Universidade de São Paulo
Escola de Comunicações e Artes
Programa de Pós Graduação em Ciências da Comunicação

CLÁUDIA DO CARMO NONATO LIMA

Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação:
em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho
jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão

**São Paulo
2015**

CLÁUDIA DO CARMO NONATO LIMA

Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação:
em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho
jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão

Tese apresentada ao Programa de
Pós- Graduação em Ciências da Comunicação
para obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.
Área de Concentração: Teoria e Pesquisa em Comunicação.

Orientadora: Profa. Dra. Roseli Figaro.

São Paulo
2015

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Lima, Cláudia do Carmo Nonato

Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: Em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão / Cláudia do Carmo Nonato Lima, -- São Paulo: C. C. N. Lima, 2015.

250 p.: il.

Tese (Doutorado) - Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Orientadora: Roseli Figaro

Bibliografia

1. comunicação 2. jornalistas blogueiros 3. jornalismo 4. mundo do trabalho 5. blogs I. Figaro, Roseli II. Título.

CDD 21.ed. - 070

FOLHA DE APROVAÇÃO

LIMA, Claudia do Carmo Nonato

Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão

Tese apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Doutor em Ciências da Comunicação.

Aprovado em: 14/04/2015

Banca examinadora:

Profa. Dra. Roseli Figaro (orientadora – Universidade de São Paulo)

Profa. Dra. Sylvia Moretzsohn (Universidade Federal Fluminense)

Prof. Dr. Sergio Amadeu da Silveira (Universidade Federal do ABC)

Prof. Dr. Dennis de Oliveira (Universidade de São Paulo)

Profa. Dra. Maria Cristina Castilho Costa (universidade de São Paulo)

Ao Arthur, esteja onde estiver.

Agradecimentos

Ao César: pelo amor, companheirismo e parceria de todas as horas;

Aos meus pais, Ignez e Nonato; pelo incentivo, apoio e amor incondicional de toda a vida;

À Roseli Figaro, minha orientadora, que além de professora, conselheira e incentivadora intelectual foi, acima de tudo, amiga, durante esses longos anos de convivência.

Aos colegas do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), pelas trocas intelectuais, angústias, apoio e incentivos: Rafael Grohmann, Claudia Rebechi, Edilma Rodrigues, Sergio Picciarelli Junior, Luciana Félix, Olivia Bulla, Janaína Visibeli e Júlio Arantes.

Às professoras Maria Cristina Castilho Costa e Elizabeth Saad Corrêa, pelas preciosas contribuições sugeridas durante o exame de qualificação;

Aos professores do Departamento de Comunicações e Artes (CCA), da ECA/USP, pela atenção, conversas de corredor, sugestões e palavras de incentivo, especialmente Ricardo Alexino Ferreira, Maria Aparecida Baccega, Adilson Citelli e Ismar de Oliveira Soares;

À Universidade de São Paulo, pela estrutura, apoio intelectual e financeiro; e, especialmente aos funcionários do CCA e do PPGCOM, que sempre me receberam com carinho e atenção;

Aos meus irmãos, sogros, cunhadas, tios, sobrinhos, primos e amigos, pelo apoio e compreensão nas ausências dos últimos tempos;

Aos jornalistas blogueiros que fizeram parte dessa pesquisa, especialmente Luís Nassif e Altamiro Borges, que gentilmente me concederam entrevistas;

E, por último, mas não menos importante, à CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Ensino Superior, pelos quatro anos de bolsa de estudos que me foram concedidos, e sem os quais eu não teria condições de realizar esse trabalho.

Enfim, agradeço a todos que acreditaram e sinceramente torceram por mim.

*Quem tem consciência para ter coragem
Quem tem a força de saber que existe
E no centro da própria engrenagem
Inventa contra a mola que resiste...*

*Quem não vacila mesmo derrotado
Quem já perdido nunca desespera
E envolto em tempestade, decepado
Entre os dentes, segura a primavera...*

(Primavera nos Dentes – João Ricardo e João Apolinário)

Resumo

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão**. 2015.250 f. Tese (Doutorado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2015.

Esta tese investiga e procura responder a duas hipóteses de pesquisa:

- a) Os profissionais do jornalismo estão migrando das mídias tradicionais (impresso, rádio e TV) para novas mídias, principalmente para os blogs.
- b) Os jornalistas adotaram e estão migrando para os blogs em busca de maior autonomia, independência, liberdade de expressão e realização profissional.

O referencial teórico que orientou este estudo conceitua o trabalho e a comunicação como atividade humana, ergológica (Schwartz), constitutiva da ontologia do ser social (Marx). O trabalho jornalístico é abordado a partir desse referencial teórico, para destacar como os processos produtivos nessa área profissional foram transformados pelas tecnologias, técnicas e organização diferenciadas das rotinas produtivas. Toma-se o conceito clássico de jornalismo e de sua deontologia e analisa-se seu desenvolvimento ao longo do século XX e início de XXI à luz das mudanças ocorridas a partir da globalização, do mundo do trabalho do jornalista e da organização das empresas de comunicação na contemporaneidade. Os valores humanistas que fundam o campo jornalístico são questionados em relação aos valores da sociedade de consumo, da informação e do espetáculo. Do ponto de vista metodológico, os procedimentos são: levantamento bibliográfico pertinente aos conceitos envolvidos e, também, o estudo empírico de casos e a observação de jornalistas experientes que migraram para os blogs como nova opção profissional. Como resultado, foi constatado que os jornalistas migraram para os blogs em busca de autonomia, entre outros motivos, mas encontraram obstáculos que os impede de exercer a plena liberdade de expressão no novo meio, como o cerceamento financeiro e o judicial. Além disso, estão em busca de novos arranjos econômicos que possibilite o pleno exercício da profissão nos blogs.

Palavras-chave: comunicação, jornalistas blogueiros; jornalismo; mundo do trabalho; blogs; liberdade de expressão

Abstract

LIMA, Claudia Carmo Nonato. **Journalists, bloggers, communication migrants: in search of new economic arrangements for journalistic work with greater autonomy and freedom of expression**. 2015. 250 p. Thesis (PhD in Communication Sciences) - School of Communication and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 2015.

This thesis investigates and seeks to answer two research hypotheses:

a) The journalism professionals are migrating from traditional media (print, radio and TV) to new media, especially for blogs.

b) Journalists have adopted and are migrating to blogs in search of greater autonomy, independence, freedom of expression and professional achievement.

The theoretical framework that guided this study conceptualizes the work and communication as a human activity, ergologic (Schwartz), a constituent of the ontology of social being (Marx). The journalistic work is approached from this theoretical framework, to highlight how the production processes in this professional area were transformed by technology, techniques and differentiated organization of productive routines. One takes the classical concept of journalism and its ethics and analyzes its development throughout the twentieth century and early twenty-first in the light of the changes brought about by the globalization, the journalist's job in the world and the organization of communication companies in the contemporaneity. The humanist values that founded the journalistic field are questioned in relation to the values of the consumer society, information and spectacle. From a methodological point of view, the procedures are: relevant literature to concepts involved and also the empirical case studies and observation of experienced journalists who migrated to blogs as a new career option. As a result, it was found that journalists migrated to the blogs in search of independence, among other reasons, but found obstacles that prevent them from exercising full freedom of expression in the new medium, as the financial restriction and the judicial. They are also looking for new economic arrangements that will allow the full exercise of the profession in blogs.

Keywords: communication, bloggers journalists; journalism; work; blogs; freedom of expression.

Relação de Quadros

Tabela 1 – Fonte: Quadros, Rosa e Vieira (2005, p. 6)

Tabela 2 – Matriz para tipificação dos blogs

Tabela 3 – Reprodução Alex Primo (2008)

Tabela 4 – Tipos de jornalistas blogueiros (Cláudia Nonato, 2014)

Tabela 5 – Linha do tempo: os casos mais conhecidos de processos contra blogueiros nos últimos dez anos

Relação de Imagens

Imagem 1 – Reprodução coluna *Link* (O Estado de S. Paulo)

Imagem 2 – Mapa mental da cibercultura (Alex Primo, 2008)

Imagem 3 – Blog do Josias (Reprodução)

Imagem 4 – Blog do Juca Kfourri (Reprodução)

Imagem 5 – Blog do Sakamoto (Reprodução)

Imagem 6 – Blog do Reinaldo Azevedo (Reprodução)

Imagem 7 – Balaio do Kotscho (Reprodução)

Imagem 8 – Blog do Noblat (Reprodução)

Imagem 9 – Blog Maria Frô (Reprodução)

Imagem 10 – Blog do Rovai (Reprodução)

Imagem 11 – Blog O Escrevinhador (Reprodução)

Imagem 12 – Blog Luís Nassif Online (Reprodução)

Imagem 13 – Blog Viomundo (Reprodução)

Imagem 14 – Blog Conversa Afiada (Reprodução)

Imagem 15 – Blog do Miro (Reprodução)

Imagem 16 – Blog do Altino Machado (Reprodução)

Imagem 17 – Miguel do Rosário (divulgação)

Imagem 18 – Blog O Cafezinho (Reprodução)

Imagem 19 – Reprodução Blog Conversa Afiada

Imagem 20 – Reprodução Blog Conversa Afiada

Imagem 21 – Reprodução Blog Conversa Afiada

Imagem 22 – Reprodução Blog Conversa Afiada

Imagem 23 – Reprodução de reportagem de O Globo, sobre a entrevista coletiva concedida pelo presidente Lula a blogueiros.

Imagem 24 – Reprodução do Twitter de comentários de Ricardo Noblat sobre a coletiva concedida por Dilma Rousseff a blogueiros progressistas.

Imagem 25 – Reprodução do último texto de Fábio Pannunzio em seu blog.

Imagem 26 – Viomundo (Reprodução)

Imagem 27 – Viomundo (Reprodução)

Imagem 28 – Site Catarse (Reprodução)

Imagem 29 – Site O Sujeito (Reprodução)

Imagem 30 – Site Mídia Ninja (Reprodução)

Imagem 31 – Site O Fluxo (Reprodução)

Imagem 32 – Site Ponte (Reprodução)

Imagem 33 – Site Ponte (Reprodução)

Imagem 34 – Site Agência Pública de Jornalismo Investigativo (Reprodução)

Imagem 35 - Site Agência Pública de Jornalismo Investigativo (Reprodução)

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO.....	15
INTRODUÇÃO - UM OLHAR PARA O JORNALISMO CONTEMPORÂNEO A PARTIR DO BINÔMIO COMUNICAÇÃO E TRABALHO.....	20
CAPÍTULO 1 – PROCESSOS GLOBAIS DE REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA E DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: O MIGRANTE DA COMUNICAÇÃO.....	42
1.1. A partir da globalização: aspectos econômicos, culturais e humanos.....	43
1.2. A globalização da Comunicação.....	49
1.2.1. A propagação dos meios e o surgimento das primeiras pesquisas.....	49
1.2.2. A emergência dos grandes conglomerados e da sociedade do espetáculo.....	56
1.3. A reestruturação produtiva do mundo do trabalho a partir da globalização.....	60
1.4. O migrante da Comunicação.....	67
CAPÍTULO 2 – A SOCIEDADE EM REDE: NOVAS RELAÇÕES DE VALOR, PODER E CONTROLE.....	72
2.1. A era tecnológica e a sociedade da informação.....	73
2.2. Trabalho e valor na Sociedade em Rede.....	78
2.2.1. Reputação, credibilidade e visibilidade na rede: a “mais valia 2.0”	83
2.3. Redes sociais: novos dispositivos de controle e de resistência na contemporaneidade.....	87
2.3.1. Liberdade de expressão, liberdade de imprensa e censura.....	100
2.3.2. A censura à imprensa no Brasil.....	107
CAPÍTULO 3 – JORNALISTAS: MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO E A BUSCA POR NOVOS ARRANJOS ECONÔMICOS.....	114
3.1. Mudam o perfil, o modo de trabalhar e de produzir as notícias.....	115
3.2. Os jornalistas e as <i>dramáticas do uso de si pelos outros</i>	123
3.3. Novos arranjos comunicacionais e econômicos: a busca por alternativas.....	125
3.4. A adoção dos blogs como veículo jornalístico.....	129
3.4.1. Blogs: origem e conceitos.....	131
3.4.2. Os gêneros de blogs.....	134
3.4.3. Os jornalistas e a apropriação do novo veículo.....	138
3.4.4. O desafio de ter um blog.....	142
3.4.5. A ética do blogueiro é a ética do jornalista.....	146
3.5. Os jornalistas blogueiros.....	147

CAPÍTULO 4 – JORNALISTAS BLOGUEIROS E A CONSTRUÇÃO DA CONTRA HEGEMONIA.....	169
4.1. Jornalistas blogueiros, alternativos e ativistas.....	171
4.1.1. Por que ter um blog?	173
4.1.2. Como trabalham os blogueiros.....	175
4.1.3. O critério da notícia.....	177
4.1.4. A equipe e o tempo dedicado ao blog.....	178
4.1.5. A relação com os leitores.....	180
4.1.6. A liberdade proporcionada pelo blog.....	183
4.1.7. Os meios de subsistência.....	185
4.2. Redes de conexão e partidarismo – a formação da mídia contra hegemônica.....	190
4.2.1. A organização do grupo progressista.....	195
4.2.2. A proximidade com o governo.....	197
4.2.3. A luta pela democratização da mídia e das verbas publicitárias.....	201
4.3. A defesa da liberdade de expressão.....	203
4.4. Os arranjos econômicos alternativos.....	211
4.4.1. O crowdfunding.....	213
4.4.2. Os midiativistas e os midialivristas.....	216
4.4.3. O colaborativismo: coletivos de jornalistas.....	219
 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	 226
 REFERÊNCIAS.....	 234

APRESENTAÇÃO

Estamos no início de 2015, ainda à luz de 2014, um ano ímpar para a história do país, que sediou a sua segunda Copa do Mundo em meio a divergências, manifestações, obras, mudanças políticas, sociais e urbanas. Enquanto o Brasil era vergonhosamente desclassificado nas semifinais, perdendo de sete a um para a Alemanha, do outro lado do mundo palestinos eram dizimados por israelenses na Faixa de Gaza, guerra que foi valorizada pela mídia brasileira somente depois do encerramento do torneio de futebol.

Este também foi um surpreendente ano eleitoral, em que um dos candidatos à presidência da República, Eduardo Campos, do Partido Socialista Brasileiro (PSB), morreu em um acidente aéreo no litoral de São Paulo, reconfigurando o cenário eleitoral dois meses antes das eleições. O segundo turno, marcado pela disputa entre os partidos PSDB e PT, representados pelos candidatos Aécio Neves e Dilma Rousseff, aflorou a rivalidade entre Norte/Nordeste e Sul/Sudeste do país: com um discurso de preconceito e ódio, eleitores destilaram durante os meses de campanha o seu veneno pelas redes sociais.

No início de dezembro, a Comissão Nacional da Verdade (CNV) entregou para a presidenta Dilma Rousseff o relatório final, que traz as conclusões de dois anos e sete meses de investigações sobre crimes cometidos por agentes de Estado durante a ditadura militar no país. Foram 1117 depoimentos e 434 vítimas, entre mortos e desaparecidos por violações de direitos humanos. Os militares entraram com uma ação judicial e tentaram, sem sucesso, impedir a divulgação do documento. E, embora o documento apresente mais de 300 nomes de agentes, acusados de delitos como mortes, torturas, estupros e desaparecimentos de corpos, ninguém será punido. Tal decisão gerou um grande debate na mídia.

Para encerrar este atípico 2014, ainda em dezembro, o mundo foi surpreendido com a notícia que os Estados Unidos estavam reatando as relações com Cuba, depois de mais de cinquenta anos de interrupção diplomática. E, logo no início de 2015, um violento ataque à redação do jornal *Charlie Hebdo*, em Paris, matou doze pessoas, sendo cinco jornalistas, reacendeu o debate sobre os limites da liberdade de expressão.

Todos os eventos descritos anteriormente, e também uma série de manifestações ocorridas no Brasil a partir de junho de 2013, trazem um protagonista comum: as redes sociais, que são o reflexo do nosso tempo, representado pelos telefones móveis e *smartphones*. As informações compartilhadas pelo *Twitter*, *Facebook* e *Instagram*, entre outras, foram potencializadas pelo debate público. Vivemos uma era de valorização do tempo e da informação, do pouco contato pessoal e de extremo contato virtual; do controle e vigilância das mídias, do jornalismo cidadão, do leitor que não tem medo de criticar e elogiar, do patrulhamento. Tempos complexos esses.

Quando preparamos o projeto para a nossa tese de doutorado, ainda em 2010, pensamos nos blogs apenas como uma nova “ferramenta” de produção para os jornalistas. Havíamos finalizado a dissertação de mestrado, em que traçamos um histórico e mostramos as mudanças no perfil e nos métodos produtivos dos jornalistas nas últimas décadas, principalmente a partir do surgimento das tecnologias digitais. Nesse cenário, entendíamos o blog como um caminho de “renovação” para os jornalistas, por sua facilidade de acesso, liberdade criativa e interatividade com os leitores, entre outros fatores. Nos últimos anos, no entanto, notamos que essa relação (a princípio, apenas instrumental) entre jornalistas e blogs se intensificou. A sensação de autonomia, de fazer um jornalismo ético e comprometido com os princípios da profissão, como há muito não se via, desvinculado do poderio das empresas de comunicação, conquistou os profissionais que se sentiram livres para produzir; mas logo notaram que o custo dessa conquista era alto, e nem todos os jornalistas poderiam pagar. A partir do momento em que os blogueiros - principalmente aqueles jornalistas com carreira já consolidada, com e sem vínculo com portais de grandes grupos de comunicação - passaram a utilizar o blog não só como meio de sobrevivência, mas também como instrumento para a denúncia, começaram a surgir problemas como patrulhamento, tentativas de controle por parte de empresas de comunicação, cerceamento financeiro e censura. Problemas que não são recentes, mas que trouxeram à tona novos debates para a sociedade: nunca se falou tanto em liberdade de expressão como agora. Além disso, ao divulgarem os seus problemas publicamente, os jornalistas blogueiros ganharam destaque, sendo, inclusive, rotulados como os atuais

defensores da liberdade de expressão, por fazerem um jornalismo, em alguns casos, contra hegemônico e alternativo, diferenciado da mídia tradicional.

Esse desejo de mudança do comunicador-jornalista é consequência de um longo processo de transformações que ocorreram na profissão, a partir do surgimento das novas tecnologias, da reorganização do mundo do trabalho, da valorização da Comunicação e da Informação na sociedade contemporânea. Essas transformações também alteraram as relações de poder das empresas de comunicação que, a partir da internet e das redes sociais, se configuraram em deslocamentos de sentidos e em novas práticas de controle, liberdade de expressão e censura; temas que pensávamos estar adormecidos em um passado recente marcado pela Ditadura Militar, mas que, a nosso entender, precisam ser rediscutidos e realocados na atualidade.

Tais conflitos nos remeteram a diversas dúvidas, as quais procuramos responder no decorrer dessa tese: por que os jornalistas migraram para os blogs? O blog é um meio jornalístico? Os blogs mudaram o modo de produzir jornalismo? Os jornalistas encontraram a independência e a liberdade de expressão nos blogs?

Para responder a essas e a outras questões que surgiram ao longo do processo, contamos com um vasto material deixado pelos próprios jornalistas. Ao afirmar que “é oportuno pensar como parte da imprensa escreve para si sua própria memória desse tempo”, Beatriz Kushnir (2004, p.50) ainda não estava referindo-se à internet, mas a frase aqui nos cabe perfeitamente. Os jornalistas ainda cumprem o seu papel de cronistas da história, pois escrevem em seus próprios blogs a sua trajetória, alegrias e insatisfações encontradas durante o trabalho como blogueiros; por outro lado, sites especializados na profissão, como *Observatório da Imprensa*, *Comunique-se* e *Portal IMPRENSA*, entre outros, procuram divulgar, comentar, analisar e discutir a atualidade do jornalismo. Essa combinação nos forneceu um material complexo e atual, que contribuiu e ajudou a responder as nossas dúvidas.

