

DOSSIÊ

# JORNALISMO MÓVEL: a emergência de um novo campo jornalístico



LUIS PEDRO RIBEIRO RODRIGUES

*Universidade de Aveiro, Aveiro – Aveiro, Portugal*

ORCID: 0000-0001-6167-8024

VANIA BALDI

*Universidade de Aveiro, Aveiro – Aveiro, Portugal*

ORCID: 0000-0002-7663-3328

ADELINO DE CASTRO OLIVEIRA SIMÕES GALA

*Universidade de Aveiro, Aveiro – Aveiro, Portugal*

ORCID: 0000-0003-2707-1610

DOI: 10.25200/BJR.v17n2.2021.1368

Recebido em: 28/11/2020

Desk Review em: 25/01/2021

Editora do Desk Review: Monica Martinez

Revisado em: 11/03/2021

Aceito em: 31/03/2021

**RESUMO** – O artigo foi desenvolvido no escopo do projeto Erasmus+ PaGES e tem como objetivo investigar o jornalismo móvel (mojo) enquanto nova técnica do jornalismo digital, destacando três características: agilidade, flexibilidade e acessibilidade. As hipóteses apontam para que o jornalista móvel seja capaz de produzir conteúdo jornalístico com rapidez, incluindo maior variedade de formatos, além de ter o acesso facilitado aos locais mais afastados e aos personagens para as entrevistas. Para testá-las, realizou-se uma pesquisa exploratória através de uma metodologia mista: um questionário online, que obteve 53 respostas, para avaliar o grau de concordância ou discordância dos próprios jornalistas móveis em relação às hipóteses; também se realizaram quatro entrevistas com especialistas, para entender suas percepções acerca do fenômeno. O resultado da pesquisa se mostrou favorável às hipóteses, além de confirmar o processo de individualização laboral no jornalismo e o mojo enquanto técnica jornalística adequada às exigências do mercado da comunicação no século XXI.

**Palavras-chave:** Jornalismo digital. Jornalismo móvel. Smartphone.

## MOBILE JOURNALISM: the emergence of a new journalistic field

**ABSTRACT** – This article was developed in the scope of the Erasmus+ PAGES project, and it aims to investigate mobile journalism (mojo) as a new digital journalism technique, highlighting three characteristics: agility, flexibility, and accessibility. The proposed hypotheses are mobile journalists can produce news content quickly and including a greater variety of formats. Besides, they have facilitated access to remote locations and characters for interviews. Exploratory research tests them using a mixed-method: an online survey, which obtained 53 responses, to assess the degree of agreement or disagreement of the mobile journalists themselves concerning the hypotheses; and four interviews with experts to understand their perceptions of this phenomenon. The result of the research was favourable to the hypotheses and confirmed the process of individualization in journalism. Also, it attested to mojo as a journalistic technique suited to the demands of the 21st-century media industry.

**Keywords:** Digital journalism. Mobile journalism. Smartphone.

## PERIODISMO MÓVIL: la emergencia de un nuevo campo periodístico

**RESUMEN** – El artículo se desarrolló en el ámbito del proyecto Erasmus+ PAGES y tiene como objetivo investigar el periodismo móvil (mojo) como una nueva técnica de periodismo digital, destacando tres características: agilidad, flexibilidad y accesibilidad. Las hipótesis apuntan a que el periodista móvil podrá producir contenido periodístico de forma rápida, incluyendo una mayor variedad de formatos, además de tener un acceso más fácil a los lugares más remotos y los personajes para las entrevistas. Para ponerlas a prueba se realizó una investigación exploratoria con una metodología mixta: una encuesta en línea, que obtuvo 53 respuestas, para evaluar el grado de acuerdo o desacuerdo de los propios periodistas móviles con respecto a las hipótesis; también se realizaron cuatro entrevistas con expertos para comprender sus percepciones del fenómeno. El resultado de la investigación fue favorable a las hipótesis, además de confirmar el proceso de individualización laboral en el periodismo y el mojo como técnica periodística adecuada a las exigencias del mercado de la comunicación en el siglo XXI.

**Palabras clave:** Periodismo digital. Periodismo móvil. Smartphone.

## 1 Introdução

A utilização dos dispositivos móveis, como smartphones e tablets, não é mais uma novidade na rotina das redações de jornal, mas o jornalismo móvel, também conhecido como *mojo* (acrônimo do nome inglês *mobile journalism*), técnica jornalística que se utiliza desses aparelhos, continua evoluindo com o aprimoramento das funcionalidades dessas ferramentas, cada vez mais se equiparando aos equipamentos profissionais. A mobilidade tampouco é uma característica inovadora para o jornalismo produzido no século XXI. Nas funções de repórter de texto, foto ou vídeo, o profissional sempre

precisou ir até o local do fato noticioso, para entrevistar, relatar, fotografar e filmar. Contudo, a recente produção de notícias a partir dos dispositivos móveis, que incorporam aspectos dos aparatos anteriores em um dispositivo computacional, conectado à internet e às redes digitais e de fácil manuseio e transporte, tem transformado a área do jornalismo por conseguir ampliar a mobilidade em grande escala (Adornato, 2017; Briggs, 2007; Burum, 2016; Karhunen, 2017; Quinn, 2009).

Outro fator de transformação para o jornalismo digital (Eldridge et al., 2019; Steensen & Westlund, 2020) e fundamental para a criação e desenvolvimento do *mojo*, é a convergência tecnológica incorporada nos dispositivos móveis conectados em rede (Jenkins, 2006). Para Oscar Westlund (2019, p.1, tradução nossa), “todos estes desenvolvimentos tecnológicos facilitaram o jornalismo móvel, tornando mais fácil a participação em reportagens a partir de qualquer lugar e a qualquer momento”. Além disso, permitiu que apenas um jornalista, com um smartphone, cumprisse as tarefas que antes eram reservadas às equipes.

O relato de Isabel Travancas, em seu trabalho etnográfico nas redações de jornal da cidade de São Paulo na década de 1990, ilustra bem como era a organização do trabalho antes dessas transformações: “além de papel e caneta, [o repórter de televisão] conta com grande aparato técnico, que inclui três auxiliares – um cinegrafista com a câmera de vídeo, um iluminador e um responsável pelo vt, que opera o aparelho” (Travancas, 2011, p.48, como citado em Silva, 2013, p.121)<sup>1</sup>. Na década seguinte, a realidade já era outra.

De acordo com Stephen Quinn (2009, p.10, tradução nossa), em sua pesquisa sobre as primeiras experiências de *mojo* no continente asiático, os jornalistas móveis “tendem a trabalhar sozinhos”, e mais: “essas notícias [produzidas pelo jornalista móvel] podem consistir em texto, áudio, fotos ou vídeo ou, às vezes, uma combinação delas” (2009, p.10, tradução nossa). Dessa forma, o *mojo* é uma técnica jornalística de produção individual, que abrange vários formatos de notícia e é capaz de realizar todas as etapas do ciclo de produção de notícias (produção, edição e distribuição em rede) em um mesmo aparelho móvel (Canavilhas, 2021; Westlund, 2019). Ao ponto de a repórter Harriet Hadfield realizar transmissões direto para o canal de televisão britânico Sky News, sozinha, usando apenas dois smartphones, mais alguns acessórios (Fairweather, 2016). Por isso, o *mojo* está de acordo com às tendências atuais do jornalismo

individualizado, multitarefa e voltado à web (Blankenship & Riffe, 2019; Crespo et al., 2017; Marshall, 2008).

Em artigos científicos (López-García et al., 2019; Satuf, 2015; Westlund, 2015), edições de livro (Barbosa & Mielniczuk, 2013; Canavilhas et al., 2019; Canavilhas & Satuf, 2015) e matérias explicativas (Shoulderpod, s.d.; What is mobile journalism?, s.d.), há em muitos casos o destaque das vantagens de se trabalhar com o smartphone em comparação com os equipamentos tradicionais. Este artigo seleciona e analisa três tendências que aparecem nas leituras sobre o *mojo*.

