As imagens, medium e mediação do SER: reproduções mentais como figurações aproximadas dos acontecimentos imagéticos. **6º Congresso Internacional Media Ecology and Image Studies**, 2023.

MORAIS, Osvando J. O SER como mídia e as obsolescências no mal-estar tecnológico: sobre os processos digitais. In: FLORES, J.; RODRÍGUEZ GARAY, G; OYARCE, J. (Orgs.). **Cultura Tecnomidiática**. Ria Editorial, 2022, p. 14-32.

MORAIS, Osvando J. de. Hermenêutica do fundamento para uma teoria da imagens nas mídias digitais: tecnologia da imagem, linguagem, filosofia da técnica e práticas. **Projeto de Pesquisa FAPESP (em desenvolvimento)**. Bauru, 2023.

MORIN, Edgar. Da entrevista no Rádio e na Televisão. In: SILVA, Juremir Machado (Org.) **As duas globalizações**: complexidade e comunicação, uma pedagogia no presente. Edipucrs, 2007.

MULCAHY, Glen. Un poco de historia. In: AMIGO, Matías. **Iniciación al periodismo móvil**. Matías Amigo, 2020.

NACHBIN, L. (2005). **O voo solo do videojornalismo**. PUC-Rio, 2005, p. 117-133. Disponível em: http://www.editora.puc-rio.br/media/ebook_no_proximo_bloco.pdf

ORTEGA Y GASSET, J. (2005). **A rebelião das massas**. EbooksBrasil.com, 2005.

PIRKKA, Maksimainem. **Mobile Journalism in Finish TV-news broadcasting. The impact of news storytelling**. Media Management, 2020.

PROJETO Político-Pedagógico (PPP) do Curso de Jornalismo da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho”. **Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design**. Disponível em: < https://drive.google.com/file/d/1_Cv_D6rN-T7dHLSkG_pBBIAMFI_09Bav/view>. Acesso em: 2 abr.2023.

RAMOS, A.G. A Sociologia de Max Weber. **Revista do Serviço Público**, 1946. Disponível em: <<https://cfa.org.br/wp-content/uploads/2019/01/A-Sociologia-de-Max-Weber.pdf>>

RANCIÈRE, J. **O Destino das Imagens**. Contraponto, 2012.

SALAVERRÍA, Ramón. Convergencia de los medios. **Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación**, n.81, Disponível em: <<https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/1471/1500>>. Acesso em: 02 dez. 2021.

SALTZIS, K.; DICKINSON, R. Inside the changing newsroom: journalists responses to media convergence. In: PIRKKA, Maksimainem. **Mobile Journalism in Finish TV-news broadcasting. The impact of news storytelling**. Media Management, 2008.

SANSON, Eric. *Mojo y Academia: un ensayo ecuatoriano*. In: AMIGO, Matias. *Iniciación al periodismo móvil*. Matías Amigo, 2020.

SCHETTINO, P.B.C. **Diálogos sobre a Tecnologia do Cinema Brasileiro**. Ateliê Editorial, 2007.

SILVA, K.A. **Videorreportagem em três estilos: análise de um subgênero em formação**. (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Comunicação. Universidade Federal da Bahia, Salvador, Brasil, 2010. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/bitstream/ri/8298/1/Karina%20Araujo.pdf>>

SOUZA FILHO, W.J. Um jornalista com o smartphone. A narrativa sobre o confinamento pela Covid-19 em uma aldeia portuguesa. **43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2020. Disponível em: <https://www.portalintercom.org.br/anais/nacional2020/resumos/R15-0829-1.pdf>

THOMAZ, P. A linguagem experimental da videorreportagem. (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Comunicação, Educação e Turismo. Universidade de Marília (Unimar), Marília, Brasil, 2007. Disponível em: <http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=82556>

TRIVIÑOS, N.A. **Introdução à pesquisa em Ciências Sociais**. São Paulo: Atlas, 1990.

ZUBOFF, S. **A era do capitalismo de vigilância: a luta por um futuro humano na nova fronteira do poder**. Ed. Intrínseca, 2021.