Desse modo, a tese está dividida em cinco capítulos. O capítulo introdutório justifica a nossa fundamentação teórico-metodológica do binômio Comunicação e Trabalho, discutindo os conceitos de Comunicação, de Linguagem e de Trabalho, sob a perspectiva da Teoria do Valor (Marx) e da Ergologia (Schwartz), mediações que nos ajudaram a refletir a respeito dos problemas enunciados da pesquisa.

O primeiro capítulo parte da globalização para fazer uma revisão de temas *macro*, articulados à questão econômica, eixo da nossa pesquisa. Para tanto, nos apoiamos em teóricos clássicos, como Otávio Ianni, Anthony Giddens, John Thompson, Renato Ortiz, Stuart Hall e Eric Hobsbawm, entre outros, para entender as mudanças que ocorreram na área da Comunicação. O mundo do trabalho contemporâneo foi abordado com aporte da Sociologia do Trabalho, que nos ajudou a refletir e a analisar o “migrante da comunicação”, o personagem, o comunicador que vivencia essas transformações.

O segundo capítulo trata da sociedade em rede. Optamos por utilizar a nomenclatura adotada por Manuel Castells (1999), por considerarmos que o catalão foi um dos autores que melhor abarcou a complexidade do tema, a partir das ciências humanas e da comunicação. Embora alguns assuntos daqui já tenham sido bastante debatidos, foram necessários para introduzirmos as novas formas de trabalho e também os valores da sociedade em rede, como a reputação, a credibilidade, e a visibilidade, entre outras. Neste capítulo também discutimos as transformações nas relações econômicas e sociais, por conta das redes sociais, além dos novos dispositivos de poder, de censura e de resistência na contemporaneidade.

Os jornalistas e as recentes mudanças no perfil profissional e no modo de produzir as notícias, são o tema do terceiro capítulo, que apresenta o blog como uma das alternativas encontradas por esses profissionais para produzirem jornalismo digital e, em alguns casos, independente dos grandes grupos de comunicação. Além disso, aqui estão detalhados os quinze jornalistas selecionados para compor o nosso objeto de estudo.

No quarto e último capítulo, fazemos uma análise contextualizada das entrevistas dos blogueiros selecionados no capítulo anterior, mostrando que os jornalistas levam para os blogs o mesmo profissionalismo e ética adotados ao longo da carreira; os problemas financeiros e judiciais, a divisão entre hegemônicos e contra hegemônicos, a organização do grupo progressista, a luta pela democratização da mídia e, por fim, os arranjos econômicos encontrados por esses profissionais para a sobrevivência deles e dos blogs.

Esperamos, com essa pesquisa, contribuir para um melhor entendimento do papel do jornalista na sociedade contemporânea, mostrando que esses profissionais estão

sempre se (re)inventando. E, embora tenhamos os principais meios de comunicação dominados por grupos econômicos hegemônicos na área de mídias, é possível romper barreiras e exercer um jornalismo comprometido com a notícia com valor social, de interesse público, produzida com o compromisso de um Brasil mais democrático e igualitário.

Em tempo: eu não tenho um blog. Essa talvez seja a resposta que mais dei nos últimos quatro anos, por conta da minha pesquisa. Optei por manter a “distância do pesquisador”, mas a partir de agora é bem possível que eu crie um. Porque, assim como os jornalistas blogueiros destacados nesta tese, passei a acreditar nessa ferramenta como um poderoso instrumento de democratização da informação, embora ainda tenhamos um longo percurso a percorrer, como veremos a seguir.

INTRODUÇÃO

Um olhar para o jornalismo contemporâneo a partir do binômio Comunicação e Trabalho

Essa tese foi elaborada a partir da proposta teórico-metodológica de aproximação entre Comunicação e Trabalho. A abordagem Ergológica (Yves Schwartz) é utilizada como interface que entrelaça os diferentes aspectos da pesquisa. Tal abordagem se justifica pelo fato de a comunicação ser fundamento da atividade humana e dos processos de trabalho. Desta forma, recusamos a simplificação que trata a comunicação como sinônimo de transmissão de informação, como *mídia* ou *dispositivo tecnológico*. Essa hipótese teórica permite-nos estudar as relações de comunicação no mundo do trabalho e, em nosso caso específico, como os jornalistas têm enfrentado os desafios profissionais na sociedade contemporânea.

O mundo do trabalho é peça fundamental para o estudo de diversas faces das relações humanas e lugar de mediação e de construção de subjetividade. É espaço de relações interpessoais, de troca de sociabilidades, identidades e autoestima. Para Figaro, “o trabalho, tanto como ação humana (pela defesa e sobrevivência) quanto atividade econômica, ao apoderar-se do conceito de comunicação, trouxe a revolução dos meios, dos métodos, das tecnologias e das relações a que estamos vivenciando na contemporaneidade” (2005, p. 142). Ainda segundo a autora (2012), ao discutirmos e ampliarmos o conceito de trabalho, podemos analisá-lo como atividade humana, o que nos permite, a partir da perspectiva Ergológica, problematizar o objeto de estudo de maneira mais complexa, destacando a relevância dos sujeitos na transformação social. Nesta perspectiva, reconhecer o trabalho como atividade humana significa romper a visão positivista e que entende o trabalho apenas como racionalidade técnica, restrito, nas sociedades capitalistas, ao conceito de *emprego* ou de *profissão*.

Comunicação e trabalho é um binômio criado para ressaltar o aspecto ontológico que ambos os conceitos partilham, e para permitir aos pesquisadores do campo da Comunicação indagar como as mudanças econômicas, tecnológicas e culturais são identificadas pelas relações de comunicação no mundo do trabalho. Para

um estudo de comunicação ou de mudança nos padrões de comunicação na sociedade de maneira geral, é fundamental que se estude as relações de comunicação no mundo do trabalho, pois é nesse “mundo” que as transformações se dão com maior intensidade, o trabalho adquire outros sentidos, os processos de comunicação para a organização da produção se diversificam e influenciam as transformações nas formas de trabalhar e de se relacionar socialmente.

Neste capítulo introdutório, detalhamos nossas hipóteses de estudo, o objeto de nossas questões e a metodologia adotada para auxiliar na elaboração da tese. Em seguida, esclarecemos os principais pressupostos conceituais que balizam nossa abordagem de comunicação e trabalho no tratamento dos jornalistas migrantes da comunicação. Para termos um melhor entendimento dessas mediações, abordamos os conceitos de Comunicação e Linguagem e de Trabalho, sob a perspectiva da Teoria do Valor (Karl Marx) e da Ergologia (Yves Schwartz), que nos ajudarão a refletir a respeito dos problemas enunciados para a pesquisa.

Objeto de Estudo e Corpus de Análise

O nosso objeto de estudo são os jornalistas blogueiros. A partir desse grupo, pretendemos provar as seguintes hipóteses: a) Os profissionais do jornalismo com vasta experiência na profissão estão migrando para novas mídias, principalmente para blogs independentes; e b) Jornalistas experientes migram para os blogs em busca de maior autonomia, liberdade de expressão e realização profissional.

Diante da observação, levantamento documental e bibliográfico, constatamos que a maior parte das categorizações acadêmicas que foram feitas até aqui, partiram do *blog* como referência e distinção, e não do *blogueiro*. Decidimos, então, para melhor condução da nossa tese, criar uma nova categorização, baseada na raiz econômica da questão. Da tipologia sugerida por Alex Primo (2010), consideramos os blogs jornalísticos como *profissionais reflexivos* e dividimos os blogueiros em duas categorias: *Dependentes e Independentes*, sendo que os primeiros possuem os blogs vinculados a portais, sendo funcionários ou contratados de grandes empresas de comunicação; e os *Independentes* dividem-se em duas subcategorias, *ligados* ou *não* a portais.

Para compor o nosso objeto foi necessário, primeiramente, organizar um grupo, cujo critério inicial de escolha foi: a credibilidade, a quantidade de acessos, além da localização geográfica e econômica dos jornalistas blogueiros. Foram selecionados jornalistas que já possuíam uma trajetória consolidada no meio tradicional (impresso, radiofônico, televisivo), que migraram para os blogs, conseguindo manter nesse meio, a boa reputação e visibilidade. Também procuramos selecionar blogueiros melhor posicionados em rankings de acesso a sites de busca especializados em blogs, como o *Alexia* e o *Technorati*, mas essa estratégia tornou-se inviável, pois esses sites não fazem um trabalho de busca detalhada por países, o que dificultou a busca por *blogs de jornalistas* ou *jornalistas blogueiros brasileiros*.

Desse modo, além de selecionar os blogueiros pela carreira bem consolidada optamos por, ao longo de quatro anos de acompanhamento e observação, selecionar também aqueles que eram mais ativos, citados e compartilhados em redes sociais, mesclando no grupo selecionado jornalistas contratados por empresas de comunicação e independentes. Chegamos a um total de quinze jornalistas: Josias de Souza, Juca Kfourir, Leonardo Sakamoto, Reinado Azevedo, Ricardo Kotsho e Ricardo Noblat (Dependentes – ligados a portais de grandes grupos de comunicação); Conceição Oliveira, Renato Rovai, Rodrigo Vianna, Luís Nassif, Luiz Carlos Azenha e Paulo Henrique Amorim (Independentes ligados a portais também independentes); Altamiro Borges, Altino Machado e Miguel do Rosário (Independentes sem ligação com portais). Vale destacar que, em relação ao gênero, o número de jornalistas blogueiras ainda é pequeno, em comparação aos homens, mas destacamos a presença de Conceição Oliveira no grupo.

Trata-se, portanto, de um estudo empírico de caso, que se justifica por ser “uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas” (Yin, 1989, p. 23). Segundo o autor, “os estudos de caso representam a estratégia preferida quando se colocam questões do tipo *como* e *por que*”; sendo comumente apontado como o método mais adequado para pesquisas exploratórias e particularmente útil para a geração de hipóteses.

Além disso, nossas opções metodológicas estão diretamente ligadas às fundamentações teóricas, que serão articuladas a partir das hipóteses formuladas. Desse modo, optamos por utilizar também a análise documental, que compreende, segundo Sonia Moreira (2008, p. 272), “a identificação, a verificação e a apreciação de documentos para determinado fim”. Segundo ela, no caso da pesquisa científica, a análise documental é, ao mesmo tempo, método, “porque pressupõe o ângulo escolhido como base de uma investigação”; e técnica, “porque é um recurso que complementa outras formas de obtenção de dados, como a entrevista e o questionário”.

Portanto, embora não seja tradicional no campo da comunicação, consideramos a análise documental como um método adequado para este trabalho, por utilizar no resgate histórico dos meios de comunicação, “personagens ou períodos e fontes como acervos de impressos, documentos oficiais, técnicos ou pessoais” (idem). Em nosso caso, tomamos a liberdade de fazer uma adaptação e compor o nosso acervo a partir de artigos e publicações coletados na internet, em revistas científicas, sites e blogs específicos. Por meio dessas publicações, temos condições de acompanhar toda a (rápida) movimentação da internet no que se refere à blogosfera (notícias, pesquisas, publicações), o que também nos ajuda a entender o formato, o processo de produção e as relações existentes no meio.

A análise documental é utilizada para verificar o teor e o conteúdo do material selecionado para análise, normalmente qualitativo; as fontes são de origem secundária, como a mídia impressa, eletrônica e relatórios técnicos. A autora cita os problemas enfrentados – dados imprecisos, falhas de coleta ou incompletos – como uma das desvantagens no uso do material secundário, além da localização das fontes. No caso da internet, tivemos a preocupação de buscar informações em sites confiáveis, além de confirmar e checar as informações em diversas fontes. “A análise crítica de todo esse material encontrado constitui importante fio condutor para a memória de eventos, pessoas, contextos” (Moreira, 2008, p.274). Além disso, a consulta a esses acervos pode estimular novas visões e abordagens, possibilitando “o desenvolvimento quase autônomo do tema a partir dos dados encontrados nos arquivos pesquisados, o que reside um atributo fascinante da análise de documentos”, completa.

Sendo assim, a pesquisa foi desenvolvida a partir do levantamento e análise documental e bibliográfica. O levantamento documental foi feito a partir de:

- a) Artigos de sites especializados: *Observatório da Imprensa*, *Portal IMPRENSA* e *Comunique-se*;
- b) Artigos de revistas científicas na área de comunicação;
- c) Publicações disponíveis em anais de congressos na área de comunicação;
- d) Pesquisas acadêmicas (dissertações e teses) na área de comunicação;
- e) Acompanhamento e observação da rotina dos jornalistas blogueiros, nos blogs e também no Twitter;
- f) Entrevistas de material primário e secundário.

A pesquisa bibliográfica foi feita em paralelo ao levantamento documental, com a pretensão de conhecer outras produções, teses e dissertações que analisem blogs, especialmente aqueles feitos por jornalistas. Para aprofundar temas e perspectivas teóricas, procuramos referências nas áreas de sociologia, teorias da comunicação; sociologia do trabalho, ergologia; história das mídias e do jornalismo e história da censura, entre outros. Para analisar os discursos de nossa pesquisa, optamos por uma análise contextualizada.

A segunda etapa da nossa categorização serviu para visualizar onde realmente estão os blogueiros independentes (do ponto de vista econômico) e, dentro desse grupo, fazer as entrevistas. A entrevista foi escolhida como corpus deste trabalho não apenas por fazer parte do cotidiano de pesquisadores e jornalistas, mas por objetivar o inter-relacionamento humano e a troca de informações através de um contato face a face, numa situação de comunicação direta. Fávero e Andrade (2006, pág. 155) classificam a entrevista como uma técnica de interação social, e “por meio dela, busca-se uma interpenetração informativa que visa a quebrar isolamentos sociais, grupais, individuais; pode ainda servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação.”

As autoras colocam a entrevista, enquanto gênero jornalístico, como “uma técnica eficiente na obtenção de respostas pré-pautadas por um questionário”. Mas ressaltam que as relações entre entrevistador e entrevistado não atingem o diálogo em sua plenitude, dificultando a interação. Entretanto, quando ambos conseguem

transmitir autenticidade e emoção nas perguntas e respostas, conseguem atingir e até interagir com a audiência (leitor ou telespectador). Durante uma entrevista, os papéis de interação são duplos: entrevistador e entrevistado ora são cúmplices, porque procuram informar e convencer o público; ora são oponentes, porque procuram conquistar esse mesmo público. Nesse caso, o foco da análise estará apenas nas respostas do entrevistado.

Com as entrevistas, além das diferentes fontes de financiamento, tivemos a possibilidade de descobrir se, mesmo dentro de uma mesma categoria, as rotinas de trabalho e os gêneros do discurso jornalístico são diferentes. As perguntas foram em torno de como é o dia a dia do jornalista blogueiro, como ele faz a pauta, quais são suas fontes, anunciantes, meios de subsistência, horários de trabalho. A partir daí, pudemos verificar a aproximação (ou não) entre os blogueiros, do ponto de vista do discurso.

Finalmente, para chegar à liberdade de expressão, precisávamos saber se realmente havia maior ou menor liberdade para esse jornalista blogueiro trabalhar. Verificamos que muitos deles têm problemas com processos judiciais, o que acarreta uma censura judicial e econômica. Também procuramos descobrir o porquê da escolha dos blogs para exercer essa autonomia, que poderia ser em busca de independência, mas poderia ser também como uma nova experiência, fator que derrubaria a nossa hipótese. Verificamos, por fim, se a busca por essa independência foi mais política e ideológica que financeira.

Consideramos que o grupo é representativo para demonstrar as mudanças que estão ocorrendo no jornalismo contemporâneo em decorrência da Internet e das redes sociais. Estes jornalistas migraram para o novo meio com uma carreira já consolidada nos veículos tradicionais, conseguiram manter o seu público e ainda conquistaram novos leitores. Também é interessante notar como cada um desses jornalistas lida com o seu público leitor. O embate diário e direto com a audiência foi um dos desafios enfrentados por eles, assim como a adaptação ao novo modo de fazer e viver o jornalismo. Conseguiram liberdade diante das empresas de comunicação; parte deles exerce um jornalismo contra hegemônico, mas encontraram novas formas de censura e cerceamento à informação.

Comunicação e Linguagem

A comunicação é uma disciplina aberta, de caráter transdisciplinar, inserida em temáticas contemporâneas, como Tecnologias da Informação, Sociedade em Rede, tempo e espaço mediatizados. Nela estão presentes outras ciências humanas, possibilitando a identificação de novos temas, problemáticas e abordagens para a investigação científica. É também uma categoria organizadora dentro do conhecimento científico e, inserida em um conjunto mais amplo, tende à autonomia pela delimitação das fronteiras, da linguagem, técnicas e teorias. (Morin, 2000)

Aqui não nos interessa a abordagem da comunicação apenas como sinônimo de troca de informações, e sim a comunicação humana, aquela que ocorre entre seres humanos e entre ser humano e máquinas, ou seja, como característica constitutiva da atividade humana, aspecto que “efetiva-se pelas linguagens, sobretudo por meio da linguagem verbal” (Figaro, 2012, p.10). A linguagem é um aprendizado e uma experiência adquiridos na sociedade e em suas instituições. Como indivíduos/sujeitos, recebemos de gerações passadas uma cultura já pronta, transmitida principalmente pela linguagem verbal. Através de sua inserção na sociedade, o homem não aprende apenas a falar, mas também a pensar. É, segundo Figaro (2012, p.11), objeto privilegiado de estudo na área da comunicação, e “interessa a esse campo de conhecimento como enunciado produzido por sujeitos sociais e, de alguma maneira, está presente em todas as outras ‘linguagens’ (de forma híbrida e/ou sincrética; como organização e/ou planejamento)”.

Adam Schaff considera a linguagem “uma unidade verbal e mental” e, para ele, o pensamento humano “opera-se sempre numa língua determinada.” (1976, p.247). Baseado nesses conceitos, o filósofo considera linguagem como: a) condição necessária do pensamento; b) fator criador do processo de pensamento humano; c) não só constitui o ponto de partida social e a base do pensamento individual, mas “influencia também o ‘nível’ da abstração e da generalização deste pensamento”.

Vygotski (1974) afirma que o papel da linguagem no processo de comunicação é ativo, e a vê como expressão, parte da atividade que faz a ponte com a comunicação. Para Adilson Citelli, “a Comunicação, afora os aspectos empresariais ou técnico-

industriais, é fundamentalmente, linguagem sob diferentes configurações de códigos e signos” (2008, p. 14). A linguagem também é produtora e criadora de cultura, que vem a ser todo processo acumulado de ações do homem sobre a natureza. Para Maria Lourdes Motter (in Baccega e Costa, 2009, p.31), a linguagem é mediadora entre o ser e o mundo, e “diz mais do que aparenta o simples falar presente nas relações de sujeitos que dela fazem uso para suas trocas cotidianas. Ela é um índice de classificação social, define instâncias de poder, revela conflitos e ideologias.

A linguagem como atividade atravessa a Comunicação de diversas maneiras; vale destacar aqui que a linguagem também se faz presente na atividade do trabalho.