A primeira delas é a agilidade: devido às etapas do ciclo de produção de notícias (produção, edição e distribuição) serem realizadas diretamente no trabalho de campo e pelo mesmo aparelho (Mills et al., 2012). Ou seja, o fato noticioso, que antes era apurado em campo e depois editado e publicado na redação de jornal, passou a poder ser editado e publicado integralmente, ou parte dele, em formatos de vídeo, texto, foto ou áudio, antes mesmo de o repórter chegar à redação; e a locomoção do profissional também foi facilitada devido ao aparelho ser pequeno e leve. Tanto o meio digital como as ferramentas permitiram essa novidade. A agilidade aparece como chamariz na matéria da empresa de acessórios para celular Shoulderpod: “seja o primeiro a transmitir notícias de última hora ou eventos” (Shoulderpod, s.d., tradução nossa).

A segunda característica é a flexibilidade: um exemplo são os relatos de trabalho multimídia do jornalista móvel da BBC Dougal Shaw, nos quais descreve a produção de conteúdo em diferentes formatos para os canais de televisão, rádio, Youtube e Facebook da empresa (Shaw, 2018; Urbauer, 2019). Também aparece, em destaque, no artigo *Benefits of going 'mojo'*, do *Mobile Journalism Manual* (s.d., tradução nossa): “os smartphones colocam no seu bolso um estúdio de produção completo para rádio, televisão, texto e conteúdo para rede social”.

A terceira característica é a acessibilidade: no sentido de acesso mais ágil aos locais mais afastados ou em contextos de crise e aos personagens para entrevista. O manual do Al Jazeera Media Institute (Maccise & Marai, 2017), por exemplo, discute a potencialidade do *mojo* na cobertura jornalística em áreas de conflito. Os autores afirmam: “equipados apenas com um smartphone, os jornalistas estão habilitados a cobrir quase todas as histórias de forma oportuna e segura” (Maccise & Marai, 2017, p.1, tradução

nossa). Ainda sobre essa característica do *mojo*, a investigação de Panu Karhunen (2017, p.48, tradução nossa), para o Reuters Institute for the Study of Journalism, analisa a abordagem do jornalista móvel às pessoas entrevistadas, concluindo que “os jornalistas se aproximam mais da história e do personagem, trabalhando sozinhos, com um smartphone”.

## 2 Atributos do *mojo*

Há mais de dez anos, o jornalista Stephen Quinn (2009, p.8, tradução nossa) definiu como “quase ficção científica” as novidades do *mojo*, após descrever uma cobertura jornalística pioneira que aconteceu na cidade de Albuquerque, Estados Unidos, para a emissora de televisão local KOB-TV. O repórter Jeremy Jojola e seu produtor, ambos responsáveis pela reportagem, utilizaram apenas um iPhone e o aplicativo Qik para a transmissão ao vivo de um evento na cidade, dispensando, assim, os dispendiosos carros satélites, tripés, câmeras de transmissão e cabos. Em entrevista posterior à reportagem (Tompkins, 2009), Jojola admitiu que teve problemas com a qualidade do áudio durante a transmissão, por não ter usado um microfone externo nem ter considerado os ruídos do ambiente.

Hoje, os jornalistas móveis contam com uma gama de acessórios e softwares que otimizam às funcionalidades do smartphone, e cada profissional compõe o seu *mojo kit* de acordo com as suas necessidades, sendo os principais itens: estabilizador, microfone, luz e bateria externa (Shoulderpod, s.d.). Sobre os softwares, há muitas opções, tanto para melhorar o controle manual da câmera do aparelho como para editar e finalizar o material (APPS for mobile photography, video and social media, s.d).

Todavia, jornalistas móveis alertam que o número de acessórios que compõe o *mojo kit* afeta, diretamente, a agilidade para se deslocar no trabalho de campo ou para registrar um evento inesperado; e uma das vantagens de se trabalhar com o *mojo kit* é, justamente, ser mais rápido do que os profissionais que carregam equipamentos grandes e pesados. Dessa forma, Dougal Shaw (2018) advertiu que o ideal é quando todos os equipamentos cabem juntos em uma mochila pequena. Ele até se comparou aos jornalistas de rádio, que carregam poucos equipamentos consigo, quando trocou as bagagens grandes e pesadas, onde guardava câmeras, lentes e

tripés, por uma bolsa pequena, capaz de guardar um *rig* (equipamento de estabilização do celular) e um microfone. Shaw denominou essa experiência de “*mojo diet*” (Shaw, 2018).

É comum que os jornalistas móveis trabalhem com a produção de mais de um tipo de formato de notícia. De acordo com Justin Blankenship e Daniel Riffle (2019, p.1, tradução nossa), em sua investigação sobre o trabalho individualizado nas televisões locais dos Estados Unidos, esses profissionais são “frequentemente, exigidos a recolher informação, conduzir entrevistas, escrever depoimentos, gravar material em áudio e vídeo, e depois editar tudo isso em uma narrativa de reportagem, sozinhos”. Essa capacidade do jornalista de realizar várias tarefas e produzir notícias em formatos diferentes é devido às funcionalidades que são oferecidas em um mesmo dispositivo móvel, como o smartphone. Conforme explicou Henry Jenkins (2006, p.293, tradução nossa), em sua obra sobre a cultura da convergência, as alterações no ambiente midiático e de consumo do século XXI estão associadas à convergência tecnológica, que nada mais é do que a capacidade de “combinação de funções dentro do mesmo aparelho tecnológico”.

Isso fica nítido nas descrições de Dougal Shaw na sua experiência de “*mojo diet*” (Shaw, 2018; Urlbauer, 2019). Ele demonstrou flexibilidade para trabalhar com mais de um formato de notícias e distribuí-las em meios diferentes. Por isso, se percebe que realizou, no mínimo, o trabalho de repórter, vídeojornalista e editor:

Meu jeito de contar uma história é ir até o local e gravar tudo o que posso com meu celular. Gravo em vídeo e com isso também tenho o áudio registrado. Então decido em que plataformas diferentes vou publicar essa história, porque trabalho com jornalismo multimídia. De que jeito vai funcionar melhor? Eu costumo fazer uma versão para rádio da entrevista que fiz. Depois produzo um vídeo, e se o assunto só render dois minutos, funcionará para o *Facebook*. Faço também uma reportagem para televisão porque eles usam vídeos de apenas dois minutos. Se me aprofundar um pouco mais no assunto, o material pode tornar-se um vídeo para o *Youtube* de cinco ou seis minutos. Talvez na BBC News haja algum outro formato de televisão que use vídeos mais longos. Tudo depende da história. (Urlbauer, 2019, parágrafo 2, tradução nossa).

Além das características de agilidade e flexibilidade, jornalistas móveis ressaltam o acesso aos personagens para as entrevistas e aos locais mais afastados como vantagens do *mojo* (Karhunen, 2017; Shaw, 2018). O primeiro caso se deve porque o smartphone é um objeto com que as pessoas estão familiarizadas e isso o torna menos

intrusivo do que as câmeras profissionais; e os entrevistados ficam mais à vontade quando o jornalista móvel trabalha sozinho, e não em equipes numerosas. Contudo, Karhunen (2017) observou que isso pode não acontecer quando os entrevistados são autoridades ou celebridades, acostumadas às grandes produções.

O segundo caso de acesso acontece porque às dimensões reduzidas dos smartphones facilitam o seu transporte e manuseio e, conseqüentemente, o trabalho do jornalista móvel em locais mais distantes. Sobre isso, Nick Garnett (2015), outro jornalista móvel da BBC, fez a ressalva de que essa vantagem só vale para os lugares que oferecem uma boa conexão com a internet. Quando reportou para o canal inglês sobre o terremoto que acometeu o Nepal, em 2015, Garnett (2015) usou o seu *mojo kit*, mas admitiu que enfrentou dificuldades para conseguir uma transmissão estável.

Ainda, Diana Maccise e Montaser Marai (2017) sugerem que a discrição do *mojo* pode facilitar o trabalho do profissional em áreas de conflito ou crise<sup>2</sup>. Um exemplo disso foi o documentário *Syria: Songs of Defiance*<sup>3</sup>, gravado com um smartphone por um jornalista da Al Jazeera. Na época, o governo de Bashar al-Assad havia proibido os jornalistas da empresa de mídia do Catar de trabalharem no país. Como referem Maccise e Marai (2017, p.9, tradução nossa): “usando um smartphone, o jornalista disfarçado foi capaz de coletar imagens que o mundo, caso contrário, não conseguiria ver”.

Mas, para além de uma reflexão dedutiva acerca desses três aspetos principais do *mojo*, o que uma pesquisa empírica nos diria para confirmar ou refutar essas premissas?