Atividade de linguagem e trabalho

A consciência é indissociável da linguagem e, a partir da psicologia, Leontiev (2004, p. 92) afirma que, “como a consciência humana, a linguagem só aparece no processo de trabalho, ao mesmo tempo que ele” pois, tal como a consciência, “a linguagem é o produto da coletividade, o produto da atividade humana”. Para o autor, as ações do homem têm uma função produtiva e uma função de comunicação, o que faz com que “no trabalho os homens entram forçosamente em relação, em comunicação uns com os outros”.

Para o linguista Daniel Faïta, colocar em palavras a atividade é criar um meio próprio, é se apropriar do espaço e do tempo em que se trabalha. O autor afirma que a linguagem é a que mais se aproxima da atividade de trabalho e essa relação não é recente. “Chama-nos a atenção hoje em dia o contraste que existe entre, por um lado, o período taylorista, em que a injunção era praticamente obedecer e calar-se e, por outro, o período atual, em que, ao contrário, a injunção é comunicar, utilizar ao máximo a palavra trabalho”. (Schwartz e Durrive, 2007, p. 11).

Sobre a dimensão languageira em situações de trabalho, M. Cecília Pérez Souza-e-Silva cita a linguista Josiane Boutet (1997) para afirmar que a atividade de linguagem e a atividade de trabalho estão estreitamente ligadas, pois “ambas transformam o meio social e permitem trocas e negociação entre os seres humanos” (Souza-e-Silva e Faïta, 2002, p.61). Para ela, a partir da reestruturação industrial, as formas modernas de

organização do trabalho “não ficaram sensíveis à questão da linguagem e do trabalho”. Se antes os métodos de organização do trabalho procuravam elaborar dispositivos de controle da fala, como no taylorismo, hoje, com a automatização e a informatização dos meios de produção, os processos estão mudando, e “o funcionamento cotidiano e rotineiro nas diferentes organizações de trabalho baseiam-se cada vez mais nas atividades simbólicas” (Idem). Isso quer dizer que a comunicação ganha cada vez mais espaço no mundo do trabalho, seja por meio das atividades da fala, ou circulando em diferentes plataformas e até mesmo por meios virtuais (circulares jornais de empresa, e-mails, redes sociais, etc.). “Fala-se, cada vez mais, de comunicação externa e interna, de intercompreensão, de participação; neste contexto, o não-dito, a interpretação inadequada, a retenção de informações influem nas relações de trabalho”, explica. (Idem, p.61)

Abdallah Nouroudine (in Souza-e-Silva e Faïta, 2002, p.18) refere-se a Michèle Lacoste (1995) para discorrer sobre três modalidades de uso da linguagem: *como* trabalho, *no* trabalho e *sobre* o trabalho. Segundo ele, “trata-se de assinalar a unidade de seu emprego no âmbito da experiência antropológica em geral e, em particular, no âmbito da experiência de trabalho”. Roseli Figaro (2010) utilizou as referências citadas por ambos para, por analogia, “identificar três níveis de diferenciação para a comunicação no mundo do trabalho: a comunicação *como* trabalho, a comunicação *no* trabalho, a comunicação *sobre* o trabalho”.

Segundo a autora, a comunicação *como* trabalho “é aquela para se dirigir ao outro da atividade de trabalho”, ou seja, “é uma comunicação econômica, faz parte da gestão do tempo de trabalho e da construção de coletivos de trabalho” (Fígaro, 2010, p.104).

(...) por um lado, os gestos, falas, que o protagonista utiliza ao se dirigir aos seus colegas envolvidos em uma atividade executada coletivamente; por outro, as falas que o protagonista do trabalho dirige a si próprio para acompanhar e orientar seus próprios gestos no momento em que trabalha. A esses dois níveis de “linguagem como trabalho” um terceiro nos parece necessário: o “mínimo dialógico” ao qual se refere Bakhtin. (NOUROUDINE, 2002, p. 20)

Nouroudine se refere à comunicação que se dá quase como discurso interior, é aquela que ajuda o trabalho a ser feito e, do ponto de vista metodológico, o trabalho é analisado como parte da atividade, ou seja, o seu discurso, aspectos físicos, cognitivos e subjetivos.

A comunicação *no* trabalho é, ainda segundo Fígaro (2010, p. 104), “a comunicação constitutiva da situação de trabalho global na qual se desenrola a atividade e de redes de coletivos para a execução eficaz do trabalho”. São as conversas que se desenvolvem e favorecem a situação de trabalho, sejam pessoais ou profissionais.

A linguagem no trabalho pode veicular conteúdos de natureza variada e, às vezes, muito distanciada da atividade executada pelos atores em seu coletivo. Conversar sobre a vida pessoal de um ou de outro, sobre problemas da política atual, fazer observações sobre as ferramentas empregadas no setor vizinho ou na empresa concorrente, comentar o jogo de futebol da véspera, etc. – todos esses assuntos fazem parte da linguagem no trabalho, uma vez que favorecem trocas na situação de trabalho. A interação entre elementos materiais e simbólicos da situação de trabalho a partir de um centro de referência, que é o sujeito individual/coletivo, atribui à linguagem um papel privilegiado no processo de representação e de discriminação dos fatores pertinentes a um momento determinado para realizar o trabalho com eficiência e segurança. (NOURODINE, 2002, p. 24)

Finalmente, a comunicação *sobre* o trabalho, para Fígaro (2010, p. 104), “são todos os encontros e as trocas que evocam o trabalho para comentá-lo ou avaliá-lo, para lembrá-lo, para se justificar, etc.; para transmitir saberes, avaliar um problema objetivando a ação”.

E se, no interior dos coletivos, fala-se do trabalho para transmitir, avaliar, justificar, corrigir, como observa Lacoste, então a linguagem sobre o trabalho se encontra imbricada com a “linguagem no trabalho” e com a “linguagem como trabalho”. Isso não compromete a distinção dos três aspectos da linguagem. Ao contrário, partindo do pressuposto da existência de uma linguagem que faz (a linguagem como trabalho), uma linguagem circundante (a linguagem no trabalho) e uma linguagem que interpreta (a linguagem sobre o trabalho), conduzir a análise das práticas de linguagem tendo em mente, ao mesmo tempo, suas distinções e suas imbricações revela-se

adequada a uma melhor disponibilização do conhecimento a serviço da ação sobre o trabalho. (NOUROUDINE, 2002, p.26)

Para Figaro, o conhecimento destes três níveis de diferenciação nos ajuda a “reconhecer a complexidade da atividade de trabalho e de comunicação; ajuda a identificar as diferentes modalidades discursivas e orientar sobre o recorte discursivo a ser analisado”.

No nosso caso, pesquisamos a *comunicação sobre o trabalho*, analisando e interpretando o trabalho do jornalista blogueiro, questionando sobre “quem fala, de onde fala e quando fala do trabalho” (Fígaro, 2010, p. 105).

O trabalho como atividade humana

O trabalho é a gestão de si mesmo, capacidade de transformar. É espaço de troca de sociabilidades, local onde o homem quer ser reconhecido como pessoa, útil, um ser capaz. Para Ricardo Antunes, o mundo do trabalho tem sido vital na longa história da atividade humana, “em sua incessante luta pela sobrevivência, pela conquista da dignidade, humanidade e felicidade social” (2009, p.231). Segundo o autor, o trabalho é uma realização essencialmente humana, e é por meio dele que “os indivíduos, homens e mulheres, distinguiram-se das formas de vida de outros animais”.

Embora seja fundamental na vida humana, o trabalho é muitas vezes visto de modo pejorativo, como sinônimo de sofrimento, incômodo, um fardo a ser carregado. Essa imagem pejorativa do trabalho foi trazida ao Ocidente, ao longo dos tempos, principalmente por meio da religião; herança essa que viria da mistura do pensamento greco-romano com a linha judaico-cristã (Albornoz, 2008). Na tradição judaica, o trabalho é encarado “como uma labuta penosa, à qual o homem está condenado pelo pecado e a Bíblia o apresenta como castigo, um meio de expiação do pecado original” (2008, p.51). Nos primeiros tempos do cristianismo, o trabalho também era visto como punição, mas “aliado à caridade para a saúde do corpo e da alma, para afastar maus pensamentos provocados pela preguiça e pela ociosidade”.

Durante o Renascimento há uma valorização da ação do homem, que passou a ser visto como “sujeito ativo, construtor e criador do mundo” (2008, p.58). O trabalho

físico, material, manual e servil passaram a ser prestigiados e considerados como condição necessária da liberdade humana. Os iluministas e enciclopedistas do século XVIII, conhecidos por afirmar a positividade da cultura, da ciência, da técnica e do trabalho humano, valorizavam o domínio do homem sobre a natureza.

Na mesma época destacam-se o pensamento dos economistas ingleses Adam Smith e David Ricardo, que viam o trabalho humano apenas por sua utilidade exterior e não por seu entrosamento com o homem. Ao mostrar que a fonte de riqueza da sociedade é o trabalho, os economistas fizeram uma análise do pensamento liberal, em defesa da concentração da riqueza nas mãos da burguesia. Na passagem do século XVIII para o XIX, o filósofo alemão Georg Wilhelm Friedrich Hegel expressou uma nova visão do trabalho humano, como processo de transformação. Hegel tinha uma visão positivista do trabalho que, ao formar coisas, forma o próprio homem, mas, ao mesmo tempo, ignorava a alienação do trabalhador na economia moderna, preocupação que surgiria com Marx. Para Adam Schaff, “Hegel não entendeu o trabalho como prática concreta, mas transformou-o numa atividade espiritual” (1976, pag. 77).

Na contramão do pensamento dos economistas ingleses, surgiram ainda, na França do século XIX, os chamados utopistas, cuja maior contribuição é de Charles Fourier. Os seguidores dessa linha pensavam que trabalho e prazer poderiam caminhar juntos, e os homens se dedicariam apenas ao trabalho atraente, em uma agradável linha de produção oposta às formas repulsivas da produção industrial.

Ao contrário dos utopistas, o alemão Karl Marx se inspirou no futuro para pensar o trabalho, o desenvolvimento do homem e seu papel na sociedade capitalista. Para o autor, ao contrário de Fourier, o trabalho pertence ao reino da necessidade; e o descanso, o prazer no gozo da vida, deve ser conquistado apenas pelo esforço produtivo. Marx também não aceitou a ideia de autocriação de Hegel e aprofundou o entendimento do trabalho como diferente daquele dos economistas ingleses Smith e Ricardo. Para ele, a essência do ser humano está no trabalho, que é exclusivamente humano, diferente do animal. O autor propôs, a partir da aproximação da filosofia, antropologia e sociologia, a concepção de materialismo histórico, que é a base filosófica de análise e compreensão do mundo e da realidade à nossa volta. Por meio do materialismo histórico, é possível analisar a história a partir do desenvolvimento das

forças produtivas, colocando o trabalho como central na criação de técnicas e meios de produção, que provocam mudanças nas relações sociais. Para ele,

Na produção social da sua vida, os homens estabelecem relações determinadas, necessárias e independentes de sua vontade, relações de produção que correspondem a uma dada fase de desenvolvimento de suas forças produtivas materiais. A totalidade destas relações de produção constitui a estrutura econômica da sociedade, a base real sobre a qual se ergue uma superestrutura jurídica e política e a que correspondem determinadas formas de consciência social. Não é a consciência do homem que determina o seu ser, mas, ao contrário, é o seu ser social que determina a sua consciência. (MARX E ENGELS, 2010, p.97)

Adam Schaff (1976, p.75) afirma que Marx “vê a origem do homem social no trabalho humano, na práxis humana, compreendidos como processo de transformação da realidade objetiva pelo homem e, desta forma, de transformação de si próprio”. O autor destaca que o ponto de partida do pensamento marxista é o indivíduo pensante, que age conscientemente e racionalmente.

Assim como Hegel, Marx considerou o trabalho como fator de mediação entre o homem e a natureza. O pensador afirmou que o trabalhador nada pode criar sem a natureza, matéria na qual seu trabalho se efetiva, é ativa e a partir da qual se produz. E também porque a natureza oferece a subsistência do trabalhador. Há, porém uma contradição nesta apropriação da natureza, pois envolve uma relação de perda, em que o trabalhador se torna um servo do seu objeto.

Quanto mais, portanto, o trabalhador se *apropria* do mundo externo, da natureza sensível, por meio do seu trabalho, tanto mais ele se priva dos *meios de vida* segundo um duplo sentido: primeiro, que sempre mais o mundo exterior sensível deixa de ser um objeto pertencente ao seu trabalho, um *meio de vida* do seu trabalho; segundo, que [o mundo exterior sensível] cessa, cada vez mais, de ser *meio de vida* no sentido imediato, meio para a subsistência física do trabalhador (MARX, 2006, p. 81, grifos do autor).

Para Marx, o trabalho, no capitalismo, está diretamente ligado ao capital, “certa quantidade de trabalho armazenado e acumulado” (2006, p.40). Ou seja, a sociedade se organiza a partir do trabalho e se apropria dos seus bens. A partir daí há acúmulo de

valor, de riquezas que vêm do valor de troca. O trabalho também satisfaz as necessidades e tem valor de uso. Ou seja, o trabalho é *produtivo* porque tem *valor de uso* e *valor de troca*. Ele produz *mais-valia*, a diferença entre o valor do que o trabalhador efetivamente produz e o valor de seu salário.

Marx parte da definição de Adam Smith para explicar o conceito de trabalho produtivo, como “aquele que se troca diretamente por capital, para o que é preciso que os meios de produção do trabalho e o valor geral, dinheiro ou mercadoria, se convertam antes de mais em capital e o trabalho em trabalho assalariado” (2010, p. 151). O trabalho improdutivo “é aquele trabalho que não se troca por capital, troca-se diretamente por renda – isto é, por salário ou lucro”. O autor destaca que essas definições partem do ponto de vista do capitalista, e não do trabalhador. Para ele, “o mesmo tipo de trabalho pode ser produtivo ou improdutivo” (2010, p. 152), ou seja, depende do valor de uso, da utilidade do trabalho oferecido. O jornalista, por exemplo, é um trabalhador produtivo enquanto funcionário de uma empresa de Comunicação, que produz lucro ao capitalista. Mas o mesmo profissional passa a ser improdutivo quando escreve no próprio blog e precisa se sustentar.

O *salário*, para o autor alemão, é o valor mínimo necessário para pagar o trabalho, pois “o capitalista, extrai, em primeiro lugar, um ganho dos salários e, em segundo, da matéria prima adiantada” (2006, p.41). A empresa visa o lucro, o crescimento, um melhor resultado. Para isso, utiliza todos os mecanismos disponíveis na sociedade. O *trabalho vivo* é visto por Marx como o realizado pelo homem; o *trabalho morto* é aquele feito pelo homem, mas assumido por um instrumento ou ferramenta. Tais conceitos nos levam a entender o trabalho como *mercadoria*:

O trabalhador se torna mais pobre quanto mais riqueza produz, quanto mais a sua produção aumenta em poder e extensão. O trabalhador se torna uma mercadoria tão mais barata quanto mais mercadorias cria. Com a *valorização* do mundo das coisas (*Sachenwelt*) aumenta em proporção direta a *desvalorização* do mundo dos homens (*Menschenwelt*). O trabalhador não produz somente mercadorias; ele produz a si mesmo e ao trabalhador como uma *mercadoria*, e isto na medida em que produz, de fato, mercadorias em geral. (MARX, 2006, p.80, grifos do autor)

Para Marx, a *mercadoria* é essencial para revelar os mecanismos da sociedade capitalista. Não é o trabalho que é trocado por mercadoria, e sim a capacidade de trabalho. Os valores de uso dos produtos são medidos pela força de trabalho, com base no tempo de trabalho necessário para produzir mercadorias. E o consumo realiza-se, ainda segundo Marx, no processo de produção. “O ato de consumo da força de trabalho, portanto, é o processo de produção de valor, mercadorias (unidade de valor de uso e valor de troca) e mais valia” (Santos, 2013, p.143).

O autor faz a sua análise apontando a alienação como o fato econômico principal de sua época, a partir da seguinte questão: em que é que consiste a alienação do trabalho?

Em primeiro lugar, o trabalho é exterior ao trabalhador, quer dizer, não pertence à sua natureza; portanto, ele não se afirma no trabalho, mas nega-se a si mesmo, não se sente bem, mas infeliz, não desenvolve livremente as energias físicas e mentais, mas esgota-se fisicamente e arruína o espírito. Por conseguinte, o trabalhador só se sente em si fora do trabalho, enquanto no trabalho se sente fora de si. Assim, o seu trabalho não é voluntário, mas imposto, é *trabalho forçado*. Não constitui a satisfação de suas necessidades. O seu carácter estranho ressalta claramente do facto de se fugir do trabalho como da peste, logo que não existe nenhuma compulsão física ou de qualquer tipo. O trabalho externo, o trabalho em que o homem se aliena, é um trabalho de sacrifício de si mesmo, de mortificação (...). Chega-se à conclusão de que o homem (o trabalhador) só se sente livremente activo nas suas funções animais – comer, beber e procriar, quando muito, na habitação, no adorno, etc. – enquanto nas funções humanas ele se vê reduzido a animal. O elemento animal torna-se humano e o humano animal. (MARX, 1963, p.162)¹

O homem alienado vende a sua força de trabalho a outro, a quem passa a pertencer o seu trabalho e o produto do seu trabalho, ou seja, uma relação capitalista denominada *propriedade privada*, por Marx. Para o autor, essa alienação desumaniza o homem moderno, pois não permite que ele anteveja na produção industrial

¹ Optamos, nesse trecho, pela utilização da tradução de “Manuscritos” publicada pela editora portuguesa *Edições 70*, em 1963. A tradução feita por Jesus Ranieri em 2006 utiliza o termo “exteriorização” no lugar de “alienação”, enquanto o sociólogo do trabalho Ricardo Antunes (2003) utiliza a palavra “estranhamento” para definir o conceito.

mecanizada o seu produto em sua totalidade, pois “só quem tem a totalidade do produto é a máquina, que o trabalhador não domina totalmente” (Albornoz, 2006:70).

A divisão do trabalho entre manual e intelectual está baseada nos processos industriais mecanizados do século XIX. Esta divisão, na concepção de Marx, significa a pretendida separação pelo capital, entre concepção e controle de realização do trabalho, ou seja, separação entre planejamento e produção. Com a evolução informacional e eletrônica do final do século XX, autores como André Gorz, Antonio Negri e Maurizio Lazzarato e Ricardo Antunes, apontam para a expansão do chamado *trabalho imaterial* como força produtiva dos novos tempos; seria aquele trabalho baseado no conhecimento e na informação, como o setor de serviços, a comunicação, a publicidade e a tecnologia da informação, entre outros. Se levarmos tais definições ao pé da letra, o trabalho do jornalista se enquadraria no trabalho *imaterial*, por ser um trabalho intelectual em oposição ao trabalho braçal. Na verdade, a nosso ver, tanto o *material* como o *imaterial* são iguais, simplesmente porque o produto de ambos é o mesmo, o *trabalho*, fruto da *atividade humana*.

Dessa forma, qualquer atividade humana, seja ela intelectual ou manual, fundamenta-se, desde Marx, como um processo no qual subjetividades são objetivadas em um modo de produzir, em um modo de vida. Trata-se, portanto, de uma objetivação que tem por fundamento a marca da subjetividade histórica. Assim, ao relacionarmos a subjetividade de coletivos de trabalho a determinações absolutas, a possibilidade teórica de dicotomização do que seria intelectual e manual no trabalho se dilui. (AMORIM, 2014, p. 35)

Todos os conceitos descritos acima e, sobretudo os conceitos marxistas, nos ajudam a compreender o funcionamento do mundo do trabalho hoje. A complexidade do conceito “trabalho”, analisado ao longo da história como fator de subsistência (a partir da antropologia) e como valor de troca monetário e mercadoria (marxismo) nos mostra que o trabalho transcende a definição que o enquadra como relação de troca remunerada, regida pelo Direito numa sociedade de mercado (Figaro, 2008). Para a autora, “o trabalho é uma atividade que tem por alvo a produção de *valores de uso* e é condição e *necessidade física* da vida humana” (2008, p.11). Ao afirmar que “o homem é um ser genérico”, Karl Marx (2006, p.83) resumiu essa questão, problematizando o

homem como fruto da relação entre a natureza e a sociedade, um ser naturalmente social.