### 3 Metodologia de análise

Este trabalho tem em si uma natureza exploratória (Gil, 2008), no sentido de desenvolver e esclarecer conceitos e ideias acerca de uma técnica jornalística, o *mojo*, que ainda não está firmemente estabelecida como subárea dos estudos de jornalismo. Como concluíram os professores López-García et al. (2019, p.10, tradução nossa): “o fenômeno do jornalismo móvel ainda não foi conceitualizado por unanimidade na Academia”. Ou seja, carece de mais trabalhos de investigação e que os temas, conceitos, objetos e métodos sejam legitimados pelos “pares-concorrentes”, de acordo com Pierre Bourdieu (1983, p.5), em seu ensaio sobre a construção de um campo científico.

Com o intuito de produzir alguma substância empírica à exploração e testar as seguintes hipóteses: H1: o uso do *mojo* kit permite maior agilidade no ciclo de produção de notícias e na locomoção do jornalista; H2: o uso do *mojo kit* possibilita maior flexibilidade na produção de conteúdo jornalístico em formatos diferentes; H3: o uso do *mojo kit* facilita o acesso do jornalista aos locais mais afastados e a condução das entrevistas, foi elaborada uma metodologia de pesquisa pela abordagem mista. Na definição de Johnson et al. (2007),

a pesquisa de métodos mistos é o tipo de pesquisa na qual um pesquisador ou equipe de pesquisadores combinam elementos das abordagens qualitativas e quantitativas (por exemplo, uso de pontos de vista qualitativos e quantitativos, coleta de dados, análise, técnicas de inferência) para fins de amplitude e profundidade da compreensão e corroboração. (Johnson et al., 2007, p.123, tradução nossa).

Dessa forma, elaborou-se, primeiro, um questionário como instrumento de recolha de dados, para aferir o grau de percepção dos próprios jornalistas móveis em relação às hipóteses, por meio de uma escala entre concordância total e discordância total. A intenção é avaliar, pelos dados gerados da pesquisa, se as qualidades destacadas do *mojo* se confirmam na realidade do trabalho de campo, ou não, e gerar pistas que identifiquem possíveis caminhos para a evolução desta técnica.

O questionário foi organizado em seções, de forma sucinta, e com o seguinte fluxo de questões de múltipla escolha (Stockemer, 2018): uma pergunta para garantir que os participantes disponibilizavam seus dados de maneira voluntária; uma pergunta filtro para verificar se já tinham tido alguma experiência com o *mojo*; quatro perguntas de identificação (idade, gênero, anos de profissão e país onde trabalhou); e 12 questões relacionadas ao *mojo*, quatro para cada característica.

As opções de respostas foram organizadas em uma escala com seis valores, que vão do “discordo totalmente” ao “concordo totalmente”, de maneira que os valores um, dois e três formam o seguimento de discordância à questão (em diferentes níveis), e os valores quatro, cinco e seis fazem o mesmo para a opinião de concordância. Não foi utilizado um valor neutro, que corresponde a uma opção no meio da escala (Stockemer, 2018), com a justificativa de que os participantes que passam da pergunta filtro são todos jornalistas que já tiveram alguma experiência com o *mojo* e, por isso,

são capazes de assumir uma posição de concordância ou discordância em cada questão.

A população-alvo foi constituída por jornalistas que usam os dispositivos móveis, em especial, o smartphone, como ferramenta de trabalho. Porém, ela tem uma particularidade: não é homogênea. Muitos profissionais utilizam o smartphone para produzirem conteúdo jornalístico e desenvolvem a técnica do *mojo* na rotina de trabalho, mas nem todos se autodefinem como jornalistas móveis ou sequer sabem o que é *mojo*.

Tendo isso em conta, buscou-se ambientes que constituíssem um conjunto uniforme de jornalistas móveis. O primeiro foi o grupo no Facebook “#mojofest community Where the global Mojo Community meet and share”<sup>4</sup>. O grupo serve para a discussão de assuntos técnicos e teóricos sobre o *mojo* e contava com 6.177 membros no dia 16 de março de 2020. O segundo conjunto de jornalistas móveis se baseou em uma lista<sup>5</sup> com 55 nomes de especialistas e formadores de cinco continentes diferentes. A lista está disponível no website da empresa de acessórios para smartphone Shoulderpod e conta com os e-mails da maioria deles.

O questionário foi publicado na plataforma do Google Forms e o seu link divulgado em uma publicação no grupo de Facebook, identificando o seu investigador e explicando o objetivo da pesquisa. Para a lista de especialistas, o contato foi feito, individualmente, via e-mail. Obteve-se 55 respostas, sendo 53 válidas (duas delas não passaram pela pergunta filtro). O período de recolha de dados foi de 16 de março de 2020 até 28 de abril do mesmo ano. Os dados foram tratados no software IBM SPSS Statistics 20.

Já a segunda pesquisa teve como instrumento de recolha de dados a entrevista semidirigida. De acordo com Quivy e Campenhoudt (2005), este é um método no qual o investigador prepara uma série de perguntas abertas para serem feitas aos entrevistados, com o propósito de levantar informações acerca das suas percepções, interpretações ou experiências.

Os participantes do questionário podiam decidir se concordavam ou não em participar de uma segunda fase, na qual seriam entrevistados. Responderam que sim 23 inqueridos, preenchendo a última questão com o e-mail pessoal, para serem contactados. Destes, foram selecionados quatro jornalistas móveis para as entrevistas, seguindo os critérios de exequibilidade do trabalho e de diversidade entre os participantes (Guerra, 2006), em

relação à nacionalidade, aos formatos de notícia com que trabalham e as opiniões sobre o *mojo* que expressaram no questionário.

Aqui se faz importante salientar duas observações. A primeira é quanto à diversidade de gênero: apenas uma mulher se dispôs a participar da segunda fase, e quando foi contactada, declinou do convite. A segunda é sobre o conceito de saturação discutido por Isabel Carvalho Guerra (2006) em seu livro sobre a pesquisa qualitativa, que adverte que o investigador deve continuar com as entrevistas até que as respostas não tragam mais nenhum dado novo, atingindo a saturação. No caso deste estudo exploratório, esse conceito não se aplica. Diz ela: “no estatuto exploratório, o investigador deve garantir a diversidade dos interlocutores, mas não necessita de garantir a saturação” (Guerra, 2006, p.33).

Sendo assim, os entrevistados foram:

- Tom Rumes. Jornalista belga com experiência no videojornalismo. É diretor e professor de storytelling na Universidade Tomas More. Desenvolve programas de consultoria e de treinamento de *mojo* para empresas de mídia, incluindo a VRT, emissora de televisão belga. É co-autor do livro *How To Story – Storytelling for journalists*.
- Stephen Quinn. Jornalista inglês com passagens pela BBC e The Guardian. Atualmente, trabalha como professor de *mojo* na Kristiania University, na Noruega, e presta consultoria de comunicação digital para empresas. É co-autor dos livros *MOJO: Mobile Journalism in the Asian Region* e *Mojo: The Mobile Journalism Handbook*.
- Francesco Facchini. Jornalista italiano com experiências profissionais em jornal impresso, digital e rádio. É referência em *mojo* na Itália, onde presta consultoria na criação de conteúdo para celular. Já lecionou jornalismo digital e jornalismo móvel na Universidade LUMSA e na Universidade IULM, ambas na Itália.
- Pipo Serrano. Jornalista espanhol e professor de jornalismo digital na Universidade de New Haven e no mestrado da Escola de Jornalismo da Universidade de Columbia em parceria com a Universidade de Barcelona. Já coordenou coberturas jornalísticas de *mojo* em eventos internacionais e é autor do livro *La transformación digital de una redacción y el periodismo móvil (mojo)*.

As perguntas para os quatro entrevistados foram as mesmas, sendo alterada apenas o seu direcionamento, de acordo com as respostas de cada um no questionário. Por exemplo, se o entrevistado concordou com a questão da agilidade do *mojo*, então foi perguntado quais aspectos fizeram-no concordar com isso; se discordava, quais elementos contribuíram para a discordância. Desta forma, as respostas dos participantes puderam ser comparadas entre

si. O guião da entrevista começa com perguntas mais gerais, sobre as experiências com o *mojo*, depois se restringe às questões do questionário, e termina com uma pergunta sobre o futuro do *mojo*.