O conceito de trabalho visto como *atividade humana* nos permite ter uma visão do trabalho a partir da herança cultural e da experiência pessoal do homem, pois o trabalho é fruto da sua relação com o meio. Para estudar este conceito de trabalho como atividade humana de modo mais amplo, no sentido de intervir nas situações de trabalho e transformá-las, o filósofo francês Yves Schwartz² iniciou, no final dos anos 1970, os estudos da abordagem ergológica do trabalho. *Atividade*, para Schwartz (2007, p.27), remete à ideia de mudança, transformação, pois “todas as formas de atividade humana se deslocam”, inclusive o trabalho.

Os estudos da psicologia soviética de Vygotski e Leontiev nos ajudam a conceituar atividade humana, a partir do desenvolvimento do pensamento e da linguagem. Segundo Fígaro (2008, p.12), em *O Desenvolvimento do Psiquismo* (2004), Leontiev trata a atividade como “vital”, mediadora, que transforma as necessidades humanas, e procura entender a “especificidade da vida animal e especialmente da vida humana”. Ainda segundo a autora, “a atividade humana é uma atividade particular que dota o homem de um psiquismo específico, caracterizado por propriedades fundamentalmente diferentes. A passagem à consciência humana está fundada na passagem às normas humanas de vida e de atividade de trabalho”. (Idem, p.13)

Leontiev se apoia em Marx e Engels para descrever o trabalho, como “atividade especificamente humana, processo que liga o homem à natureza, o processo de ação do homem sobre a natureza” (2004, p.80 e 81). Para o autor, “o trabalho é, desde a origem mediatizado simultaneamente pelo instrumento ‘em sentido lato’ e pela sociedade”, ou seja, caracterizado pelo uso e fabricação de instrumentos e como atividade coletiva. Só assim o homem se relaciona com a natureza.

O trabalho humano é em contrapartida, uma atividade originariamente social, assente na cooperação entre indivíduos que supõe uma divisão técnica, embrionária que seja, das funções do trabalho: assim, o trabalho é uma ação sobre a natureza, ligando entre si os participantes, mediatizando a sua comunicação. (LEONTIEV, 2004, p.81)

² Especialista em história das ciências e das tecnologias, Professor Emérito da Aix Marseille Université (Provence)

Fígaro (2008, p.13) afirma que, “para Leontiev a aparição do trabalho é intrínseca à condição da existência do próprio homem. A atividade humana é particular e específica e caracteriza a capacidade humana de criar, planejar, aprender, memorizar”. E para a abordagem ergológica, o trabalho tomado como atividade, tem um poder transformador do meio. Considerado pelos ergologistas como “atividade industrial”, o trabalho comporta a herança cultural e histórica das técnicas, das experiências das gerações passadas e da experiência pessoal, que permite ao homem uma transcendência criativa.

O conceito de ergologia, pensando a atividade humana, essa particularidade humana, mobiliza a ontologia e a antropologia. Podemos falar de uma ontogênese e de uma filogênese, porque essa evolução do homem está relacionada à própria evolução do trabalho. Para Schwartz e Durrive (2007:3), “Ergologia é a aprendizagem permanente dos debates de normas e de valores que renovam indefinidamente a atividade: é o desconforto intelectual”.

A abordagem ergológica do trabalho

No Brasil existem, desde a década de 1990, estudos de profissões das mais diversas áreas, principalmente na saúde e engenharias, que foram feitos sob a perspectiva Ergológica. Em 2006, Roseli Fígaro fez os primeiros estudos relacionando a abordagem com a Comunicação.

A ergologia define trabalho e atividade humana. “Ergo” significa ação, trabalho; para Schwartz “trabalho, nas situações mercantis, é uma forma historicamente específica. Esse trabalho é uma atividade que se troca por dinheiro. É uma forma de atividade, para nós muito importante, mas é uma forma específica de algo mais geral, a atividade humana. (2007. p. 30). O filósofo reuniu estudos de ergonomistas de linha francesa (chamada “ergonomia da atividade”) e da filosofia da vida de Georges Canguilhem, que contribuíram a partir dos problemas da saúde do trabalho, trazendo conceitos como “saúde é a capacidade do indivíduo de tolerar, de enfrentar e de superar as infidelidades e as agressões do meio” (Canguilhem, 1995), entre outros.

Schwartz afirma que “trabalhar é gerir” (2004, p. 42 e 44) o que significa, no sentido ergológico, gerir um conjunto de fatores presentes em um determinado momento e espaço, administrar-se como sujeito em atividade, fazer uso de si como corpo físico. O autor adota o *corpo-si* para abordar o sujeito como ser que se relaciona com seu meio físico, como aquele que carrega uma história própria, com capacidade de renormalização, transgressão de normas, porque isso é atividade humana.

Com base na Ergonomia da atividade (Alan Wisner), os ergologistas nos ensinam que o trabalho prescrito é aquele dos *saberes constituídos*, disciplinares, das ciências, já acumulados nas instituições, que se aprende na escola, e que “são fundamentais, porque condensam a sabedoria da humanidade”. O trabalho real nos remete ao *saber investido*, que se constitui na própria atividade do sujeito. Quando nos damos conta de que existe um *trabalho prescrito* e um *trabalho real*, notamos que há uma aproximação entre *saber investido* e *saber constituído*. Na atividade de trabalho o *corpo-si* revela-se como ser particular e um ser social.

Tal questão coloca o sujeito numa situação de *uso de si*, um drama que Schwartz chama de *dramáticas do uso de si por si mesmo e por outro* (Schwartz et Durrive, 2004, p. 261), o uso que fazemos de nós mesmos e o uso que o *outro* faz de nós para execução do trabalho. Dramática, que podemos chamar de subjetividade, personalidade dentro de outras ciências, vem a ser o movimento entre norma prescrita, infidelidade do meio, renormalização e atividade singular. O momento em que o *corpo-si* se defronta com a “batalha” da sua atividade, onde ele tem uma prescrição de como deve ser feito e o que ele tem a fazer. Nesse fazer a atividade se manifesta como na forma de suas subjetividades.

Esta contradição inerente a toda a atividade de trabalho, própria da vida, é potencializada com o conflito entre as diferenças socioeconômicas, pela apropriação mercantil do trabalho, pela exploração, pela desvalorização do trabalho. A contradição e o conflito são geridos e negociados a todo o momento, isso é a atividade humana de trabalho, é o *corpo-si*, expressando-se na dimensão dialética do micro/macrossocial. (FIGARO, 2009, p.15)

Ao entender o trabalho sob uma perspectiva Ergológica como estabelecimento de redes de comunicação e laços de confiabilidade, podemos afirmar que, a cada

escolha do uso de si por si mesmo, comunicação e trabalho atuam juntos na construção de valores.

Por meio do binômio comunicação e trabalho nos aproximamos da realidade do mundo do trabalho, que até hoje desconsidera a importância do sujeito (*corpo-si*) para a organização. E é por meio da ineficácia da comunicação, com seus manuais de conduta (inclusive para o uso da Internet), discursos oficiosos e normas prescritas, que as empresas tentam manipular o trabalhador. Ou seja, uma visão limitada de comunicação, que trata o trabalhador de maneira autoritária, como no taylorismo, e esquece que “a atividade de trabalho requisita o homem por inteiro” (Fígaro, 2008), que participa e colabora com outros no desempenho de suas responsabilidades.

O conceito de alienação em Marx é problemático para a abordagem ergológica. Mas entendemos que Marx conceitua a alienação como estranhamento do homem/sujeito em relação ao produto de seu trabalho, do qual não tem controle. O estranhamento se dá ainda em relação à organização e planejamento realizado pelo capital, que não considera a subjetividade e a inteligência do trabalhador. Para nós, alienação e objetivação do *corpo-si* na atividade de trabalho são aspectos simultâneos na situação de exploração capitalista. Há um conflito de posições de classe, um debate de normas (para a ergologia). Há também um movimento dialético entre o ser que, para realizar-se como humano, precisa dispor de recursos para a atividade de trabalho, e o poder econômico, que visa subtrair essa capacidade do sujeito.

Vale lembrar que, na maioria das vezes, é o jornalista, na função de assessor de comunicação em empresas, quem cumpre o papel de executor desse material retórico, esquecendo que ele próprio está sendo sufocado pela reestruturação produtiva. O jornalista investe todos os seus saberes (investidos e constituídos) no trabalho. Todos os seus investimentos, no campo afetivo e pessoal, vão para a profissão. Ele não vê o trabalho apenas como vínculo, gosta do que faz, mas sofre quando não tem nada em troca, ou melhor, quando tem a sua saúde e a sua qualidade de vida prejudicadas pelo trabalho. Daí vem os questionamentos, a crítica, o inconformismo, o “desconforto intelectual”, cenário que se configura na situação do profissional, que deixa os meios de comunicação tradicionais para trabalhar nas novas mídias digitais. A comunicação no mundo do trabalho nos permite conhecer novos valores e escolhas, descobrir novos

campos e locais de trabalho, e também compreender o alcance do mundo do trabalho ao núcleo familiar e social.

Se trabalhar é sempre trabalhar com o outro e comunicar é relação, troca, reelaboração, podemos afirmar que ambos, comunicação e trabalho, atuam na construção dos conjuntos de valores que se renovam ou se cristalizam a cada escolha feita, a cada decisão do uso de si por si mesmo. As pessoas, a todo o momento, fazem escolhas a partir das condições e dos valores que construíram ao longo de suas histórias de vida, nas relações com o mundo, com o outro e consigo mesmo. Elas criam suas redes de relações e se apropriam dos discursos que circulam no meio de trabalho delas e na sociedade. (FÍGARO, 2008, p.16)

Para a autora, “a abordagem ergológica de comunicação e trabalho destaca a relação dialética entre o micro e o macrosocial” (2008, p.24), perspectiva teórica que nos permite entender o trabalho como atividade humana, destacando o trabalhador como o *corpo-si* de comunicação. Fígaro destaca ainda que “o binômio comunicação e trabalho possibilita dois eixos de pesquisa: primeiro, com o objetivo de conhecer a atividade de trabalho, portanto, o mundo do trabalho; e segundo, para melhor entender as relações de comunicação, o processo de comunicação, os sujeitos (*corpo-si*) da comunicação” (idem).

Em nossa pesquisa, é a atividade de comunicação e trabalho que orienta o olhar para o jornalista e seus embates à procura de alternativas para a realização plena de si no trabalho. O profissional busca fugir das relações alienantes que lhe impedem de ter as decisões sobre todo o processo de seu trabalho, e o embate entre o prescrito, as normas antecedentes e o trabalho real vão reinventando um modo de fazer jornalismo. Invenção que, nem bem ganha a luz da existência, já se depara com os desafios do sistema do capital: sobreviver às dificuldades econômicas, aos esquemas de controle, vigilância e censura. Do nosso lugar de fala - das Ciências da Comunicação - estudamos o trabalho do jornalista blogueiro e suas estratégias e usos de si no trabalho para abrir novas fronteiras e construir alternativas à comunicação dos conglomerados de mídia.

Para dar relevância necessária ao objeto de estudo, no próximo capítulo discutimos temas articulados à questão econômica, eixo da nossa pesquisa, a partir da

globalização e suas consequências para a Comunicação, para o mundo do trabalho e, também, para o “migrante da comunicação”, personagem que vivencia e é diretamente atingido por todas essas mudanças.

CAPITULO 1

PROCESSOS GLOBAIS DE REESTRUTURAÇÃO PRODUTIVA E DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: O MIGRANTE DA COMUNICAÇÃO

Estamos convencidos de que a mudança histórica em perspectiva provirá de um movimento de baixo para cima, tendo como atores principais os países subdesenvolvidos e não os países ricos; os deserdados e os pobres e não os opulentos e outras classes obesas; o indivíduo liberado partícipe das novas massas e não o homem acorrentado; o pensamento livre e não o pensamento único.

(Milton Santos, 2000, p.14)

O século XX foi marcado por grandes mudanças na história, pontuadas pelo avanço do capitalismo e das tecnologias, pela proliferação dos meios de comunicação e difusão da informação, além da consequente aceleração do tempo e no espaço. Diversos autores apontam que tais transformações começaram graças ao fenômeno da globalização: a partir da introdução das novas tecnologias e das transformações da modernidade (Giddens, 1991; Thompson, 2014); da mundialização das relações sociais e da cultura (Ianni, 2013; Ortiz, 2000); das identidades nacionais (Stuart Hall, 2005); das desigualdades, e do terrorismo (Hobsbawm, 2007), acontecimentos nem sempre positivos para a nossa história. A globalização surgiu a partir de uma série de eventos que geraram um processo de integração econômica mundial e que resultaram em diversos impactos sobre a sociedade e a cultura das nações. Tais eventos mudaram o mundo e, consequentemente, as relações de trabalho, a Comunicação e o jornalismo também mudaram.

A partir desta reflexão, iniciamos este capítulo com uma revisão de temas macro articulados à questão econômica, eixo da nossa pesquisa. Ou seja, se “os meios de comunicação são, eles mesmos, meios de produção”, como afirma Raymond Williams (2011, p. 69), ao desvendar a utilização, o poder e a base econômica dos meios de produção, teremos condições para responder às questões centrais da nossa tese. Seguindo essa premissa, nos apoiaremos em teóricos que ajudarão, primeiramente, a entender o fenômeno da globalização e suas consequências para a Comunicação, para

o mundo do trabalho e, também, para o “migrante da comunicação”, personagem que vivencia e é diretamente atingido por todas essas mudanças.

1.1. A partir da globalização: aspectos econômicos, culturais e humanos

Embora alguns autores identifiquem o início da globalização com o encerramento da Segunda Guerra Mundial, em 1945, historicamente, pode-se afirmar que esse movimento de expansão se dá com o mercantilismo e o avanço do capitalismo. Renato Ortiz afirma que “a rigor, até meados do século XIX, a fraqueza dos laços econômicos, a falta de relações diplomáticas e as distâncias impediam a emergência de um mundo singular, situação que se modifica a partir da Revolução Industrial (2000, p.37). A partir daí, a crescente industrialização, aliada ao avanço do comércio mundial, e a reestruturação do mundo do trabalho concentraram o poder econômico nas mãos das grandes nações, tornando as regiões periféricas cada vez mais dependentes dos poderosos (Thompson, 2014). Ao tratar da exploração do trabalho pelo capital, Marx defendeu a união internacional dos trabalhadores, ou seja, a globalização da luta operária como forma de transformação social.

Fato é que não é possível dissociar o fenômeno da globalização do crescimento do capitalismo. Ao longo do século XX, o modo capitalista de produção passa, segundo Otávio Ianni (2013), por três fases de organização: primeiro, em moldes nacionais; segundo, de expansão via fronteiras, mares e oceanos e, terceiro, em escala global. Paralelamente, a globalização desenvolve-se abertamente no século XX, e adquire características da sociedade global (de “máquina do mundo”) a partir da Segunda Guerra Mundial, fato do qual decorre a contraposição, na disputa pelos mercados, entre as maiores potências da época: Estados Unidos e União Soviética. Para o autor, o início da Guerra Fria, em 1946, impôs, por parte dos países capitalistas, um alto custo social, econômico, político e cultural aos regimes socialistas; além disso, diversos eventos históricos marcaram o período posterior, como a emancipação política das colônias europeias da África, Ásia e América Latina; a quebra do monopólio do Partido Comunista, a desarticulação da União Soviética e a queda do Muro de Berlim, entre outros. Também fica explícita a tensa relação dos Estados Unidos com o Mundo Árabe.

O mundo começava, mais uma vez, a mudar, e o capitalismo a se universalizar de maneira cada vez mais agressiva.

Estava formada a “sociedade global”, conceito criado pelo russo Georges Gurvitch em 1950, com a “ambição de compreender os fenômenos sociais totais que englobam e ultrapassam os grupos, as classes sociais e até mesmo os Estados” (Ortiz, 2000, p.17). Na época, a globalização ainda não era evidente, mas o termo foi adotado mais tarde para caracterizar as diversas transformações na sociedade contemporânea, que “invadem cidades, nações e continentes, formas de trabalho e vida, modos de ser e pensar, produções culturais e formas de imaginar” (Ianni, 2013, p. 38). Para o autor, nessa nova etapa da globalização surgiram características especiais que deixaram marcas profundas: a energia nuclear como técnica (e ameaça) de arma bélica; a revolução da informática e da Internet; a formação de um sistema financeiro internacional, controlado por grupos dos países mais ricos e dominantes, formado por Estados Unidos, Japão, Alemanha, Canadá, França, Itália, Reino Unido e Rússia (os G8); a formação de grandes grupos, corporações e conglomerados multinacionais e transnacionais, que alteraram a dinâmica das forças produtivas do mundo do trabalho; a adoção do inglês como idioma universal e, finalmente, o domínio do neoliberalismo como ideologia mundial.

Em relação à cultura, Renato Ortiz (2000) afirma que todo este processo, que chama de mundialização, se realiza plenamente apenas no século XX, principalmente após o surgimento das indústrias culturais, que se expandem com o avanço da produção industrial, e têm alcance mundial. O autor cita como exemplos o cinema e a indústria fonográfica que, desde o início, estabeleceram metas internacionais e, mais tarde, junto com a publicidade, construíram “um circuito de trocas culturais com dimensões mundiais” (p.58), que se expande ainda mais com a chegada do rádio e da televisão. Em contrapartida, a sociedade foi incentivada a comprar e usufruir de todos esses produtos, formando assim uma sociedade do consumo.

Ortiz reforça essa ideia, afirmando que a mundialização da cultura se revelou por meio do cotidiano, através da alimentação (com a introdução dos *fast foods*, como *Mcdonalds*, por exemplo), hábitos de consumo e culturais. E destaca o que chamou de “americanização do mundo”: impulsionados por campanhas publicitárias feitas desde

os anos 1920, os costumes, modo de vida e padrão de conforto dos americanos passaram a servir de paradigma para o resto do mundo; e “ao ensinar aos outros como consumir suas mercadorias, eles estariam realizando uma tarefa pedagógica, educando os homens para uma sociedade ‘melhor’” (2000, p. 87 e 88). Tal comportamento impôs a americanização ao capitalismo, que monopolizou aspectos culturais, e passou a exportar seriados, parques temáticos (Disney), vestimenta (a calça *jeans*), e até a música (o *rock’n roll*), entre outros, reforçando uma “dependência lítica³ e cultural de outros países em relação aos Estados Unidos e, por outro lado, enfraquecendo as culturas nacionais” (p. 89).

As transformações culturais da sociedade durante o processo de globalização modificaram também os processos identitários dos indivíduos, deslocando as identidades culturais e nacionais no final do século XX. Para Stuart Hall (2005), o fenômeno provocou um “crescimento da homogeneização cultural e do ‘pós-moderno global’”, que resultou no declínio e na desintegração das identidades nacionais (p.69), e levou ao surgimento de novas identidades, híbridas. Além disso, há o impacto do “global” sobre o “local”; ou seja, um novo interesse pelo local, que é explorado estrategicamente pela globalização e que dificilmente vai destruir as identidades nacionais. Ao contrário, causaria, segundo Hall, um reforçamento nas identidades locais, produzindo, simultaneamente, novas identificações ‘globais’ e novas identificações ‘locais’” (2004; p.78). Esse posicionamento vai de encontro à preocupação de estudiosos que temem o desaparecimento das culturais locais a partir da globalização e da expansão de políticas de mercado.