Todas as entrevistas aconteceram via Skype, ao longo do mês de maio de 2020, em inglês, e tiveram a duração entre 30 e 50 minutos. Alguns trechos das falas foram traduzidos para o português, pelo autor, no capítulo de análise dos dados.

#### **4 Análise quantitativa**

De forma geral, os participantes do questionário confirmaram as três hipóteses da pesquisa, sobre as características de agilidade, flexibilidade e acessibilidade do *mojo*. Todavia, é preciso um aprofundamento maior na análise descritiva dos dados levantados.

A amostra de 53 indivíduos é composta de 45 homens e oito mulheres, de 24 nacionalidades diferentes, sendo o Reino Unido e os Estados Unidos os países com maior número de representantes, sete respostas de cada país. As idades variam entre 21 e 66 anos, com mais da metade da amostra (29 respostas) tendo mais de 20 anos de experiência como jornalista.

No aspecto da agilidade durante o ciclo de produção de notícias, a grande maioria dos participantes optou pelo seguimento de concordância, o que quer dizer que na escala de seis valores, polarizada entre “discordo totalmente” e “concordo totalmente”, escolheram um dos três valores de concordância (quatro, cinco ou seis). Isso se deu para o ganho de agilidade na produção (51 respostas), edição (48 respostas) e distribuição (51 respostas) dos conteúdos jornalísticos, quando o profissional trabalha com o *mojo kit*. A alta taxa de concordância nas etapas de produção e distribuição pode ser explicada pela adequação do smartphone como a ferramenta do registro instantâneo e pela sua capacidade de ubiquidade. Contudo, a queda de concordância na etapa de edição pode ter a ver com as telas pequenas dos smartphones, que dificultam o trabalho.

Os participantes concordaram (48 respostas no seguimento de concordância) com o ganho de agilidade do jornalista no trabalho de campo, quando este usa o *mojo kit*. Porém, essa questão teve uma resposta de “discordo totalmente”. Como foi discutido, a rapidez do jornalista está associada à quantidade de itens que carrega e se consegue guardá-los dentro de uma bolsa pequena e leve.

Sobre a variedade dos formatos de notícia, 46 pessoas responderam que trabalham com mais de um tipo, sendo o vídeo o principal deles, produzido por 52 indivíduos da amostra; depois é a foto com 40 respostas, o áudio com 30, o live broadcast com 29, e o texto com 24; os conteúdos jornalísticos em podcast e vídeo 360° foram lembrados no campo de resposta “outros”, cada um por uma pessoa. Ademais, a resposta que mais apareceu (12 vezes) foi a que combinava todas as opções de formatos. Já na questão “você tem boa flexibilidade para produzir diferentes formatos de notícias quando trabalha com o *mojo kit*”, 50 pessoas optaram pelo seguimento de concordância, sendo 36 respostas de concordância total. Esses resultados corroboram a hipótese de que o jornalista móvel é o tipo de profissional capaz de trabalhar com vários formatos de notícia.

Contudo, esse otimismo não se repetiu quando a afirmação teve a ver com a qualidade do material produzido. Dez indivíduos optaram pelo seguimento de discordância na questão “os acessórios para smartphone permitem ao jornalista produzir conteúdo jornalístico com a mesma qualidade das câmeras e dos equipamentos profissionais”. Da mesma forma, dez participantes escolheram o segmento de discordância na questão “os aplicativos para smartphone permitem ao jornalista produzir conteúdo jornalístico com igual qualidade de um computador pessoal”. Esses números indicam que a qualidade do material produzido pelo *mojo kit*, às vezes, pode ser inferior àquela realizada com equipamentos profissionais.

Na seção seguinte, sobre acessibilidade física e geográfica, 50 jornalistas se colocaram no seguimento de concordância na questão “você pode trabalhar em todas as etapas do ciclo de produção de notícias (produção, edição e distribuição), distante da redação, usando apenas o *mojo kit*”. O mesmo aconteceu na afirmativa “o uso do *mojo kit* facilita o trabalho em áreas de difícil acesso (áreas de conflito, desastres naturais e crises humanitárias)”, com o número igual de respostas no seguimento de concordância. Esses resultados confirmam que o *mojo* é adequado para o trabalho de campo em áreas de conflito, onde a acessibilidade e a segurança do jornalista dependem de fatores como autonomia e discricção.

No que se refere ao acesso aos personagens para entrevista, a maioria (51 respostas) concorda em algum nível com a afirmativa “o jornalista consegue entrevistar as pessoas no dia a dia de forma mais fácil quando trabalha com um *mojo kit*”. Contudo, o número de respostas no segmento de discordância aumenta para 11 quando a

questão é: “o jornalista consegue entrevistar autoridades (política, artística, científica) de forma mais fácil quando trabalha com um *mojo kit*”. Dessa forma, os dados confirmam o argumento de Panu Karhunen (2017), de que as entrevistas com o *mojo kit* são menos intrusivas para as pessoas comuns, mas podem gerar desconfiança dos entrevistados acostumados às grandes produções.

## 5 Análise qualitativa

O resultado da pesquisa qualitativa reforçou, novamente, a hipótese de que o jornalista móvel é capaz de produzir conteúdo noticioso em vários formatos, de forma ágil e independente. Mais do que isso, demonstrou que essas são as exigências do mercado da comunicação no século XXI.

Em um panorama geral, os entrevistados concordaram com as características de agilidade, flexibilidade e acessibilidade. Contudo, houve discordâncias pontuais. Por exemplo, sobre a definição do *mojo*; se a edição nos *smartphones* é realmente eficaz; e se o trabalho individualizado pode ser mais seguro, ou não, em áreas de conflito.

Para Stephen Quinn, todas as operações do ciclo de produção de notícias devem ser feitas em um único dispositivo móvel. Caso contrário, reduz a mobilidade e a velocidade na produção, deixando de ser *mojo*. Foi o único que considerou dessa forma. Todavia, admitiu haver situações nas quais essa técnica não é eficiente. Citou dois exemplos: eventos esportivos, porque requerem muito movimento de câmera e um *zoom* muito ampliados para acompanhar os esportistas, e circunstâncias de perigo e guerra, por uma questão de segurança. Para Quinn, em equipes numerosas, os integrantes podem cuidar um dos outros, o que não acontece quando se trabalha sozinho. Isso contradiz a hipótese testada no questionário de que o *mojo kit* facilita o acesso e a permanência do jornalista móvel em áreas de conflito.

Para os outros três entrevistados, a dinâmica de trabalho pode ser menos rígida e permite combinar o *mojo* com o jornalismo tradicional. Tom Rumes, por exemplo, admitiu que, às vezes, opta por trabalhar com câmeras profissionais e editar o material em seu computador pessoal. Os fatores a serem considerados por ele são: o formato de notícia que irá produzir, a narrativa criada para contar a história (*storytelling*), as habilidades requisitadas para o serviço, e as plataformas nas quais o conteúdo será distribuído. Porém, ele afirma

que prefere o *smartphone*, quando o trabalho requer agilidade na produção e distribuição do conteúdo noticioso.

Pipo Serrano usou a metáfora do “canivete suíço”, que dispõe de inúmeras ferramentas adequadas para cada situação, para explicar a sua escolha. Quando vai entrevistar apenas uma pessoa ou registrar uma pequena declaração de alguém, por exemplo, “não precisa enviar uma equipe com um videografoista”<sup>7</sup>, basta um jornalista com seu *mojo kit*. Já para “cobrir situações complexas em que deseja adicionar valor extra com as imagens”, justifica trabalhar com equipes e câmeras profissionais, explicou. O jornalista relativizou a eficiência da edição no *smartphone*, porque a tela pequena e o sistema *touchscreen* dificultam o trabalho. “Nunca pedi a nenhum jornalista, ou a mim mesmo, para editar em um celular. Nunca. Se consideramos uma boa edição. Embora se falarmos sobre criação de um conteúdo rápido, ‘fast-food’, sim, talvez você possa usar um aplicativo e criar, rapidamente, um vídeo”, admitiu Serrano.

Francesco Facchini considera que “sempre haverá a necessidade de ter videógrafos com câmeras [profissionais] em algumas ocasiões”<sup>8</sup>. Para ele, o *mojo* é uma “linguagem diferente”, “fácil de usar e de aprender”, e que dá ao jornalista “maior liberdade e velocidade” para trabalhar, com um “custo menor”. É interessante perceber que tanto Pipo como Facchini relativizaram a denominação “jornalismo móvel”. O primeiro defendeu que “todos nós somos jornalistas”; o segundo foi além: “a definição ‘jornalismo móvel’ poderia acabar porque isso é apenas jornalismo moderno [...]. Porque é simplesmente uma nova maneira de fazer jornalismo”.

Outro ponto relevante em seus discursos é a defesa de um novo comportamento do jornalista móvel. Não se trata apenas de introduzir os dispositivos móveis na rotina de trabalho, mas de uma “mudança de mentalidade”: a maneira como o profissional encara o trabalho de produção de notícia. Para Quinn, as novas tecnologias da comunicação, combinadas com “uma mentalidade empreendedora e inovadora”<sup>9</sup>, criam oportunidades para o profissional. Por exemplo, o jornalista é capaz de extrapolar o seu turno de trabalho e se tornar “um jornalista 24/7”, ou seja: capaz de produzir notícias 24 horas por dia, durante todos os sete dias da semana.

Outra vantagem é ter autonomia na função, em um contexto de diminuição de postos de emprego e de individualização do trabalho. Ele deu o exemplo da NRK, emissora estatal de rádio e televisão da Noruega, que reduziu as equipes de correspondentes espalhadas pela Europa por funcionários “*mojos*”: “transformaram

muitos ‘euros’ [correspondentes da emissora na Europa] remotos em ‘*mojos*’. Eles devem fazer de tudo”. Continuou ele: “Ser remoto é uma grande oportunidade para os ‘*mojos*’. O que precisa ter é uma espécie de mentalidade nos jornalistas. Eles estarem dispostos a aprender a usar a tecnologia adequadamente e a serem um operador único”.

Sobre este assunto, Facchini afirmou que “não é uma questão de tecnologia. É uma questão de mentalidade. Porque você precisa se comportar de uma forma diferente”. Essa forma diferente, defende ele, resume-se em ser mais ágil: “você precisa ser mais rápido quando está no trabalho de campo e mais rápido quando edita o material no fim”. Porém, o trabalho multitarefa requer uma organização mais complexa. Além disso, o jornalista móvel tem de lidar com as três principais limitações do *mojo kit* mencionadas por Facchini: a capacidade de energia e armazenamento de arquivos no celular e o *zoom*. Portanto, o jornalista móvel deve pensar no enquadramento da cena com antecedência e se organizar para conseguir trabalhar sozinho.

No entanto, gravar entrevistas com *smartphone* pode ser vantajoso para “conseguir melhores histórias” e “histórias mais reais”, afirmou Serrano. O mesmo ocorreu a Facchini: “Quando você está entrevistando com um *smartphone*, as pessoas têm menos medo e lhe dão mais conteúdo real. [...] E isso lhe dá a oportunidade de produzir e entregar conteúdo mais interessante com um *smartphone* do que com uma câmera”.

Todos os entrevistados concordaram com a agilidade do *mojo* na produção e distribuição de notícias. “Eu ligo [o *smartphone*] e não espero mais do que cinco segundos antes de poder filmar. Isso é uma grande diferença em relação às câmeras grandes, porque você tem que ajustar o tripé, você tem que fazer o equilíbrio branco, você tem de ajustar o foco, você tem de ajustar a lente, e assim por diante”, apontou Rumes<sup>10</sup>. Além disso, o *smartphone* permite gravar pequenos conteúdos em vídeo, áudio ou texto e publicá-los, imediatamente, nas redes sociais. “Você pode criar um vídeo pequeno para divulgar uma notícia que será transmitida no telejornal da noite”, explicou Serrano.

A agilidade na locomoção também foi considerada pelos entrevistados. Serrano explicou que o jornalista móvel embarca no avião sem enfrentar muita burocracia, porque não carrega consigo nenhum equipamento que tenha de ser declarado na alfândega. Ele mencionou a vez em que enviou um jornalista móvel para apurar um atentado terrorista em Paris e recomendou: “Ao sair do avião, você pode transmitir o evento ao vivo. É muito mais fácil”. Logo o correspondente

chegou à cidade, começou a produzir e enviar material pelo *smartphone*. Contudo, Rumes, Facchini e Serrano fizeram a ressalva de que o excesso do número de itens que compõe o *mojo kit* pode comprometer essa agilidade. “Se você perder meia hora arrumando todo o equipamento, perde a vantagem de usar o *smartphone*”, advertiu Rumes.

A característica de flexibilidade apareceu menos no discurso dos entrevistados. Porém, Serrano observou que “além da escrita, precisamos adicionar um conteúdo visual ou de áudio extra”, para enriquecer a notícia. Ele assegura que trabalhar com formatos de notícias diferentes não é algo exclusivo do *mojo*: é uma exigência do jornalismo digital produzido no século XXI. “Tendemos a pensar que, ou fazemos jornalismo antigo, ou fazemos *mojo*, ou fazemos algo moderno. Não. Fazemos jornalismo no século XXI. E se alguém não entende que o jornalismo no século XXI é uma mistura de todos os formatos, então nunca entendeu nada”, declarou o jornalista espanhol. Nesse sentido, Rumes afirmou que o jornalista móvel precisa saber atuar tanto nos meios de comunicação tradicionais como nas novas mídias digitais, como o *Instagram*, o *Twitter* e o *Youtube*, para se manter relevante para o público.

A qualidade desse conteúdo produzido pelos jornalistas móveis, contudo, foi um tema controverso. Todos os jornalistas entrevistados comentaram sobre esta questão, defendendo que é possível produzir conteúdo jornalístico, com qualidade profissional, usando o *mojo kit*; mas fizeram algumas advertências. Rumes, por exemplo, admitiu que, quando toda uma equipe de videojornalismo é substituída por um jornalista móvel, a qualidade do produto costuma não ser a mesma. “O jornalista gravará o som e também fará o trabalho de câmera. Isso afeta a qualidade do jornalismo? Sim. Quero dizer, você tem que ser honesto, você verá algumas diferenças no som, você verá algumas diferenças na imagem”, reconheceu. Mas o *mojo kit*, acredita ele, é suficiente para produzir radiojornalismo: “radiojornalistas estão produzindo rádio apenas com *smartphone*. Então não me diga que a qualidade do som [do *smartphone*] não é boa”.

No caso do formato audiovisual, Rumes explicou que é mais difícil trabalhar com as câmeras de filmagem profissionais, porque exigem maior conhecimento sobre o equipamento (há muitos botões e recursos que o operador deve dominar), e por isso não são adequadas para o trabalho individual. É justamente essa possibilidade de trabalhar sozinho que ele destaca nos dispositivos móveis: “as câmeras hoje são mais baratas e mais fáceis de usar, e se você trabalha no modo automático, por exemplo, o resultado é bastante bom”, ponderou Rumes.

Ainda nessa questão, Quinn reconheceu haver uma falha na oferta de aplicativos para celular para trabalhar, de forma eficiente, todas as etapas do ciclo de produção de notícias. Ele lembrou que as filmagens que movimentam muito a câmera do celular, ou que usam o *zoom* do aparelho, ou em ambientes de baixa luminosidade, resultam em “vídeos irregulares”. Todavia, o jornalista inglês afirmou que os conteúdos de baixa qualidade, produzidos com o *mojo kit*, são devido à “falta de treinamento” do profissional.

Por outro lado, a qualidade do conteúdo pode não significar um problema, se o dispositivo com o qual as pessoas vão consumir a notícia for também o *smartphone*, considerou Facchini. “A porcentagem do consumo de conteúdo digital através de dispositivos móveis provavelmente cresceu até 75%. O que isto significa? Que a qualidade técnica do vídeo ou o *frame rate* não são tão importantes porque a maioria do consumo ocorre em telas muito pequenas”. Dessa forma, a diferença entre um vídeo com a resolução 4K e outro em *Full HD* não é perceptível. O mesmo vale para um áudio captado em 48 kHz e outro em 96 kHz. Facchini aconselhou atenção à apuração e em “entregar conteúdos mais interessantes usando um *smartphone*” ao invés da preocupação exagerada com a qualidade técnica do material.