A compressão espaço-tempo, binômio criado por David Harvey (1992) é, para Hall, a última fase da globalização sobre as identidades nacionais. Essa fragmentação e dispersão de espaço e tempo que suprimem diferenças e fronteiras afetaram profundamente os processos de produção e relações sociais, “de forma que se sente que o mundo é menor e as distâncias mais curtas, que os eventos em determinado lugar têm um impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a uma grande distância” (Hall, 2005, p. 69).

³ Legítima.

Zygmunt Bauman (1999) enriquece a discussão sobre os fenômenos da globalização, como mobilidade, espaço e tempo, a noção de local e global, procurando entender as tensões existentes na chamada pós-modernidade. Para o autor, a velocidade dos meios de comunicação e o crescente desenvolvimento das tecnologias encurtaram as distâncias, que já “não importam, ao passo que a ideia de fronteira geográfica é cada vez mais difícil de sustentar no ‘mundo real’” (p. 19 a 22). Bauman usa a metáfora “líquido” para descrever a época atual, em que a pós-modernidade (e também o mundo virtual) alteram o cotidiano e o modo de relacionamento entre os indivíduos para uma relação líquida, fluida e sem profundidade.

O historiador Eric Hobsbawm (2007, p. 11) aponta as contradições causadas pela globalização, que “acompanhada de mercados livres, atualmente tão em voga, trouxe consigo uma dramática acentuação das desigualdades econômicas e sociais no interior das nações e entre elas”, problema este que seria a base das tensões sociais e políticas do novo século. Para ele, o impacto da globalização é mais sensível para os que menos se beneficiam dela, ou seja, os empregados que vivem do salário, sem formação especializada e curso superior, comumente trocados por mão de obra mais barata de outros países para redução de custos, situações que “não antecipam uma era de estabilidade política e social” (p.12).

Como exemplo, observamos que, nos últimos anos, produtos feitos em países como China, Taiwan e Malásia, fabricados por adultos e crianças em situação de semiescravidão são vendidos a preços módicos para grandes empresas de países desenvolvidos, como a transnacional norte americana *Nike* e a espanhola *Zara*, entre outras. São grandes marcas que revendem esses produtos a um alto preço, gerando lucro apenas àqueles que menos precisam, empresas que, segundo Marcos Dantas (1999), são chamadas de “corporações-redes”. Para ele,

A organização empresarial característica do capitalismo informacional emergente neste fim de século é uma constelação articulada e interativa de grandes, médias e pequenas empresas fabris, comerciais, financeiras e mercadológicas, distribuídas à volta do mundo, através das quais se divide o trabalho, tendo ao centro uma companhia que domina as *marcas* e as *tecnologias estratégicas* de produto e de processo. Cabe a essa companhia coordenar todo o sistema que a ela se *subordina*, por meio de modernas e velozes redes de

tratamento e comunicação da informação. (DANTAS, 1999, p. 219, grifos do autor)

Utilizando como exemplo a corporação italiana Benetton, entre outros, o autor afirma que esse é um regime onde “um produto deixou de ser um produto de *um* ‘empresário’ e de *um* coletivo de trabalhadores” (idem); ou seja, o novo processo produtivo envolve centenas de empresários, milhares de empregados (precarizados ou não; qualificados ou não), distribuídos por diversos países para realizar apenas um produto. Trata-se da “mundialização do ciclo de produção” (Dantas, 1999)

Além das desigualdades causadas pela globalização, Hobsbawm analisa o desequilíbrio existente entre a população rural e urbana, a partir da sensível redução da quantidade de pessoas que trabalham no campo, e o consequente crescimento desordenado das cidades, fatores que criaram uma “suburbanização de áreas cada vez maiores no entorno dos centros originais” (2007, p. 38 e 39). E a imigração, causada pelo impacto político e cultural da globalização, principalmente na Europa, é, para ele, um “problema político substancial na maior parte das economias desenvolvidas no Ocidente” (p. 12). Além disso, o autor cita a emancipação feminina “como a maior de todas as mudanças sociais do último século”, e a alfabetização mundial, que causa, para ele, uma transformação educacional, que revoluciona “os meios de comunicação públicos e pessoais, da qual estamos todos participando”. Basta observarmos a quantidade de pessoas que utilizam e se comunicam em tempo integral por meio dos *smartphones*, *tablets*, etc. no dia a dia.

As guerras mais recentes e o crescimento do terrorismo são analisados a partir do que o autor chamou “imperialismo dos direitos humanos” (2007, p.14). Para Hobsbawm, estamos em uma era de “crescente barbárie, violência e desordem”, e diversos episódios levaram o mundo a um consenso a favor de uma “eventual necessidade de intervenções armadas internacionais para preservar ou impor os direitos humanos”. Tal fenômeno surgiu, principalmente, depois do ataque terrorista às Torres Gêmeas, nos Estados Unidos, em 2001, episódio que causou a morte de quase três mil civis. A partir desse momento, o governo dos Estados Unidos decidiu “afirmar uma hegemonia unilateral sobre o mundo, condenando convenções internacionais até então aceitas, reservando-se o direito de fazer guerras de agressão ou outras operações

militares” (idem), como a Guerra do Iraque, e a intervenção na antiga Iugoslávia, e hoje Bósnia, por exemplo. A posição típica de qualquer Estado é defender seus interesses, e essa hegemonia imperialista foi imposta em nome da “disseminação da democracia”, criticada aqui pelo autor:

Ela é fundamentalmente errada porque as grandes potências que buscam implementar seus pontos de vista na política internacional podem fazer coisas que convêm aos defensores dos direitos humanos e têm consciência do valor publicitário ao fazê-lo, mas isso não faz propriamente parte dos seus propósitos, os quais, quando elas julgam necessário, são perseguidos com a crueza e a barbárie que constituem a herança do século XX. (HOBBSAWM, 2007, p.15)

Com uma visão mais otimista, Milton Santos (2013) observou o fenômeno da globalização a partir da existência de três mundos em um só: o mundo como nos fazem vê-lo (fábula), o mundo como ele é (perversidade) e como ele pode ser (uma outra globalização). No mundo visto como fábula, o autor afirma que a repetição de certos temas acaba por tornar realidade as ideias favoráveis ao sistema perante a sociedade. E derruba teses bastante difundidas até então, ao justificar que, ao invés de uniformizar e diminuir as diferenças, como alguns teóricos afirmam, o mundo pós globalização tornou-se menos unido e mais consumista; além disso, para o autor, o Estado não está cumprindo o seu papel: está desacreditado e voltado para atender apenas grandes grupos e interesses internacionais, em detrimento da população carente.

A globalização está mais para o mundo da perversidade que para o da fábula, com a crescente pobreza, o desemprego, a fome, a falta de moradia e da educação de qualidade, além do surgimento de novas doenças, como a AIDS e o Ebola, que acabam por atingir mais àqueles que não têm recursos e informação adequados. São fatores negativos desencadeados a partir da globalização, apoiados na evolução da técnica e do Capital. Ressaltamos porém, ainda seguindo o raciocínio de Santos, que nem tudo é negativo na globalização, e essas bases técnicas podem servir a outros objetivos, capazes de mudar o cenário e fazer uma globalização mais humana. A partir da mistura de povos, culturas, raças, ideias, filosofias, também há a emergência de uma cultura popular, novos discursos e relatos que fazem a história. Para ele, bastaria que a

centralidade das ações fosse localizada no homem, e não no dinheiro, como temos acompanhado nos últimos séculos, e como veremos nas páginas a seguir.

1.2.A globalização da Comunicação

O sistema técnico, o modelo cultural dominante e a organização econômica são fundamentais para compreender o lugar e o papel da comunicação (Wolton, 2012, p. 14). Como vimos anteriormente, as mudanças que ocorreram na sociedade a partir das invenções advindas da Revolução Industrial (século XXIII) foram sociais, culturais e técnicas. A globalização afeta não só os modos de produção dos produtos comunicacionais, como também os profissionais da área da Comunicação. Ou, como afirma Renato Ortiz, “os meios de comunicação contêm uma dimensão que transcende suas territorialidades” (2000, p. 60). A partir desses eventos, o trabalho humano foi substituído pelas máquinas; as relações entre capital e trabalho se acirraram e surgiu a chamada “Cultura de Massa”. Briggs & Burke (2006, p. 112) afirmam que a Revolução Industrial e a “revolução da comunicação” podem ser vistas como parte de um mesmo processo. Eles tratam a chegada do vapor como ponto de partida para acelerar o ritmo das transformações não só tecnológicas, mas também industriais; mudanças que radicalizaram a luta de classes. Os autores contam que Karl Marx viu a invenção do motor a vapor como “o grande marco da história humana, separando o passado do presente e descortinando um futuro revolucionário” (2006, p.115); mas, para ele, a verdadeira revolução viria da luta de classes entre capitalistas e proletariado, e não por meio da tecnologia.

1.2.1. A propagação dos meios e o surgimento das primeiras pesquisas em Comunicação

O vapor foi substituído cem anos mais tarde pela eletricidade como fonte de energia; as estradas de ferro e navios deram lugar aos automóveis e aviões; o telégrafo, inventado em 1844 por Samuel Morse, foi uma revolução na transmissão de informações e antecedeu o telefone. A capacidade de enviar notícias a longas distâncias foi ampliada com a criação dos cabos submarinos (segunda metade do século XIX), que

uniu os continentes. Em 1847 foi inventada a máquina rotativa nos Estados Unidos; um ano depois, o jornal *Times*, da Inglaterra, criou uma rotativa que imprimia dez mil exemplares por hora. Com a construção das ferrovias, em 1850, foi facilitada a distribuição dos jornais nas regiões de maior população e mais intensa atividade econômica. A fotografia começou a ser usada na imprensa diária em 1880 e antecedeu o cinema. O linotipo, inventado em 1889, revolucionou as técnicas de composição de página com o uso de tipos de chumbo fundidos para gerar linhas inteiras de texto.

Anos mais tarde, do rádio, nascia a televisão, que deu lugar, no século XX, aos computadores. Briggs & Burke (2006, p. 15) destacam que a introdução das novas mídias não significou o abandono das mais antigas, pois “ambas coexistem e interagem”. Do mesmo modo, os trabalhadores da indústria da mídia e os comunicadores foram, ao longo da história, adaptando-se e migrando de um meio a outro. Para o pesquisador Tim Wu essas invenções e as transformações ocorridas ao longo do século XX, passaram “de um simples passatempo à formação de uma indústria”:

Em sua época, cada uma dessas invenções – que deveriam ser o ápice de todas as demais – passou por uma fase de novidade revolucionária e utopismo juvenil: todas iriam mudar nossas vidas, sem dúvida, mas não a natureza de nossa existência. Seja qual for a transformação social que qualquer uma delas possa ter causado, no fim, todas ocuparam seu devido lugar na manutenção da estrutura social em que vivemos, desde a Revolução Industrial. Ou seja, todas se tornaram uma nova indústria altamente centralizada e integrada. Sem exceção, as admiráveis novas tecnologias do século XX – que partiram de uma proposta de uso livre, para o bem de novas invenções e da expressão individual – acabaram se transformando em monstros industriais, nos gigantes da “antiga mídia” do século XX que controlariam o fluxo e a natureza dos conteúdos por razões estritamente comerciais” (WU, 2012, p. 12)

Tais invenções levaram à industrialização, à consolidação do capitalismo industrial, a urbanização mundial, a instalação da sociedade de consumo e a divisão política do globo entre capitalismo e comunismo (França, 2001). Além disso, a chegada dos novos meios despertou o interesse por conhecer a sua influência na sociedade, provocando o surgimento das primeiras pesquisas em comunicação, refletindo também

o papel central ocupado pela ciência, “que responde cada vez mais pelo progresso e planificação da vida social” (idem, p. 52 e 53).

No contexto do desenvolvimento das indústrias e da globalização, ocorreu a propagação dos meios de comunicação, que provocou um aumento na venda de produtos e maior investimento em publicidade. No campo das ciências sociais começaram a surgir estudos que procuraram entender a influência desses meios (principalmente o rádio, o cinema e a fotografia) entre as pessoas. Percebe-se, ao se analisar aquele período histórico, “certa afinidade entre os procedimentos do modelo científico de organização e o tratamento dado à comunicação” (Fígaro, 2010).

Nessa busca pelo melhor entendimento dos meios de comunicação, os norte-americanos desenvolveram pesquisas sobre mídia nas Universidades criando a *Mass Communication Research*, corrente de estudos funcionalistas⁴, que privilegiava a pesquisa quantitativa e possuía orientação pragmática e voltada prioritariamente para a comunicação mediática, estimulando pesquisas voltadas para a audiência e o aperfeiçoamento de técnicas de persuasão, colocando a comunicação em local estratégico para o desenvolvimento econômico daquele país. O livro de Harold Lasswell, *Propaganda Techniques in the World War*, lançado em 1927, em que estuda a propaganda durante o conflito, foi o primeiro passo para o desenvolvimento dessas pesquisas.

Luís Mauro Sá Martino explica que, embora o cinema e a fotografia tenham sido inventados na França; o rádio, na Itália, e a imprensa, na Alemanha, o desenvolvimento desses meios ocorreu em grande parte nos Estados Unidos, gerando um interesse pelo tema. O público do início do século XX naquele país consumia jornais em grandes números e convertia-se, na mesma proporção, de ouvintes radiofônicos a espectadores de cinema, “demanda que levou ao crescimento, e a produção americana de notícias e entretenimento se tornou rapidamente uma das maiores do mundo” (2009, p. 19).

Tamanho interesse dos Estados Unidos na Comunicação levaria à criação das primeiras escolas de comunicação no país, como a Escola de Jornalismo da

⁴ Escola teórica cujas pesquisas se davam a partir pesquisas a partir da concepção de função e efeitos dos meios de comunicação. Os principais teóricos da escola funcionalista eram o sociólogo Paul Lazarsfeld, o cientista político Harold Lasswell e o psicólogo Kurt Lewin e Carl Hovland.

Universidade de Colúmbia (fundada por George Pulitzer), no final do século XIX. Para Martino (2009, p. 20), “a mídia ganhava status acadêmico na medida em que sua importância na vida social aumentava”, fato que levou os pesquisadores americanos a criarem vários modelos teóricos, e que procurava melhor compreender as relações entre a comunicação e a sociedade.

Um dos primeiros estudos do gênero chama-se *Opinião Pública*, e foi publicado em 1922, pelo jornalista Walter Lippmann, que procurou ver a ilusão da realidade que a mídia provoca no público. Nos anos 1940, Harold Lasswell tentou formalizar o processo comunicativo, através das chamadas “questões programa” *Quem? Diz o quê? Em que canal? Com que efeito?* Para Lasswell, o processo de comunicação cumpre três funções principais na sociedade: a vigilância do meio; o estabelecimento de relações entre os componentes da sociedade para produzir uma resposta ao meio e a transmissão da herança social. A essas funções, Lazarsfeld e Merton acrescentaram o entretenimento ou diversão (Matterlart, 1999).

A preocupação com o indivíduo surge pela primeira vez na *Teoria do Estudo dos Efeitos*, em que os teóricos funcionalistas procuravam verificar – financiados por entidades diretamente interessadas nos resultados – os efeitos de campanhas políticas e propagandas. Desses estudos surge a teoria denominada *Hipodérmica*, para explicar a ação dos meios de comunicação nos indivíduos, em referência ao termo “agulha hipodérmica”. Tais estudos mostram que o agendamento e os principais temas em discussão na sociedade se dão a partir dos meios de comunicação. A teoria representou a primeira reação à difusão em larga escala das comunicações de massa (Wolf, 1992).

Na década seguinte surgem os primeiros estudos de produção de notícias, com as pesquisas de David M. White, que criou o conceito de *gatekeeper*, ou “guarda do portão”, enfatizando a ação pessoal: o sujeito que seria o responsável por selecionar o que entraria ou não no jornal. Durante o processo de edição, apenas uma parte dos fatos será apurada e transformada em texto; o restante será descartado, por ser considerado irrelevante. Para Martino (2009), “o modelo de White reforça a ideia da seleção temática e as arbitrariedades do discurso das notícias e a assimetria entre as notícias possíveis e as publicadas”.

Na década de 1960 ocorre a consolidação da *Indústria Cultural* no Brasil, conceito criado a partir da publicação, em 1947, de um capítulo da obra *Dialética do Iluminismo*⁵, pelos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer, principais fundadores da Escola de Frankfurt⁶. Precusores da chamada *Teoria Crítica*, os estudiosos tinham o objetivo de promover uma crítica à manipulação ideológica e à mercantilização cultural, provocadas pelos meios de comunicação de massa. Fazendo um contraponto à perspectiva americana, pragmática e positivista, a Teoria Crítica “promove uma crítica severa à mercantilização da cultura e à manipulação ideológica operada pelos meios de comunicação de massa” (Veiga, in Hohlfeldt et al, 2001, p.56).

Adorno afirma que na indústria cultural, antes concebida como “cultura de massas”, tudo o que é produzido culturalmente é igual a qualquer produto industrial, seja ele erudito ou popular. Não é uma cultura que surge espontaneamente, do povo. A produção determina o que deve ser consumido e vice-versa, importando apenas que a mesma chegue às massas. Walter Benjamin e Siegfried Kracauer, situados um pouco distantes do grupo, repudiavam a ideia de cultura burguesa e manifestavam simpatia pelas novas formas de arte tecnológicas. Achavam que tinham que criticar o uso da técnica e não a técnica propriamente dita.

O filósofo Jürgen Habermas pertenceu à segunda geração de pensadores frankfurtianos. Procurou retomar conceitos Iluministas e buscou produzir respostas para questões dos embates e situações de crise da sociedade moderna. No livro *Mudança estrutural da esfera pública*, o filósofo afirma que, graças à formação de uma esfera pública, podemos discutir e deliberar livremente interesses comuns. E também, graças à criação dos jornais, a burguesia pôde desenvolver consciência crítica para poder questionar o pensamento do Estado e da Igreja. Hoje, com o domínio da mídia e das grandes corporações, a esfera pública é diferente daquela discutida por Habermas: não há mais um espaço físico para a realização desses debates. As discussões são superficiais, sem a consciência crítica; e o novo espaço passa a ser, por exemplo, o virtual.

⁵ Algumas traduções utilizam “Dialética do Esclarecimento”

⁶ Ao lado dos pensadores Erich Fromm, Herbert Marcuse, Walter Benjamin e Siegfried Kracauer, eles formaram a primeira geração da Escola de Frankfurt, corrente de pensamento crítica dos meios de comunicação.

Para Castells, as primeiras descobertas tecnológicas em eletrônica ocorreram a partir da Segunda Guerra Mundial. O autor afirma que o primeiro computador programável e o transistor, inventado em 1947, fonte da microeletrônica, é “o verdadeiro cerne da revolução da tecnologia da informação no século XX” (1999, p.76). Nos anos 1960, o filósofo canadense Herbert Marshall McLuhan partiu da ideia central de que o “o meio é a mensagem” para colocar o meio, o canal, a tecnologia como elementos determinantes da comunicação. Para ele, qualquer novo meio de comunicação altera toda a perspectiva das pessoas que o usam. Visionário para o seu tempo, McLuhan acompanhou o surgimento das ideias e projetos, que mais tarde ajudariam a criar a internet (Rüdiger, 2011).