Já Serrano preferiu destacar a mudança de opinião daqueles que desqualificavam a produção do *mojo* como uma “opção de baixo custo”. Para ele, trabalhar com o *smartphone* é diferente, o resultado final depende principalmente da competência do editor, e a qualidade pode ser profissional. O jornalista espanhol comentou que não avisou a audiência que algumas notícias eram produzidas com *smartphones*, quando incorporou o *mojo* na produção do programa “8 al Dia”, transmitido pelo canal de TV catalão 8TV. Segundo ele, nunca recebeu nenhuma queixa de que algumas matérias tinham pior qualidade do que outras.

Mas nem todos os entrevistados concordam com essa posição. Rumes indica que pode haver diferença de qualidade entre um vídeo gravado por um celular e outro por uma câmera profissional e que o público compreende isso: “as pessoas entenderão que talvez a qualidade do som não seja perfeita, talvez a qualidade da imagem não seja perfeita”.

Os especialistas abordaram em seus discursos outras duas vantagens do *mojo*. A primeira é a prontidão do jornalista móvel para apurar e cobrir eventos inesperados, por carregar consigo a sua ferramenta de trabalho na maior parte do tempo. É comum as pessoas levarem sempre o *smartphone* no bolso ou em uma bolsa. A segunda é a vantagem de poder fazer registros em locais proibidos,

como museus e estações de trem. Sobre isso, Serrano comentou: “Meu correspondente em Bruxelas não estava autorizado a gravar em certos lugares dentro do Parlamento Europeu com uma câmera. Mas ele foi autorizado a fazer isso com um celular. [...] Portanto, tínhamos imagens que ninguém jamais teve porque estávamos ao vivo, explicando as coisas e ele estava gravando com um smartphone. Ele não precisava nem pedir permissão para nada. Foi rápido e fácil”.

Os quatro jornalistas confirmaram que as pessoas ficam mais confortáveis para falar quando a entrevista é feita por um jornalista usando o *mojo kit*. Eles informaram que isso se deve ao fato de que elas já estão acostumadas a filmar ou a serem filmadas com smartphones. Porém, isso não significa que gravar entrevistas com o *mojo kit* seja mais fácil. Quinn alertou para o fato de que o jornalista móvel acumula funções durante a entrevista: ouvir o entrevistado com atenção, fazer perguntas pertinentes e se preocupar com a captação de áudio e imagem. Por isso, recomendou que o jornalista, antes de começar a entrevista, certifique-se de que tudo está funcionando corretamente: o áudio está sendo captado corretamente, o entrevistado está enquadrado de forma adequada na imagem, o celular está carregado e em modo avião, e não se esquecer de combinar, previamente, com o entrevistado para ele não andar ou sair do quadro durante a entrevista, para o jornalista não precisar mover ou usar o zoom do aparelho.

Rumes, Facchini e Quinn concordaram que entrevistar autoridades ou celebridades com o *mojo kit* costuma ser mais difícil. O jornalista inglês reclamou que “pessoas com grandes egos só serão entrevistadas [...] por uma equipe de jornalistas que use câmeras profissionais estampada com um adesivo de uma empresa de jornalismo, porque isso é bom para seu ego. Eles acham que esse é o verdadeiro jornalismo”. Mas eles acreditam que esse comportamento está mudando, à medida que mais jornalistas usam o *smartphone* como ferramenta de trabalho.

Os especialistas opinaram sobre as mudanças no modelo de negócio nas empresas de mídia. Para Rumes, a razão principal para a adoção do *mojo* nas redações de jornal é o orçamento, pois o custo dos equipamentos é menor e requer menos funcionários. Serrano acredita que a motivação central “é o preço e a eficácia, a maneira como você pode enviar um cara para fazer tudo”. Mas contestou que não deveria ser assim. Para ele, o *mojo* é uma técnica que deve ser aplicada em situações específicas, quando apenas um jornalista é suficiente para realizar o trabalho. Já Quinn observou que a adoção do *mojo* nas redações pode aumentar: “se a publicidade ou a receita diminuírem e a redação

encolher e perder funcionários, minha conclusão é de que o *mojo* tem um grande potencial para preencher as lacunas, se tiver menos jornalistas”. O jornalista inglês lembrou que, devido à pandemia de Covid-19, “jornalistas foram forçados a se tornarem *mojos*, porque estão todos operando em casa e fazendo entrevistas por *Skype* ou *Zoom*”.

Sobre o futuro do *mojo*, Facchini previu que “após [a pandemia de] Covid-19, encontraremos um mundo diferente no qual a criação de conteúdo móvel será a principal linguagem utilizada para contar histórias em qualquer tipo de atividade”, e o jornalista móvel possui experiência para atender a essa demanda. Para ele, “a maneira de transformar a comunidade [do *mojo*] em algo que se tornará *mainstream*” e, conseqüentemente, aumentar a sua empregabilidade são as conexões com outras áreas, tornando-se em “algo mais amplo que um jornalista móvel”. Ou seja, ele sugere que o jornalista móvel aproveite a sua habilidade de produzir conteúdo digital para ampliar a sua área de atuação. “Temos que continuar [...] buscando uma parceria com o mundo da radiodifusão, o mundo da produção de conteúdo, o mundo do *marketing*, empresas de mídia, etc.”, defendeu Facchini.

## 6 Análise geral dos dados

A pesquisa empírica demonstrou que a prática do jornalismo móvel, apesar de alguma resistência no início, tem se tornado cada vez mais popular entre os jornalistas, que desenvolvem a técnica de produção jornalística com dispositivos móveis em sua rotina de trabalho mesmo quando desconhecem o conceito do *mojo*. Esta mudança se deve em grande parte ao aprimoramento dos dispositivos móveis que permitem produzir conteúdo noticioso em diversos formatos, com qualidade profissional e baixo custo.

Trata-se, portanto, de uma técnica jornalística capaz de refletir as transformações das novas tecnologias da comunicação e as linguagens inovativas promovidas por estas ferramentas. Nesse sentido, o profissional deve estar a par das inovações nos dispositivos móveis e pode tirar proveito da sua originalidade: uma entrevista gravada com a câmera de um smartphone não é igual àquela realizada com uma câmera profissional, porque o entrevistado se comporta de um jeito diferente e as condições do registro não são as mesmas. Além de os entrevistados ficarem mais à vontade, o jornalista móvel pode trabalhar com uma variedade de ângulos e movimentos que o dispositivo móvel viabiliza.

No entanto, os dados levantados apontaram que o *mojo* tem necessidade e espaço para investir e avançar na qualidade das suas produções noticiosas, principalmente no formato audiovisual, que é o mais trabalhado pelos jornalistas móveis que participaram nas pesquisas. Os dados revelaram que o *mojo* não é uma técnica exaustiva, mas que deve se aliar às outras ferramentas mais tradicionais (não móveis), por exemplo quando os dispositivos e as funcionalidades de um smartphone não são suficientes para fazer o trabalho com a qualidade desejada. De fato, o zoom de uma câmera profissional funciona melhor do que o de um smartphone, em situações nas quais o objeto que se quer capturar está longe do jornalista ou em movimento. Da mesma forma, é mais confortável e eficiente editar um material audiovisual ou sonoro em um computador, que tem uma tela maior e mais opções de softwares para realizar essa tarefa.

Quanto às hipóteses sobre as características do *mojo*, se confirmaram nas duas pesquisas: de que o jornalista móvel, por trabalhar com o *mojo kit*, é capaz de produzir conteúdo jornalístico de forma mais rápida e com uma maior variedade de formatos, além de ter seu acesso facilitado aos locais mais afastados e aos personagens para as entrevistas. Ainda, quanto ao comportamento do jornalista móvel, ele trabalha com independência todas as etapas do ciclo de produção de notícias, podendo estar distante da redação de jornal.

Nesse sentido, percebe-se, com um olhar crítico, a naturalização da degradação do ofício do jornalista no discurso de “nova mentalidade”, que apresenta essa condição de trabalhar sozinho como uma conquista de maior autonomia. Isso fica evidente na constatação de Gregory Perreault e Kellie Stanfield (2018, p.13, tradução nossa), em seu trabalho com 39 jornalistas móveis de diversas nacionalidades, de que o “*mojo* foi uma maneira pela qual os jornalistas puderam defender o seu valor na redação de jornal – e, como tal, serve como uma forma de segurança no emprego”.

Ainda que hoje essas mudanças sejam inevitáveis, e representem “um próximo passo em um ambiente tecnológico em rápida mudança que permite mais flexibilidade e elimina posições desnecessárias” (Blankenship & Riffe, 2019, p.2, tradução nossa), conforme Justin C. Blankenship e Daniel Riffe elas criam novos problemas para o jornalismo. Além das restrições físicas de quando se trabalha sozinho por não contar com a ajuda de companheiros, os pesquisadores encontraram, em sua investigação sobre trabalho individualizado nas televisões locais dos Estados Unidos, o receio dos trabalhadores de que “ao pedir a uma única pessoa que assuma a responsabilidade de várias outras, a qualidade do jornalismo produzido irá sofrer, inevitavelmente” (2019, p.2, tradução nossa).

## 7 Conclusão

O jornalismo móvel se impõe como uma prática do campo jornalístico cada vez mais utilizada. Isto se deve pelo fato de que os dispositivos móveis têm assumido a dianteira na produção de conteúdo noticioso digital, como também por representar o dispositivo mais utilizado pelo público para o consumo de notícias (Newman et al., 2019). Em razão disso, empresas de jornalismo tradicionais, como a BBC e a Al Jazeera, têm incentivado seus funcionários a trabalharem dessa forma (Maccise & Marai, 2017; Settle, 2018; Shaw, 2018).

Porém, o jornalismo móvel não é plenamente reconhecido dentro dos estudos do jornalismo, precisando de mais pesquisas e consideração pelos pares (Bourdieu, 1983). Nesse sentido, o investigador Oscar Westlund (2019, p.1, tradução nossa) reconheceu que essa é “uma área emergente e relativamente imatura de investigação”, como também os estudiosos López-García et al. (2019, p.10, tradução nossa) ressaltaram que “o fenômeno do jornalismo móvel ainda não foi conceitualizado por unanimidade na Academia”.

Este estudo, cujo objetivo principal é contribuir para a consolidação desse campo, compreende que as causas dessas mudanças no jornalismo são mais profundas e estruturais, não sendo necessariamente interligadas à implementação de uma nova tecnologia na rotina dos jornalistas (Rodrigues et al., 2020). O *mojo* e as suas características de agilidade, flexibilidade e acessibilidade estão associados aos aspectos do jornalismo do século XXI (Rodrigues et al., 2020): de redução da receita e redações de jornal (Marshall, 2008), do crescimento do jornalismo digital (Newman et al., 2019) e da preferência do mercado de trabalho por profissionais que saibam lidar com multitarefas (Blankenship & Riffe, 2019). Além disso, o *mojo* manifesta a tendência de que o trabalho do jornalista vai se tornando mais individualizado e a sua produção voltada para a web (Rodrigues et al., 2020).

## NOTAS

- 1 Travancas, I. (2011). *O mundo dos jornalistas* (4ª ed). São Paulo: Summus.
- 2 O número de jornalistas mortos em trabalho em 2019 foi o menor registrado desde que o Comitê para a Proteção dos Jornalistas (CPJ) passou a monitorar as ocorrências, há 17 anos. Foram, no mínimo, 25 mortes em

- 2019, e a Síria e o México foram os países com maior número de casos. O relatório, lançado anualmente pela organização, considera as mortes de jornalistas ocorridas “em represália direta por seu trabalho; por fogo cruzado relacionado a combate; ou enquanto realizava uma cobertura perigosa”. Recuperado de <<https://cpj.org/pt/2019/12/siria-e-mexico-foram-os-paises-mais-letais-para-jo.php>>. Acesso em janeiro de 2020.
- 3 Recuperado de [www.youtube.com/watch?v=VnvPXspjLtU](http://www.youtube.com/watch?v=VnvPXspjLtU). Acesso em fevereiro de 2020.
  - 4 Recuperado de [www.facebook.com/groups/mojofest/](http://www.facebook.com/groups/mojofest/). Acesso em fevereiro de 2020.
  - 5 Recuperado de [www.shoulderpod.com/the-mobile-trainers-world-catalogue](http://www.shoulderpod.com/the-mobile-trainers-world-catalogue). Acesso em fevereiro de 2020.
  - 6 Poupart, J. (1997). L'Entretien de Type Qualitatif: Considérations Épistémologiques, Théoriques et Méthodologiques. In Poupart et al. (Orgs.), *La Recherche Qualitative, Enjeux Épistémologiques et Méthodologiques* (pp.173–209). Canadá: Gaetan Morin.
  - 7 Todas as citações que fazem referência a Pipo Serrano foram retiradas de uma entrevista concedida em 21/05/2020.
  - 8 Todas as citações que fazem referência a Francesco Facchini foram retiradas de uma entrevista concedida em 16/05/2020.
  - 9 Todas as citações que fazem referência a Stephen Quinn foram retiradas de uma entrevista concedida em 10/05/2020.
  - 10 Todas as citações que fazem referência a Tom Rumes foram retiradas de uma entrevista concedida em 08/05/2020.

## REFERÊNCIAS

Adornato, A. (2017). *Mobile and social media journalism: A practical guide*. California: CQ Press/SAGE.

*APPS for mobile photography, video and social media*. (s.d). Mobile Journalism Manual. Recuperado de [www.mojo-manual.org/mojo-manual-apps/](http://www.mojo-manual.org/mojo-manual-apps/)

Barbosa, S., & Mielniczuk, L. (2013). *Jornalismo e Tecnologias Móveis*. Covilhã: LabCom.

Blankenship, J. C., & Riffe, D. (2019). Follow the Leader?: Optimism and Efficacy on Solo Journalism of Local Television Journalists and News Directors. *Journalism Practice*, 15(1), 41–62. DOI: 10.1080/17512786.2019.1695535

Bourdieu, P. (1983). O Campo Científico. In R. Ortiz (Org.), *Coleção Grandes Cientistas Sociais* (pp.122–155). São Paulo: Ática.

Briggs, M. (2007). *Journalism 2.0: How to Survive and Thrive*. Recuperado de [https://digitalcommons.usf.edu/oa\\_textbooks/2](https://digitalcommons.usf.edu/oa_textbooks/2)

Burum, I. (2016). Introduction. In I. Burum (Org.), *Democratizing journalism through mobile media: the mojo revolution* (pp.1–17). New York: Routledge. DOI: 10.4324/9781315630335

Canavilhas, J. (2021). Epistemology of mobile journalism. A review. *Profesional de la información*, 30(1), 1–21. DOI: 10.3145/epi.2021.ene.03

Canavilhas, J., Rodrigues, C., & Giacomelli, F. (2019). *Narrativas jornalísticas para dispositivos móveis*. Covilhã: LabCom.

Canavilhas, J., & Satuf, I. (2015). *Jornalismo para Dispositivos Móveis: Produção, distribuição e consumo*. Covilhã: LabCom.

Crespo, M., Azevedo, J., Sousa, J., Cardoso, G., & Paisana, M. (2017). *Jornalistas e Condições Laborais: Retrato de uma Profissão em Transformação*. Observatório da Comunicação (OberCom). Recuperado de [https://obercom.pt/wp-content/uploads/2017/03/2017\\_OBERCOM\\_Jornalistas\\_Condicoes\\_Laborais.pdf](https://obercom.pt/wp-content/uploads/2017/03/2017_OBERCOM_Jornalistas_Condicoes_Laborais.pdf)

Eldridge, S. A., Hess, K., Tandoc, E., & Westlund, O. (2019). Editorial: Digital Journalism (Studies)–Defining the Field. *Digital Journalism*, 7(3), 315–319. DOI: 10.1080/21670811.2019.1587308

Fairweather, T. (2016, 16 de março). How a Sky News reporter uses her mobile phone to ‘go live’ in 90 seconds. *Newsrewired*. Recuperado de [www.newsrewired.com/2016/03/16/how-a-sky-news-reporter-uses-her-mobile-phone-to-go-live-in-90-seconds/](http://www.newsrewired.com/2016/03/16/how-a-sky-news-reporter-uses-her-mobile-phone-to-go-live-in-90-seconds/)

Garnett, N. (2015). Reporting Nepal: One man, his mobile kit and the battle to connect. *BBC Academy Blog*. Recuperado de [www.bbc.co.uk/blogs/collegeofjournalism/entries/1ea0273d-c585-4362-91e0-f1cffe9a50a](http://www.bbc.co.uk/blogs/collegeofjournalism/entries/1ea0273d-c585-4362-91e0-f1cffe9a50a)

Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6ª ed.). São Paulo: Atlas.