Vale lembrar que, até os anos 1960, os pesquisadores da comunicação não viam o sujeito como parte das relações de comunicação. Somente a partir do surgimento da linha teórica dos Estudos Culturais, essa visão começou a mudar. Abordando os conceitos de cultura e sujeito, os pesquisadores do *Centre for Contemporary Studies* (CCCS)⁷ fizeram o resgate da problemática da cultura na comunicação e da análise da subjetividade, estudando a televisão, o feminismo, classes sociais, grupos étnicos e minorias, mas sem abandonar conceitos de hegemonia, classe social e luta de classes. Anos mais tarde, Richard Hoggart foi substituído na direção do CCCS pelo jamaicano Stuart Hall, que desempenhou importante função no trabalho sobre o papel ideológico da mídia e a natureza da ideologia, cujo fundamento refuta os postulados da análise funcionalista americana e propõe uma forma diferente de pesquisa crítica sobre os estudos das manifestações culturais.

A partir desses estudos, o espanhol radicado na Colômbia Jesús Martín-Barbero estudou a América Latina como palco de debates e reelaborou o conceito de “mediações” (R. Williams; Weber), que nos permite captar a comunicação na interação entre o espaço da produção e do consumo. O autor também estabelece um constante diálogo da comunicação com a sociologia, economia e história, mudando a concepção de campo. No livro *Dos Meios às Mediações*, Martín-Barbero revê o conceito de cultura e o processo da comunicação por inteiro, a partir da recepção.

⁷ Fundado por Richard Hoggart e incorporado por Raymond Williams e E. P. Thompson, na Inglaterra, em 1964.

No final do século XX, as possibilidades de pesquisas em comunicação cresceram com o surgimento das novas tecnologias, principalmente da internet, e da sociedade em rede (Castells). Embora ainda exista a perspectiva de estudo sobre a audiência, é possível ver e analisar, de vários ângulos, a experiência de diversos grupos sociais a partir da identidade, das relações humanas (inclusive de trabalho), por uma visão global, nacional, local ou individual. Amplia-se o campo da comunicação.

Castells (1999) afirma que estamos em meio a um novo paradigma, o da tecnologia da informação, marcado pelo amadurecimento da revolução das tecnologias da informação. Tal processo transformou o mundo do trabalho, introduzindo novas formas de divisão técnica e social. Em 1995, a mudança foi completada, com a chegada da Internet e da informação eletrônica e interativa. Houve valorização da imagem e maior velocidade da informação, que passou a circular em tempo real. Para Marcos Dantas (2014),

Desde os primórdios do capitalismo moderno, com a invenção do telégrafo e, também, das máquinas industriais de imprensa (rotativas, linotipo etc.), o capital vem tornando a comunicação indiferente à distância. Como já esclarecera Marx na Seção I do Livro II d'O Capital (MARX, 1983/1984) e no Caderno IV dos Grundrisse, o capital precisa “anular o espaço pelo tempo” (MARX, 1973: v.2, p. 13), ou seja investir em meios de comunicação, nestes incluídos os transportes de mercadoria, que viabilizem a transposição do máximo espaço, no limite das dimensões da Terra, no mínimo tempo, no limite de zero. A mercadoria física, por mais velozes que sejam os meios de transporte, sempre exigirá algum tempo para transpor o espaço. Mas a informação poderá transpô-lo em nanossegundos, se existirem os meios adequados. De fato, tanto a radiodifusão tradicional, quanto a internet ou demais redes contemporâneas definem-se, entre outros atributos fundamentais, pela anulação do tempo de realização; permitem o contato em tempo real dos agentes envolvidos na comunicação. (DANTAS, 2014, p. 90)

Ao percorrer as teorias e a história da Comunicação, a partir da globalização, vimos que a cultura e o cotidiano passam a ter um papel de destaque para a compreensão do sujeito inserido no processo comunicacional. E também que, conforme afirma Dantas(2014), “a expansão das fronteiras de negócios baseadas nessa anulação do tempo ao limite de zero, desenvolverá a indústria cultural e toda a sociedade do espetáculo”, como veremos a seguir.

1.2.2. A emergência dos grandes conglomerados e da sociedade do espetáculo

Além dos aspectos apresentados até aqui, a globalização também atinge a Comunicação a partir da proliferação de canais de comunicação e de difusão da informação, e da emergência dos monopólios, que começam a se formar no final do século XIX e que se transformaram em grandes empresas, corporações e conglomerados multinacionais (Thompson, 2014, p. 208). Esse crescimento levou a desigualdades (citadas anteriormente por Hobsbawm) que, segundo o autor, beneficiaram “mais a uns do que a outros, e que incluiu mais rapidamente algumas partes do mundo nas redes de comunicação global do que outras”.

Os avanços das tecnologias e das novas mídias na sociedade contemporânea desempenharam um papel importante na globalização, “tanto na conjunção das atividades dos conglomerados da comunicação quanto independentemente deles” (idem, p. 210). O autor destaca a utilização de sistemas de cabo, o uso de satélites e de métodos digitais de processamento, armazenamento e recuperação da informação, como os três fatores mais importantes na expansão e transmissão da informação ao longo do século XX, contribuindo para a globalização da comunicação. Essa expansão fez com que os produtos da mídia passassem a circular na arena global, pois, como afirma Ortiz (2000), antes da existência de um sistema moderno de comunicação, países e regiões distantes não tinham contato. Esse cenário só mudou com a introdução da “rede comunicativa (estradas de ferro, telégrafo, transportes, jornais, etc.)” que articularam, pela primeira vez, “este emaranhado de pontos, interligando-os entre si” (p.44).

A origem desse processo está na introdução de novos métodos de produção, que mudaram a base econômica das empresas jornalísticas, e “colocaram em movimento um processo a longo prazo de acumulação e concentração das indústrias da mídia” (Thompson, p. 209), processo que assumiu um caráter transnacional no decorrer do século XX.

Conglomerados de comunicação expandiram suas operações para outras regiões fora de seus países originais; e parte dos interesses financeiros e industriais, dentro de explícitas políticas

globais de expansão e diversificação, foi canalizado para a aquisição substancial de ações nos setores de informação e de comunicação. Através de fusões, compras ou outras formas de crescimento corporativo, os grandes conglomerados assumiram uma presença sempre maior na arena global do comércio de informação e de comunicação (THOMPSON, 2014, p.209)

As novas tecnologias da era da globalização também criaram uma cultura multimídia, em que a espetacularização e o consumo são mais valorizados a cada dia. Artistas do cenário musical, da televisão, cinema e teatro, esportistas, e até mesmo profissionais de comunicação tornaram-se ícones, e são os protagonistas de uma nova economia, impulsionada pela internet e pelas redes sociais. “A cultura da mídia promove espetáculos cada vez mais sofisticados para conquistar audiências e aumentar o poder de lucro da indústria cultural”, afirma o filósofo Douglas Kellner (2006, p.19).

Para Kellner, a vida político-social é moldada pelo espetáculo, e a rede é comandada por quem tem o domínio dos meios e instrumentos. O filósofo utiliza o conceito “sociedade do espetáculo” para estudar, de modo mais específico e contemporâneo, como os espetáculos são construídos, produzidos e divulgados. Ele diz que “o espetáculo envolve os meios e instrumentos que incorporam os valores básicos da sociedade contemporânea e servem para doutrinar o estilo de vida dos indivíduos” (2006; p.122). O conceito foi criado nos anos 1960 pelo teórico francês Guy Debord para descrever, de modo abrangente, a mídia e a sociedade de consumo e seus efeitos, e está ligado à alienação e passividade. Para Debord, “o espetáculo na sociedade representa concretamente uma fabricação da alienação” (2003, p. 26) e, ao consumir esse espetáculo, o homem estaria se afastando de uma vida produtiva. Claudio Novaes Pinto Coelho (2011) lembra que “Debord definiu o espetáculo como o conjunto das relações sociais mediadas pelas imagens”, e que a sociedade do espetáculo do autor “corresponde a uma fase específica da sociedade capitalista, quando há uma interdependência entre o processo de acúmulo de capital e o processo de acúmulo de imagens”, fator que pode ser observado no marketing, onde há grande produção e consumo (fetichismo) de mercadorias. A espetacularização está bastante presente hoje no cotidiano nos meios de Comunicação, mantendo uma relação cada vez mais próxima com o jornalismo, principalmente no televisivo.

A cultura do espetáculo expandiu-se para todos os aspectos da vida social, e a cultura da mídia global “está dominada por megacorporações que combinam entretenimento, informação e uma vasta seleção de produtos comercializáveis” (Kellner, 2006, p.124). Como exemplos, o autor cita fusões das redes de televisão norte-americanas que se uniram a outros setores da indústria cultural, como *CBS* e *Westinghouse*; *Time Warner* e *Turner Communications*; *ABC*, *Capital Cities* e *Disney*, entre outras, ocorridas nos anos 1980 e 1990, além da *Time Warner* e *America On-Line* (AOL), em meados dos anos 2000, envolvendo bilhões de dólares. As fusões entre grandes corporações de telecomunicação e entretenimento expandiram-se na última década para grupos europeus e latino-americanos, reunindo corporações envolvidas nas mais diversas áreas, inclusive entre indústrias de cabo e satélite, resultando, segundo o autor, em menor competição e diversidade, maior controle corporativo dos jornais e do jornalismo, da televisão, rádio, filmes e outras mídias (Kellner, 2006).

Hoje a comunicação está concentrada nas mãos de poucos grupos empresariais e transnacionais, megagrupos midiáticos que priorizam estratégias mercadológicas e que, como qualquer empresa capitalista, visam ao lucro; além disso, controlam a produção e a difusão das informações e do entretenimento. No Brasil não é diferente: as empresas de comunicação e/ou entretenimento estão nas mãos de poucos grupos familiares, que monopolizam a informação no país. É a mercantilização da mídia. Para Dênis de Moraes, “as corporações de mídia e entretenimento exercem um duplo papel estratégico na contemporaneidade”, por legitimar o ideário global e transformá-lo em discurso social hegemônico, “propagando visões de mundo e modos de vida que transferem para o mercado a regulação das demandas coletivas” (2004; p.187).

Nas últimas décadas, movimentações bilionárias agitaram o mercado, com fusões não apenas nas áreas de mídia e entretenimento, como também de grupos editoriais; no mercado da arte e dos grandes eventos esportivos, cujas competições e poder de divulgação televisiva, “viraram nichos econômicos no mercado global” (Moraes, 2013; p. 45). Para o pesquisador norte-americano Tim Wu, os conglomerados são a forma organizacional dominante nas indústrias da informação do final do século XX e começo do século XXI, e “não é possível entender as comunicações nem a indústria cultural norte-americana ou global sem compreender o conglomerado” (2012; p. 264).

Ao recuperar a história das comunicações no século XX, o autor mostra a consolidação do “império da informação” e suas consequências, mostrando que a monopolização dos meios levaria, também, ao controle e à censura. Segundo ele, enquanto as indústrias da informação construíam estruturas poderosas, principalmente nos anos 1930, ocorria, nessa mesma época, “um dos períodos mais repressivos da história dos Estados Unidos em relação a novas formas e ideias”, (2012, p.18). Ele cita como exemplos a fita magnética e a secretária eletrônica, inventadas por cientistas e engenheiros dos Laboratórios Bell na década de 1930, e ocultadas pela gerência da empresa, que vetou as invenções por receio de que o público abandonasse o telefone. “Na imaginação de Bell, o simples conhecimento de que era possível gravar uma conversa ‘restringiria muito o uso do telefone’, com consequências catastróficas para os empreendimentos” (idem, p.133). Graças a esse “cuidado”, as invenções só se tornaram conhecidas e começaram a ser usadas na década de 1990, sessenta anos depois. Outro exemplo foi a criação do “Código de Produção”, pelo reverendo Daniel Lord, e que “especificava o que era aceitável nos filmes de Hollywood de 1934 até os anos 1960”. O grupo católico conservador liderado pelo reverendo conseguiu, com este código, controlar o cinema nos Estados Unidos da época, exercendo, segundo o autor “uma forma de censura sem qualquer autoridade formal ou oficial, comparável à praticada nos regimes autoritários” (p. 144). Para eles, os produtos culturais deveriam servir para aperfeiçoar o homem, informando, educando e entretendo, e a comunicação humana deveria apenas reforçar a verdade revelada, e não contestá-la.

Tais exemplos demonstram o quanto a censura, a vigilância e o controle foram e são importantes para a manutenção e sobrevivência dos monopólios de grupos de Comunicação, informação e entretenimento. E mostram também que nem sempre essas formas de cerceamento são feitas pelo Estado, cujo papel “embora significativo, não pode ser comparado ao poder da indústria para censurar a expressão ou reprimir a criatividade” (Wu, 2012, p 126).

A informação está, atualmente, no topo da escala de valores da Sociedade. É a principal moeda de troca, é obrigatório conhecer e saber compartilhar as informações, saber usufruir o conhecimento como um todo, não apenas como benefício próprio. Vários autores já registraram as mudanças ocorridas em decorrência da valorização da

informação em todos os setores. No livro “Comunicación y Poder” (2009), Manuel Castells aborda a mudança da política por meio da transformação da comunicação; para ele, a economia de nosso tempo apresenta um novo tipo de capitalismo, voltado para a informação. Ramonet (2004) afirma que passamos para um mundo do “imediatismo, do instantaneísmo”, sem tempo para estudar a informação. Para ele, a informação, cada dia mais gratuita, é paga, na verdade, pela publicidade. E a empresa jornalística deixou de vender informação para vender consumidores a seus anunciantes.

A globalização e os avanços tecnológicos produziram efeitos, não só na Comunicação e na sociedade, mas também no mundo do trabalho, com a reestruturação produtiva que dominou todo o século XX e invadiu o século XXI.

1.3. A reestruturação produtiva do mundo do trabalho a partir da globalização

Além da propagação dos meios de comunicação, durante a globalização ocorreu uma reorganização produtiva do trabalho. Como já dissemos anteriormente, principalmente a partir do século XX, o capitalismo entra em nova fase monopolista e financeira. A intensificação do trabalho e o aumento da produção levam à criação e à introdução de novos instrumentos produtivos, que redefiniram a velocidade, o ritmo impostos ao trabalho e a novas formas de racionalização do processo produtivo: o taylorismo, o fordismo e, mais tarde, o toyotismo. Segundo Ricardo Antunes, o binômio taylorismo/fordismo foi “a expressão dominante do sistema produtivo e de seus respectivos processos de trabalho, que vigorou na grande indústria, ao longo praticamente de todo século XX” (2003, p. 36). Esse sistema baseava-se na produção em massa de mercadorias, que se estruturava a partir de uma produção mais homogeneizada e enormemente verticalizada. Segundo ele,

Uma linha rígida de produção articulava os diferentes trabalhos, tecendo vínculos entre as ações individuais das quais a *esteira* fazia as interligações, dando o ritmo e o tempo necessários para a realização das tarefas. Esse processo produtivo caracterizou-se, portanto pela mescla de produção em série fordista com o cronômetro taylorista, além da vigência de uma separação nítida entre elaboração e execução. Para o capital, tratava-se de apropriar-se do *savoir-faire* do trabalho, “suprimindo” a dimensão intelectual do trabalho operário, que era transferida

para as esferas da gerência científica. A atividade de trabalho reduzia-se a uma ação mecânica e repetitiva. (ANTUNES, 2003, p. 37)

O processo mecânico e repetitivo taylorista/fordista expandiu-se para a indústria automobilística norte-americana e transformou a produção industrial capitalista, difundindo-se posteriormente para o setor de serviços e para outros países capitalistas. Ainda segundo Antunes, representou “a forma mais avançada da racionalização capitalista do processo de trabalho ao longo de várias décadas do século XX” (2003, p. 38). Os dois métodos aumentaram a produção e o acúmulo de capital, ao mesmo tempo em que intensificaram o trabalho, provocaram o desemprego e a desqualificação dos operários e, somente no final dos anos 1960, começaram a dar sinais de esgotamento.

Após a Segunda Guerra foi criada na fábrica Toyota, no Japão, uma nova forma de organização do trabalho que logo se espalhou pelas outras indústrias do país: o toyotismo. Diferentemente do taylorista/fordista, que produzia em série, o novo método utiliza uma produção variada e homogênea, vinculada à demanda. Têm uma estrutura horizontalizada e adota o trabalho em equipe, com multivariabilidade de funções, além de estruturar a produção num processo produtivo flexível, que possibilita que um operário controle várias máquinas ao mesmo tempo (Antunes, 2003). O novo sistema procurou o melhor aproveitamento possível da produção, seguindo o princípio do *just in time*, e importou o método e as técnicas de gestão dos supermercados americanos, que deram origem ao *kanban*, cuja lógica de reposição dos produtos obedece à pós-venda. Segundo o autor, “o toyotismo também ofereceu uma resposta à crise financeira japonesa do pós-guerra, aumentando a produção sem aumentar o contingente de trabalhadores” (2003, p. 55), e também recolocando o Japão entre os grandes acumuladores capitalistas.

Ao colocar vários operários trabalhando ao mesmo tempo com várias e diversificadas máquinas, com tempo e ritmo controlados por luzes, o toyotismo inaugurou uma nova fase de racionalização do processo produtivo. Essa fase é marcada pela intensificação da força de trabalho, que aliada à apropriação das atividades intelectuais, configura uma época de retomada do capital. Para o pesquisador de intensificação do trabalho na sociedade contemporânea Sadi Dal Rosso, o sucesso e a

expansão do sistema Toyota para outras áreas se dá porque é aquele que mais exige do trabalhador e, conseqüentemente, apresenta maiores resultados. Para ele,

O método toyotista talvez seja aquele que mais recorra à inteligência do trabalhador no trabalho industrial, não enquanto promovendo sua autonomia ou liberdade, mas no sentido de usar a capacidade de controle de defeitos, eliminação das perdas, controle de diversas máquinas por um mesmo trabalhador e uso da criatividade do trabalhador em benefício da empresa, mediante a ativação das dimensões da socialização e do relacionamento corporativo com os outros por meio do trabalho em equipes e dos círculos de controle de qualidade. (DAL ROSSO, 2008, p.30)

Esses novos processos de organização, também chamados pós-fordistas, tinham como objetivo uma mão de obra capaz de trabalhar com tecnologias e processos mais flexíveis, para atender à demanda do mercado, sem que houvesse mudança de equipamentos. A partir daí houve uma reestruturação do mercado de trabalho, ou a transição do fordismo para a acumulação flexível que, segundo Harvey, “envolve rápidas mudanças dos padrões de desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões demográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego no chamado ‘setor de serviços’, bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas” (1999, p. 140).

Tais métodos foram adaptados ao Ocidente principalmente a partir da década de 1980, época em que ocorreram profundas transformações no mundo do trabalho de países de capitalismo avançado, trazendo para a sociedade contemporânea a chamada reestruturação produtiva. A “flexibilização” demandou, por exemplo, a crescente contratação de mão de obra terceirizada para realizar serviços de produção, limpeza e vigilância, entre outros fazendo com que convivessem num mesmo ambiente trabalhadores contratados com terceirizados (Bernardo, 2009). Essas modificações abalaram não só a *materialidade*, como a *subjetividade* da *classe-que-vive-do-trabalho*, mas também a sua *forma de ser* (Antunes, 1995). Além disso, essa flexibilização da organização do trabalho tem conseqüências diretas na percepção da compressão do espaço-tempo (Harvey, 1999) social.

Bresciani (1997, p.88) considera que a flexibilidade ocupa lugar de destaque em meio à crise que envolveu os “mundos do trabalho” na sociedade contemporânea. Segundo ele, há uma corrente de pensamento que defende a presença da flexibilidade “nos sistemas de produção, na organização do trabalho, na estrutura de relações trabalhistas” como fonte de sucesso, e outros que a denunciam como “fonte de todos os males, instrumento do lucro voraz, ferramenta do capitalismo em sua nova ofensiva do século XX, apontada como o novo nome do trabalho, que é flagelo, tortura e dor”. Para ele, o termo é relevante no Brasil por ser utilizado como sinônimo de desregulamentação.