Guerra, I. C. (2006). *Pesquisa Qualitativa e Análise de Conteúdo – Sentidos e formas de uso*. Cascais: Príncipeia.

Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.

Johnson, R. B., Onwuegbuzie, A. J., & Turner, L. A. (2007). Toward a Definition of Mixed Methods Research. *Journal of Mixed Methods Research*, 1(2), 112–133. DOI: 10.1177/1558689806298224

Karhunen, P. (2017). *Closer to the Story? Accessibility and Mobile Journalism*. Reuters Institute: University of Oxford. Recuperado de <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Karhunen%2C%20Accessibility%20and%20Mobile%20Journalism.pdf>

López-García, X., Silva-Rodríguez, A., Vizoso-García, Á. A., Westlund, O., & Canavilhas, J. (2019). Mobile journalism: Systematic literature review. *Comunicar*, 27(59), 09–18. DOI: 10.3916/C59-2019-01

Maccise, D. L., & Marai, M. (2017). *Mobile Journalism*. Al Jazeera Media Training and Development Centre. Recuperado de [https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2018/mobile\\_journalism\\_english.pdf](https://institute.aljazeera.net/sites/default/files/2018/mobile_journalism_english.pdf)

Marshall, T. (2008, 21 de julho). The Changing Newsroom. *Pew Research Center*. Recuperado de [www.journalism.org/2008/07/21/the-changing-newsroom-2/](http://www.journalism.org/2008/07/21/the-changing-newsroom-2/)

Mills, J., Egglestone, P., Rashid, O., & Väättäjä, H. (2012). MoJo in action: The use of mobiles in conflict, community, and cross-platform journalism. *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies*, 26(5), 669–683. DOI: 10.1080/10304312.2012.706457

Newman, N., Fletcher, R., Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). *Digital News Report 2019*. Reuters Institute. University of Oxford. Recuperado de [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR\\_2019\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/inline-files/DNR_2019_FINAL.pdf)

Perreault, G., & Stanfield, K. (2018). Mobile Journalism as Lifestyle Journalism? *Journalism Practice*, 13(3), 331–348. DOI: 10.1080/17512786.2018.1424021

Quinn, S. (2009). MoJo – Mobile Journalism in the Asian Region. *Konrad-Adenauer-Stiftung*. Recuperado de [www.ired.org/modules/infodoc/files/english/mojo\\_mobile\\_journalism\\_in\\_the\\_asian\\_region.pdf](http://www.ired.org/modules/infodoc/files/english/mojo_mobile_journalism_in_the_asian_region.pdf)

Quivy, R., & Campenhoudt, L. Van. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais* (4ª ed.). Lisboa: Gradiva.

Rodrigues, L. P., Baldi, V., & Gala, A. (2020). Jornalismo móvel e novas formas de produzir conteúdo jornalístico. *Atas da 4ª Conferência Internacional de Design e Comunicação Digital (Digicom 2020)*. Barcelos, Portugal: Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA). Recuperado de [https://digicom.ipca.pt/docs/DIGICOM2020-Atas\\_PT-ES.pdf](https://digicom.ipca.pt/docs/DIGICOM2020-Atas_PT-ES.pdf)

Satuf, I. (2015). Jornalismo móvel: Da prática à investigação acadêmica. In J. Canavilhas & I. Satuf (Orgs.), *Jornalismo para Dispositivos Móveis: Produção, distribuição e consumo* (pp.441–468). Covilhã: LabCom.

Settle, M. (2018, 08 de fevereiro). How to improve your mojo skills by sacrificing a latte. *BBC Academy Blog*. Recuperado de [www.bbc.co.uk/blogs/academy/entries/fafb0b78-b9cf-4218-81ec-b3f109d85225](http://www.bbc.co.uk/blogs/academy/entries/fafb0b78-b9cf-4218-81ec-b3f109d85225)

Shaw, D. (2018, 31 de agosto). My Mojo Diet: Two years on. *BBC Academy Blog*. Recuperado de [www.bbc.co.uk/blogs/academy/entries/7bd621af-5e57-47a5-a809-5463baa4f53b](http://www.bbc.co.uk/blogs/academy/entries/7bd621af-5e57-47a5-a809-5463baa4f53b)

Shoulderpod. (s.d). What is mobile journalism. Recuperado de [www.shoulderpod.com/mobile-journalism](http://www.shoulderpod.com/mobile-journalism)

Silva, F. F. (2013). *Jornalismo Móvel Digital: uso das tecnologias móveis digitais e a reconfiguração das rotinas de produção da reportagem de campo* [tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia]. Repositório Institucional da Universidade Federal da Bahia.

Steensen, S., & Westlund, O. (2020). *What is Digital Journalism Studies?* London: Routledge. DOI: 10.4324/9780429259555

Stockemer, D. (2018). *Quantitative Methods for the Social Sciences: A Practical Introduction with Examples in SPSS and Stata*. Cham: Springer. DOI: 10.1007/978-3-319-99118-4

*The benefits of mobile Journalism*. (s.d). Mobile Journalism Manual. Recuperado de [www.mojo-manual.org/benefits-of-mobile-journalism/](http://www.mojo-manual.org/benefits-of-mobile-journalism/)

Tompkins, A. (2009, 24 de agosto). New Mexico Reporter Uses iPhone & Qik to Broadcast Live Story. *Poynter*. Recuperado de [www.poynter.org/reporting-editing/2009/new-mexico-reporter-uses-iphone-qik-to-broadcast-live-story/](http://www.poynter.org/reporting-editing/2009/new-mexico-reporter-uses-iphone-qik-to-broadcast-live-story/)

*What is mobile journalism?*(s.d). Mobile Journalism Manual. Recuperado de [www.mojo-manual.org/understanding-mobile-journalism/](http://www.mojo-manual.org/understanding-mobile-journalism/)

Urlbauer, L. (2019, 13 de abril). How Solutions Journalism gave BBC's Dougal Shaw a beat. *The Whole Story*. Recuperado de <https://thewholestory.solutionsjournalism.org/how-solutions-journalism-gave-dougal-shaw-a-beat-e696906da63e>

Westlund, O. (2015). News consumption in an age of mobile media: Patterns, people, place, and participation. *Mobile Media and Communication*, 3(2), 151–159. DOI: 10.1177/2050157914563369

Westlund, O. (2019). Mobile Journalism. In T. P. Vos & F. Hanusch (Orgs.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies* (pp.1–8). Oxford: Wiley-Blackwell. DOI: 10.1002/9781118841570.iejs0191

**LUIS PEDRO RIBEIRO RODRIGUES.** Mestre em Comunicação Multimedia pela Universidade de Aveiro e licenciado em Comunicação Social – Jornalismo pela Universidade Federal Fluminense. Pesquisador no projeto europeu Erasmus+ PAgES, dentro do centro de pesquisa DigiMedia. Colaboração no artigo: concepção do desenho da pesquisa; desenvolvimento da discussão teórica; coleta e análise dos dados; redação do manuscrito; apoio na revisão de texto. E-mail: luispedrorr@ua.pt

**VANIA BALDI.** Docente no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro, membro da Comissão Executiva do Centro de Investigação em Média Digitais e Interação (DigiMedia), possui a Qualificação Científica Nacional como Professor Associado no sistema de ensino superior italiano. Doutor em Ética e Antropologia pela Universidade do Salento, é editor da OBS\* Observatório Journal. Colaboração no artigo: desenvolvimento da discussão teórica; apoio na revisão de texto. E-mail: vbaldi@ua.pt

**ADELINO DE CASTRO OLIVEIRA SIMÕES GALA.** Pós-doutorado no Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro na área de Novas Tecnologias da Comunicação. Doutor em Tecnologias de Inteligência e Design Digital pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo no ramo de Aprendizagem e Semiótica Cognitiva. Pesquisador no projeto europeu Erasmus+ PAgES. Colaboração no artigo: desenvolvimento da discussão teórica; apoio na revisão de texto. E-mail: adelinogala@gmail.com

Dois pareceres utilizados na avaliação deste artigo podem ser acessado em: <https://osf.io/md7b3/> e <https://osf.io/2bvW9/> | Seguindo a política de ciência aberta da BJR, os avaliadores autorizaram a publicação dos pareceres e a divulgação de seus nomes.