Para Ricardo Antunes, essas novas configurações chamadas de flexibilização trouxeram à tona uma velha modalidade de trabalho, o precário, “com o objetivo de recuperar as formas econômicas, políticas e ideológicas da dominação burguesa” (p.233). Em suas novas formas, o trabalho precário surge como “empreendedorismo”, “cooperativismo” e “trabalho voluntário”, entre outros. Para o autor, entre as diferentes formas de flexibilização imposta pelas empresas destacam-se “a salarial, de horário, funcional ou organizativa”.

A flexibilização pode ser entendida como “liberdade da empresa” para desempregar trabalhadores; sem penalidades, quando a produção e as vendas diminuem; liberdade, sempre para a empresa, para reduzir o horário de trabalho ou de recorrer a mais horas de trabalho; possibilidade de pagar salários reais mais baixos do que a paridade de trabalho exige; possibilidade de subdividir a jornada de trabalho em dia e semana segundo as conveniências das empresas, mudando os horários e as características do trabalho (por turno, por escala, em tempo parcial, horário flexível etc.); dentre tantas outras formas de precarização da força de trabalho. (ANTUNES, 2009, p. 234)

Segundo Marcia de Paula Leite (2009, p. 32), é nesse contexto de crise do trabalho assalariado que surge no Brasil, principalmente a partir dos anos 1990, um conjunto de experiências alternativas, que posteriormente passou a ser reconhecido com o nome de *Economia Solidária*. Tal movimento nasceu, segundo a autora, de

trabalhadores que perderam o seu emprego e não conseguiram novas colocações, formais ou informais, e buscaram montar “cooperativas de trabalho e de produção, e de associações de trabalhadores, nas quais se busca a autogestão”. Ela destaca que não existe entre os teóricos uma unanimidade conceitual sobre a Economia Solidária, e que essa discussão já colocou em lados opostos pesquisadores como Rosa Luxemburgo, Bernstein e Marx, entre outros. O tema ganha destaque hoje, tendo em vista “a grande quantidade de experiências que vêm se espalhando pelo mundo afora, em virtude das mudanças que têm ocorrido no mercado de trabalho”.

Entre as abordagens estudadas sobre a Economia Solidária, Leite (2009, p. 32) destaca: a) a ideia da transformação social das relações de produção capitalistas, e “sua substituição pelos princípios socialistas de igualdade e solidariedade, baseados na ideia de autogestão e de controle operário sobre a produção”; b) um novo fenômeno “que tem a ver com a crise da relação salarial que se abriu no último quartel do século passado e que, embora retome experiências do século XIX como as cooperativas e os empreendimentos autogestionários, adquire novos significados no atual contexto econômico e social”; c) uma busca por “renovação das atividades associativas, que testemunham não só uma alternativa à crise do emprego, mas também o desejo de *trabalhar de outra maneira*”, o que significaria ter uma maior qualidade de vida, entre outros; e d) experimentos efêmeros e fugazes, sem importância social, que “tendem a se multiplicar em momentos de crise do capitalismo para desaparecer logo em seguida”, por conta de dificuldades “como a baixa capitalização, a falta de capacitação técnica dos trabalhadores para gerir os negócios, a falta de comprometimento do conjunto dos trabalhadores com os ideais cooperativistas”, entre outros.

Ao descrever as novas relações trabalhistas impostas pela reestruturação produtiva, que atingiu a todas as áreas, os autores nos aproximam da realidade dos jornalistas. O vínculo de trabalho destes profissionais sofreu grandes transformações nas últimas décadas, como um aumento no número dos contratos de trabalho por projetos ou por tempo determinado (os *freelancers*), a exigência pela apresentação de notas fiscais de empresas jurídicas (ou PJ), além da propagação de um discurso em prol do empreendedorismo, entre outras formas de redução do contrato de trabalho com registro em carteira. Tais mudanças trouxeram como consequência a perda de direitos

trabalhistas, como gozo de férias, FGTS e reajuste por acordo coletivo, entre outros. Além disso, a cada ano é maior a redução do número de vagas oferecidas, aos jovens recém formados, obrigando os jornalistas a encontrarem novos locais, formas e métodos de trabalho.

Fonseca e Souza (2006) consideram que o jornalismo brasileiro passou pelo pós-fordismo nas redações, onde a reestruturação do modo de produção capitalista tem implicações sobre a organização do trabalho no jornalismo industrial. Para eles, a transição para o regime flexível de acumulação, iniciada a partir de 1973 entre os países capitalistas avançados aconteceu no Brasil apenas nos anos 1990, quando o avanço tecnológico e a Internet já faziam parte da reestruturação do capitalismo, o que é coerente com a lógica capitalista de acumulação. Nessa época, com a chegada da Internet, da informação eletrônica e interativa, mas, principalmente, com a informatização das redações, começou um rápido processo de transformação no mundo do trabalho desses profissionais. Para Alzira Abreu (2002), a informatização representou também um salto em termos de rapidez na execução das tarefas e distribuição de jornais, tornando os horários mais rígidos para os profissionais.

Tais mudanças foram comprovadas na pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*⁸, que mostrou, em suas conclusões, que o mercado de trabalho para o comunicador exige um profissional com diversas habilidades em multiplataformas; também com noções de marketing e de administração, visto que se prioriza o consumidor e os públicos mais diversos. Sobre as relações de trabalho, a pesquisa apontou que elas ficaram mais competitivas, e nem sempre com respaldo em valores éticos, pois a concorrência e as condições contratuais precárias deixaram os profissionais em situação de desvantagem. A pesquisa mostrou ainda que o comunicador está dividido entre a função de informar sobriamente os fatos e atender as demandas de um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, cujas regras vão ao encontro da precarização do trabalho (terceirização, pessoa jurídica) e da polivalência do profissional. O repórter, que no século passado era apenas um cidadão

⁸Realizada entre 2006 e 2008 pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), da ECA/USP, com o apoio da FAPESP. Disponível em <http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2005-2007/> Acesso em 05/11/2014

curioso e cheio de ideais, sem formação específica, deu lugar ao jovem recém-formado na faculdade de jornalismo, oriundo de camadas privilegiadas da população. A figura do jornalista mais experiente, que antes repassava informações e conselhos para os mais novos, não existe mais, assim como diagramadores, revisores, secretários de redação e *past-ups*.

Quem consegue vaga nas redações, vê o seu tempo reduzido, controlado e o trabalho ampliado, como na mais autêntica fábrica fordista do começo do século. Para Fonseca e Souza, “o acúmulo de funções, a fusão e até a supressão de algumas etapas no processo de produção do jornal, por constituírem ‘retrabalho’” (2006, p.6) são mudanças coerentes com a lógica capitalista de acumulação, que visam maior produtividade. Além disso, como se não bastasse, a partir da introdução dos computadores, o tempo de trabalho se estendeu às residências, ao convívio com os familiares, enfim, ao horário que deveria ser de descanso. Ana Claudia Moreira Cardoso (2009) lembra que “se o tempo de trabalho fica cada vez mais flexível, o mesmo acontece com os tempos de não trabalho, ou melhor, com os tempos fora dos locais de trabalho, afinal, ambos ocupam as mesmas 24 horas” (2009, p. 48)

Antunes (2009, p. 235) enumera as principais “metamorfoses” provenientes da reestruturação produtiva do capital: a) a redução dos trabalhadores das fábricas, os operários, metalúrgicos, aqueles que representavam a estabilidade, “dando lugar a formas mais regulamentadas de ocupação”; b) Em contrapartida, há o aumento das modalidades de trabalho precarizado (terceirizados, subcontratados, etc.); c) o aumento da mão-de-obra feminina em países avançados e também na América Latina; d) expansão dos assalariados do setor de serviços (provavelmente aqueles provenientes das indústrias); e) exclusão dos jovens e também daqueles considerados “idosos” (com idade em torno de quarenta anos) do mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que ocorre uma inclusão precoce de crianças; f) a expansão de “formas alternativas de ocupação”, em empresas do terceiro setor, com perfis mais comunitários, motivadas pelo trabalho voluntário; g) o crescimento do trabalho à domicílio. O autor mostra, também, o surgimento de novas modalidades precarizadas de trabalho, como as operadoras de telemarketing e os motoboys, entre outros, que constituem o que a autora Ursula Huws chamou de “cibertariado”, ou “o novo proletariado da era da

cibernética que vivencia um trabalho (quase) virtual em um mundo (muito) real” (idem, p. 237).

São as novas configurações do mundo do trabalho, que se transformaram a partir do avanço do capitalismo e da globalização e atingem profundamente todos os campos profissionais, mas especialmente, aqueles da Comunicação.

1.4. O migrante da Comunicação

Utilizamos a expressão *Migrante da Comunicação* para definir o profissional que migrou de um meio de comunicação a outro, a partir do surgimento de novas mídias, primeiro analógicas; depois, digitais. São, por exemplo, profissionais da fotografia que migraram para o cinema; trabalhadores do rádio que foram para a televisão e, mais recentemente, jornalistas que migraram dos meios de comunicação tradicionais (impressos, rádio, televisão), para os meios digitais. Situações de trabalho características dos séculos XIX e XX que se modificaram com a virtualidade das redes do século XXI. Tais mudanças trouxeram novos dilemas e desafios para o profissional de comunicação, sujeito que protagoniza as transformações na sociedade contemporânea. E o jornalista blogueiro é, segundo nossa interpretação, um migrante da comunicação.

Mesmo com os automóveis, a ferrovia continua a ser um importante meio de transporte nos países do Primeiro Mundo; a televisão não suplantou o rádio, que permanece como veículo predominante em países do Terceiro Mundo e, mesmo com a avalanche de e-mails que recebemos e enviamos todos os dias, as cartas ainda são enviadas pelo correio. Mas, “à medida que os avanços tecnológicos se aceleravam cada vez mais (com períodos de calmaria), as antigas tecnologias eram desafiadas, e, acima de tudo, sua estrutura institucional precisava ser repensada” (Briggs e Burke, 2006, p. 263).

Os trabalhadores/comunicadores precisaram vencer desafios e repensar posições, para poderem se adaptar – e sobreviver - aos novos tempos. Assim como os funcionários das ferrovias, da indústria cinematográfica, do rádio, da televisão, os jornalistas estão em fase de transição, não só tecnológica, mas também cultural, de relações pessoais, liberdades individuais. A explosão de técnicas ocorrida no século

passado mudou consideravelmente o estatuto da comunicação (Wolton, 2003). A eficácia dos meios melhorou o acesso à informação e transformou os valores da sociedade, mas, ao mesmo tempo, afetou profundamente alguns setores profissionais. E o jornalismo é um exemplo disso.

Sempre que aparece um novo meio de comunicação – e isso acompanha o desenvolvimento do capitalismo – presume-se o desaparecimento dos que então existem. Assim aconteceu com o aparecimento do rádio e, depois, com o aparecimento da televisão. Na verdade, o novo meio de comunicação importou em mudança significativa na área, mas não importou no desaparecimento dos então existentes. Aconteceu, certamente, uma diferenciação de tarefas, de acordo com as características dos novos meios, de penetração maior e mais rápida do que a imprensa. E isso correspondeu, sem dúvida, a mudanças também significativas no papel da imprensa. Todos os meios, os de massa e a imprensa, trabalham com a informação, no aspecto da notícia, mas operam de maneiras diferentes. A informação instantânea, fornecida pelos meios de massa, deve ser completada pela informação calcada na análise, mais lenta e presumidamente mais profunda. De qualquer maneira, todos esses meios, na sociedade capitalista, comercializam essa mercadoria especial que é a informação. São meios que vendem informação: quem controla a informação, controla o poder. (SODRÉ, 1999, p. XIV e XV)

A Revolução da tecnologia é considerada o ponto de partida das mudanças da nova economia. Com o surgimento da Internet e o conceito de sociedade em rede (Castells), a dinâmica social passa a ter uma nova centralidade. Muda a geografia da rede (todo o mundo pode se conectar); a concentração está nos provedores de acesso; há uma divisória digital, com separação entre os que possuem acesso à rede e os que não o têm; há também modificações nas sociabilidades entre as pessoas e transformações nos meios de comunicação.

Diante dessas mudanças, o comunicador é o personagem/sujeito sensível à geografia móvel da informação (Cavenaghi e Baldessar, 2012). Ao observarmos o trabalho do jornalista, por exemplo, identificamos mudanças nos meios de produção, nas funções e no local de trabalho desse profissional. As informações noticiosas que antes se davam dentro das redações, hoje estão além das fronteiras provocando uma migração não só do lugar de produção, como também dos produtores (idem). E a consequência dessa grande transformação se faz presente na relação do profissional

com o espaço, com o tempo do trabalho e com o produto de seu trabalho: a informação jornalística (Fígaro, 2010).

De fato, diante das possibilidades oferecidas pela tecnologia digital, a forma de fazer jornalismo vem se transformando radicalmente. (...) De um lado, proporciona maior mobilidade ao repórter, que pode transmitir informação de qualquer lugar onde esteja; de outro, tende a prendê-lo à redação, diante da possibilidade de obter dados pela internet ou pelos incontáveis aplicativos para celular.” (MORETZSOHN, 2013, p.18)

No livro “A migração digital” (2001), Lorenzo Vilches trata da migração de uma nova economia dos meios na sociedade da informação. Para o autor, a partir do surgimento das tecnologias da globalização pós-industrial, “o mundo não se divide entre ricos e pobres, mas entre os informados e aqueles que ficaram fora da era das conexões (p. 32)”, mudando o sentido da nova migração para países desenvolvidos, que também são porta de entrada para “o mundo das redes e da nova cultura dos meios, baseada na comercialização da comunicação”. Mas, se o que separa os conectados dos não conectados é exatamente a falta de recursos financeiros, a divisão proposta por Vilches é irreal, pois os recursos da sociedade da informação se dividem da mesma forma que as classes no capitalismo, com conexão e acesso para as elites, e limitações para os desfavorecidos.

O autor aponta ainda para uma valorização do capital do conhecimento (conceitos, ideias, sons e imagens) no século XXI, com profundas mudanças nas relações econômicas nas empresas multimídia e também nos conceitos de produção no sistema capitalista.

As comunicações – que tiveram início, na Antiguidade, com a mercantilização dos barcos para o transporte de produtos e do fluxo migratório, e que foram continuadas, na época industrial, com os meios de transporte terrestres – são agora espaço-virtuais e estão prestes a chegar ao centro da pessoa e converter em mercado a própria identidade do Eu. A vasta migração para os bens intangíveis poderia ter aqui seu definitivo ponto de chegada. (VILCHES, 2001, p.35)

Para Vilches, as comunicações *são os meios*, e a história é contada pelos meios. A nosso ver, a comunicação *usa os meios*, que são, eles mesmos, meios de produção, e ambos estão subordinados ao desenvolvimento histórico. Raymond Williams (2011, p.

69), afirma que os meios de comunicação – das formas físicas mais simples às tecnológicas - “são sempre social e materialmente produzidos e, obviamente, reproduzidos”, e isso ocorre porque os meios de comunicação não são apenas formas, mas meios de produção, “uma vez que a comunicação e os seus meios materiais são intrínsecos a todas as formas distintamente humanas de trabalho e de organização social, constituindo-se assim em elementos indispensáveis tanto para as forças produtivas quanto para as relações de produção”.

Para os comunicadores, não há dúvidas de que as novas mídias trouxeram maior agilidade. Alargaram a noção de notícia em tempo real que o rádio inaugurou e a televisão se esforça por desempenhar. A informação em tempo real do *Twitter*, do *blog*, do *Facebook* e do celular tem especificidade e conta com um novo protagonista, o cidadão comum, testemunha do fato, que alerta com sua mensagem de texto, imagem ou som, a comunidade e os meios de comunicação sobre o acontecimento. Trouxeram também os embates geracionais entre os jovens nascidos na era da internet, os *nativos digitais* (Prensky, 2001) e os *imigrantes digitais*, jornalistas maduros que precisaram se adaptar à polivalência dos novos tempos. Vilches (2001) destaca ainda os *emigrantes da rede*, jovens que passam o tempo todo conectados ao computador, seja como usuários, trabalhadores conectados, ou clientes. Bernardo Kucinski (2012) afirma que a comunicação virtual “tornou-se o *locus* formativo do ser humano, seu contato com o mundo e seu caldo de cultura, desde os primeiros passos”, e acha surpreendente a naturalidade e a passividade com que as tecnologias são apropriadas pelas novas gerações. Para ele, “a comunicação virtual é mais natural e adequada à capacidade imaginativa do ser humano do que as formas anteriores limitadas pela rigidez da máquina e da matéria” (idem, p.7).

Mas essa migração e adaptação às novas tecnologias não foi benéfica para qualquer tipo de profissional de Comunicação. Para Marcos Dantas (2012, p. 180), esses profissionais que se integram ao novo regime de acumulação e são bem sucedidos pertencem a um grupo minoritário, pois no atual processo capitalista da informação social a maior parte está, na verdade, vivendo na exclusão, por não possuírem “o conhecimento racionalizado científico-técnico necessário para produzir e consumir valores de uso exigidos pela nova lógica de acumulação”. Segundo o autor, esses

profissionais estão excluídos por não estarem preparados, educacional e culturalmente, para “executar as tarefas demandadas por um regime de acumulação de natureza científico-técnica”, gerando a pouca oferta de trabalho e o desemprego.

Neste caso, a literatura econômica ou sociológica tem procurado demonstrar que as novas tecnologias nem sempre provocam ou aumentam o desemprego – pelo menos, não desemprego maciço - porque a introdução de sistemas informatizados na produção imediata não somente requer o emprego de indivíduos para projetá-las e operá-las, como costuma a se dar em setores produtivos nos quais os processos anteriores de trabalho já reduziram a massa de mão de obra direta à quantidade e qualidade adequadas à automatização. (DANTAS, 2012, p. 180)

Diante de todas essas reflexões, voltamos ao início do capítulo e a Milton Santos, que afirmou que a centralidade de todas as ações está concentrada no dinheiro, “em suas formas mais agressivas, um dinheiro em estado puro e sustentado por uma informação ideológica” (2013, p.147). Fato que transforma, modifica e distorce profundamente as relações sociais, o trabalho, o lazer, os espaços geográficos, as identidades. Para o autor, a globalização não é irreversível, e a solução para resolver esse conflito seria uma mudança radical, uma nova globalização, com a centralidade de todas as ações voltada para o homem, que retomaria, a seu ver, as relações interpessoais, a solidariedade social, “a ser exercida entre indivíduos, entre o indivíduo e a sociedade, e vice-versa, entre a sociedade e o Estado, reduzindo as fraturas sociais, impondo uma nova ética” (p. 148) e, talvez, constituindo uma base sólida para uma nova sociedade. Quem sabe, assim, centralizado no homem, e mais justo, o mundo voltaria ao seu eixo.

CAPÍTULO 2

A SOCIEDADE EM REDE: NOVAS RELAÇÕES DE VALOR, PODER E CONTROLE

No final do século XX, três processos independentes se uniram, inaugurando uma nova estrutura social predominantemente baseada em redes: as exigências da economia por flexibilidade administrativa e por globalização do capital, da produção e do comércio; as demandas da sociedade, em que os valores da liberdade individual e da comunicação aberta tornaram-se supremos; e os avanços extraordinários na computação e nas telecomunicações possibilitados pela revolução microeletrônica. Sob essas condições, a Internet, uma tecnologia obscura sem muita aplicação além dos mundos isolados dos cientistas computacionais, dos hackers e das comunidades contraculturais, tornou-se a alavanca na transição para uma nova forma de sociedade – a sociedade em rede – e, com ela, para uma nova economia. (Manuel Castells, 2001, p. 8)

Ao retomarmos o percurso da globalização e suas consequências para a sociedade contemporânea, verificamos no capítulo anterior que os avanços tecnológicos e comunicacionais, além da reestruturação produtiva do mundo do trabalho, trouxeram profundas mudanças, principalmente no final do século XX. É nesse contexto que vivenciamos o surgimento das Novas Tecnologias Microeletrônicas de Informação e Comunicação (NTICS) das redes telemáticas e também da Cibercultura, que vem a ser “a cultura que surge a partir dessas transformações, tendo na comunicação mediada por computadores (CMC), seu centro” (Lemos, 2014, p. 412). As NTICS são os computadores, a internet, os telefones móveis (celulares), os aparelhos digitais e tablets, entre outros. Para o autor, esses dispositivos não são apenas uma nova tecnologia, mas “são o alicerce do século XXI”, tornando o seu entendimento fundamental para compreender o campo comunicacional contemporâneo.

Nos últimos anos, diversos autores teorizaram a respeito das NTICS sob os mais diversos ângulos, e utilizaram inúmeras terminologias para nomeá-la, como “novas mídias, cultura digital, cultura do virtual, cultura ou sociedade informacional, sociedade pós-industrial, em rede e do conhecimento, entre outras” (Lemos, 2014, p. 413). Neste capítulo, utilizaremos a terminologia adotada pelo sociólogo Manuel Castells, *Sociedade em Rede*, para abordar o surgimento da Internet e das redes sociais, e suas implicações

para a sociedade contemporânea. Para ele, a rede é a forma organizacional da *Era da Informação*, cuja base tecnológica é a Internet (2001, p.7).

Além disso, abordaremos neste capítulo, a partir da *Sociedade em Rede*, as novas relações de valor e poder da sociedade contemporânea: fatores como reputação, credibilidade e visibilidade tornaram-se moeda de troca extremamente valorizados, principalmente após o surgimento das redes sociais. Ao mesmo tempo em que as pessoas aprendem o valor libertário da Comunicação na *Sociedade em Rede*, aparecem novas formas de controle e censura, principalmente aos profissionais de comunicação, fatores agravados, no caso do Brasil, pelo controle hegemônico da mídia, e das históricas limitações e censura à liberdade de expressão e de imprensa no país. Consideramos que tais reflexões nos ajudarão a responder às questões iniciais da pesquisa, justificando a migração dos jornalistas dos meios analógicos para os meios digitais, e a busca por novos arranjos econômicos, independência e autonomia para trabalhar.

2.1. A era tecnológica e a sociedade da informação

No livro “A Sociedade em Rede” (1999), o primeiro de três volumes da série “A Era da Informação”, Manuel Castells parte da revolução da tecnologia da informação para analisar “a complexidade da nova economia, sociedade e cultura em formação” (p. 43). Ao abordar temas tão complexos e diversos, baseados em dados de pesquisas norte-americanas e europeias, o autor espanhol “atualizou os termos do debate, apontando para o futuro das polêmicas em torno da natureza do trabalho humano vivo na contemporaneidade” (Ricardo Antunes, 2009, p. 8)

Castells afirma que ocorreram na história duas revoluções industriais; a primeira, marcada pela criação de tecnologias como a máquina a vapor, no final do século XVIII, e a segunda, a partir do desenvolvimento da eletricidade, cem anos depois, época que também deu início às tecnologias da comunicação (telégrafo e telefone), como vimos no capítulo anterior. A terceira revolução, a da tecnologia da informação, teria começado durante a Segunda Guerra Mundial, com a invenção do computador e do transistor, e se estende até os dias atuais. Castells ressalta, porém, que “só na

década de 70 as novas tecnologias da informação difundiram-se amplamente, acelerando seu desenvolvimento sinérgico e convergindo em um novo paradigma” (1999, p. 76).

O primeiro computador, batizado ENIAC, foi concebido na época da Segunda Guerra Mundial, mas desenvolvido fisicamente apenas em 1946, por pesquisadores do Instituto de Tecnologia de Massachusetts (MIT), patrocinados pelo exército norte-americano. Mas a grande virada ocorreu, segundo Castells, com a invenção do microprocessador, em 1971, que consistia em um computador com um único chip, capaz de processar e armazenar informações em qualquer lugar, causando uma “revolução dentro de revolução” (p.79). “O aumento da capacidade dos chips resultou em um aumento impressionante da capacidade dos microcomputadores” (1999, p.80), principalmente nos últimos vinte anos do século XX, fato que levou à proliferação dos computadores pessoais. Como se pode ver, na terceira revolução, a tecnologia cresceu em ritmo acelerado; entre a invenção do primeiro computador (1946) e do microprocessador (1971), passaram-se apenas 24 anos, período em que também foi criada a internet, meio que viria a transformar definitivamente o mundo contemporâneo.

Cada grande avanço em um campo tecnológico específico amplifica os efeitos das tecnologias da informação conexas. A convergência de todas essas tecnologias eletrônicas no campo da comunicação interativa levou à criação da internet, talvez o mais revolucionário meio tecnológico da Era da Informação. (CASTELLS, 1999, p.82)

A internet nasceu da “improvável intersecção da *big science*, da pesquisa militar e da cultura libertária” (Castells, 2001, p. 19); foi criada e desenvolvida nos anos 1960 pela ARPA (Agência de Projetos de Pesquisa Avançada), do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, para superar a tecnologia militar da União Soviética – rival da época da guerra fria –, mobilizando universitários e recursos de pesquisa. A primeira experiência concreta aconteceu em 1969 com a *Arpanet*, uma rede de computadores montada para “permitir aos vários centros de computadores e grupos de pesquisa que trabalhavam para a agência compartilhar online tempo de computação” (idem, p. 14).

Em pouco tempo, os pesquisadores conseguiram conectar a Arpanet com outras redes de computadores, introduzindo o conceito de “redes”.

Tempos depois foram criados os protocolos de comunicação padronizados, os TCP/IPs, necessários para que as redes pudessem se comunicar umas com as outras, levando à criação da ARPA-Internet, dedicada inicialmente à pesquisa. Mas essa situação mudou nos anos 1990, quando a internet foi desenvolvida por outros grupos e cresceu como uma rede global, pois “muitos provedores de serviços montaram suas próprias redes e estabeleceram suas próprias portas de comunicação em bases comerciais” (Castells, 2001, p. 15). Segundo o autor, a internet foi criada “em torno de instituições governamentais e importantes universidades e centros de pesquisa” (p. 23), e nasceu como produto, para empresários e para sociedade em geral apenas em 1995, quando passou a ser comercializada pela Microsoft.

Junto com a Internet, surge, entre as décadas de 1970 e 1980, época da microinformática e da contracultura, a cibercultura. É nesse período, segundo André Lemos, que as NTICS (Sociedade em Rede) passaram a fazer parte do campo da comunicação, “já que começaram a se constituir não mais como metáforas do cérebro humano, nem como grandes calculadoras eletrônicas, mas como máquinas de comunicar, que iriam permitir a produção descentralizada da informação” (Lemos, 2014, p.414). A década seguinte é, para o autor, de “solidificação” da cibercultura, a fase do ciberespaço, “considerado aqui como a expansão da internet após o surgimento da web, um artefato cultural, simbólico e material que constituiu com uma das mais importantes infraestruturas comunicacionais no final do século XX” (idem).

Ao permitir a comunicação de “muitos com muitos”, a Internet se transformou no principal meio de comunicação do século XXI, influenciando a economia, a sociedade, a política, a cultura, os hábitos e o comportamento das pessoas. Também trouxe uma geografia própria, entre usuários e provedores; uma divisória digital, entre os que têm e os que não têm acesso; e uma nova economia. Segundo Castells (2004), as empresas de alta tecnologia foram as primeiras a lucrar com a Internet, com a venda de equipamentos (*hardware*) e programas (*softwares*). Em um segundo momento, surgiu o comércio eletrônico, a venda online, que também cresceu consideravelmente nos

últimos anos; e, finalmente, ocorreram mudanças no modelo das empresas e também no modo de trabalhar.

Hoje, embora ainda não seja acessível a todos, a Internet apresenta números grandiosos. Segundo relatório anual do *International Telecommunication Union (ITU)*⁹, divulgado pela ONU em novembro de 2014, o mundo possui atualmente quase três bilhões de usuários na rede mundial de computadores (aproximadamente 40% da população mundial). Além disso, o documento revelou que o número de usuários conectados à rede duplicou nos últimos cinco anos nos países em desenvolvimento.

Em contrapartida, mais de quatro bilhões de habitantes ainda não têm acesso à Internet; a África, por exemplo, é o continente com a menor quantidade de usuários (19% da população), o que demonstra que o monopólio capitalista reflete-se no acesso às redes. Castells (2004) afirma que a geografia móvel da internet, formada por usuários e provedores de conteúdo, mostra que ambos se concentram em grandes e desenvolvidos centros urbanos dos principais países do mundo.

A razão é muito simples: justamente porque a tecnologia permite localizar-se e distribuir a partir de qualquer ponto, o essencial para produzir conteúdo na internet é ter informação e conhecimento, o que se traduz em pessoas que disponham de informação e conhecimento, pessoas que estão concentradas em grandes centros urbanos culturais e grandes áreas metropolitanas do mundo. (CASTELLS, 2004, p. 263 e 264)

O relatório do ITU classifica os países de acordo com o Índice de Desenvolvimento das Tecnologias de Comunicação, e o ranking é liderado pela Dinamarca (1º), Coréia do Sul(2º) e Suécia(3º). E, embora, o Brasil ocupe ainda a 65ª posição nessa classificação, demonstra significativo crescimento em número de usuários. O *Comitê Gestor da Internet no Brasil*¹⁰ divulgou em junho de 2014 a sua mais recente versão da pesquisa *TIC Domicílios*, apresentando dados sobre o Uso das Tecnologias de informação e comunicação no país, feita entre setembro de 2013 e fevereiro de 2014. Os resultados mostraram que mais da metade dos brasileiros são

⁹ *Measuring the Information Society Report 2014*. Disponível em http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/mis2014/MIS2014_without_Annex_4.pdf. Acesso em 29/12/2014

¹⁰ Disponível em http://www.cgi.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf Acesso em 29/12/2014

usuários de internet hoje. Além disso, 53% dos domicílios brasileiros possuem computador, a maioria nas regiões urbanas. Outro dado interessante revelado na pesquisa é sobre o uso do dispositivo móvel (celular): 82% têm um aparelho celular, ou seja, 137 milhões de brasileiros, sendo que 42,5% acessam a internet pelos *smartphones*. Não é preciso observar muito para notar uma mudança no hábito das pessoas, que passam o tempo todo conectadas ao celular, seja acessando a internet, tirando fotografias, ou enviando e recebendo mensagens. Tais hábitos se fortaleceram principalmente a partir das redes sociais, que conseguiram mobilizar e transformar ainda mais a sociedade em rede.

O amadurecimento da *Sociedade em Rede* aconteceu a partir dos anos 2000, com o surgimento dos blogs, microblogs e sites de redes sociais, entre outros. Esse período ficou conhecido como *Web 2.0*, termo criado por Tim O'Really “para ressaltar o potencial conversacional e de escrita da web, diferente da primeira fase de acesso e leitura” (Lemos, 2014, p. 417). A partir desse momento, há, segundo o autor, uma generalização da globalização informacional: mudam os relacionamentos virtuais, os jogos on-line, o jornalismo, a publicidade e o marketing digitais, os governos e a democracia eletrônicos, a vigilância e o controle de dados, entre outros. Outra mudança importante apontada por Lemos é em relação às empresas, que não são mais valorizadas pela produção de máquinas (hardware) ou softwares. As empresas mais valiosas da web 2.0 são aquelas ligadas à mídia e redes sociais (Google, Facebook, entre outras) e ao armazenamento de dados nas chamadas “nuvens”.

O século XXI iniciou-se sob a égide do pós-PC (smartphones e tablets), da produção colaborativa do saber (Wikipédia), dos sites de redes sociais (Orkut, Facebook, Myspace, Google +), do financiamento e produção de conteúdo coletivos (crowdsourcing, crowdfunding), do jornalismo cidadão (citizen journalism), dos blogs (Blogger, Wordpress) e microblogs (Tweeter), do compartilhamento de vídeo e de fotografia (Flickr, Picasa, Youtube) de mapas (Google Maps e Google Earth), de arquivos diversos (Torrent), das redes sociais locativas (Foursquare, Gowalla), dos games multiusuários (MMORPG, Second Life) etc. (LEMO, 2014, p. 417)

As mudanças de comportamento se refletiram também na interação entre as pessoas, com uma visível redução da sociabilidade física tradicional, sobretudo entre jovens e adolescentes. Os laços são fracos e as relações ficaram mais líquidas, como

afirma Zygmunt Bauman (2001). Ao mesmo tempo, há pessoas que se unem em prol de um mesmo objetivo por meio das redes. As opiniões são controversas. Para Castells, a internet é “um instrumento que desenvolve, mas que não muda os comportamentos; ao contrário, os comportamentos apropriam-se da internet, amplificam-se e potencializam-se a partir do que são” (2004, p. 273).

A Sociedade em Rede faz parte das nossas vidas há quase vinte anos e muitas transformações aconteceram nesse período. Apesar disso, os meios de comunicação continuaram a ser produzidos nos meios tradicionais (televisão, rádio, impresso), acrescidos da versão digital. Alguns jornais e revistas impressos não resistiram e permaneceram apenas na versão online. Aqueles impressos que permaneceram, viram cair consideravelmente o número de assinantes e leitores. O mesmo acontece com os telespectadores e ouvintes, que migraram para a internet. Enfim, as tecnologias e meios de comunicação se transformaram, mas o modo de comunicar e interagir será sempre o mesmo.

2.2. Trabalho e valor na Sociedade em Rede

A emergência de novos tipos de trabalho e ocupações nascidas da Sociedade em Rede, principalmente por conta da introdução das novas tecnologias e da informatização de indústrias, do setor de serviços e das empresas de comunicação, levou os trabalhadores a adquirirem novas habilidades. Manusear um computador, conhecer e utilizar os programas e adequar-se aos novos processos de comunicação, entre outros, tornaram-se atividades obrigatórias para aqueles considerados bons profissionais. Quem não se adaptasse, estava automaticamente excluído do mercado, criando, assim, uma nova divisória do mundo do trabalho. Vale destacar que, embora o mundo do trabalho tenha se tornado ainda mais complexo ao se tornar on-line e virtual, “o trabalho digital não pode ser entendido como uma forma destacada de trabalho, separada hermeticamente do resto da economia” (Huws, 2014, p. 17).

Além disso, para alguns autores, a era da informação também significou o avanço do trabalho imaterial, principalmente pelo crescimento dos postos de “trabalho intelectual”, ou de “trabalhadores cognitivos”. Mas, para Ursula Huws (2007, p. 2),

“nunca houve na história do trabalho mais trabalho *material* do que há precisamente agora”, por conta do alto consumo de matérias primas e na produção de artefatos em todo o mundo. Segundo a socióloga, o que mudou foi apenas a divisão do trabalho.

Esta divisão do trabalho não se aplica só a processos manuais, mas também a mentais. Os assim chamados “trabalhadores cognitivos” são aqueles que processam unidades de informação da mesma forma como “os trabalhadores manuais”, aqueles que processam unidades de matéria física. Todos esses trabalhadores, sejam “mentais” ou manuais”, estão intrinsicamente vinculados um ao outro pela lógica do Capital, através de suas posições complementares nesta divisão do trabalho. (HUWS, 2007, p. 2)

A autora afirma que essa realidade pode enganar até mesmo os trabalhadores “mentais” ou intelectuais, que por dispor de mais tempo de ensino e educação, encaram a si mesmos como trabalhadores superiores aos demais. “Seu trabalho só recentemente ingressou no mercado e eles ainda se identificam fortemente com aquilo que fazem e essa *racionalidade cuidadosa* ou *satisfação profissional*, gera uma tendência para a auto exploração” (Huws, 2007, p.2). Como exemplos, estão os chamados “trabalhadores criativos”, que ao encararem-se como intelectuais independentes, trabalham por longas horas, “numa aguda contradição entre a necessidade, de um lado, de obter um modo de vida e, do outro, no sentido de expressar sua habilidade” (idem).

Além disso, é importante lembrar a quem disser que estamos na era imaterial, que a atividade virtual é sempre “dependente de uma base altamente material de infraestrutura física e de mercadorias manufaturadas, a maioria dos quais é produzida fora do seu campo de visão” (Huws, 2014, p 18). Ou seja, sem as pessoas que geram energia, cabos, satélites, etc., não temos como acessar a internet e exercer o trabalho virtual. Segundo a socióloga, “a produção física de mercadorias materiais é ainda o método preferido do capitalismo para gerar lucro; ela ainda está crescendo e parece provável que continue empregar a maior parte da força de trabalho mundial” (idem).

Ursula Huws também destaca o trabalho não remunerado como um novo fenômeno nascido na Sociedade em Rede e o separa em quatro categorias. A primeira,

refere-se ao trabalho realizado para a produção de valores de uso em casa, *improdutivo*, por não produzir valor para o capital, mas, segundo a autora, *reprodutivo*, pois é “necessário para a reprodução da força de trabalho” (Huws, 2014, p. 23). Seriam, por exemplo, as empregadas domésticas, babás e jardineiros. A segunda categoria de trabalho não remunerado citada pela autora é a do “trabalho de consumo”, onde “o consumidor assume tarefas no mercado que anteriormente eram realizadas por trabalhadores pagos como parte dos processos de distribuição da produção de mercadorias” (idem, p. 24); a terceira categoria, é a do trabalhador criativo, “o trabalho artístico não remunerado, como ‘bloggar’ ou postar fotos, música ou vídeos na internet”. Tal categoria englobaria os jornalistas blogueiros: se as postagens no blog forem não remuneradas, são improdutivos; se forem contratados por um salário para produzir os textos, passam a ser produtivos. A autora destaca que um mesmo profissional pode ser produtivo e também improdutivo; no caso dos jornalistas, ele pode ser um blogueiro independente e, ao mesmo tempo, trabalhar em uma empresa de comunicação, por exemplo.

O trabalhador criativo, portanto, tem de ser visto de modo a abranger um número de diferentes posições no mercado de trabalho, incluindo o auto emprego, o emprego remunerado e a pequena produção mercantil, o que leva, muitas vezes, a identidades contraditórias nos trabalhadores criativos. (HUWS, 2014, p. 25)

O uso generalizado do estágio e de trabalho voluntário é a quarta forma de trabalho não remunerado apontado pela autora. “Situado ambigualmente entre a educação e autopromoção, ele é, sem dúvida, utilizado de forma altamente exploradora por parte dos empregadores como um substituto direto para o trabalho remunerado” (idem, p. 25). Essa forma de trabalho produz valor para o trabalhador, indiretamente, em forma de “empregabilidade”.

Um último grupo destacado por Huws, é a dos trabalhadores “livres”, que não têm remuneração pelo seu trabalho, e vivem de outras fontes de renda, o que os deixa à vontade para escrever em blogs, por exemplo. Nessa categoria estariam os jornalistas independentes, consultores ou acadêmicos, “cujos empregos os obrigam a se ocuparem com autopromoção” (2014, p. 27), utilizando o seu “tempo de trabalho necessário”.

Diante de todas as transformações mostradas até aqui, das diferentes formas de trabalho remunerado e não remunerado, a relação entre valor e trabalho permanece a mesma? O desenvolvimento técnico e científico decorrente da Sociedade em Rede, e a consequente interação entre trabalho e conhecimento científico, trouxeram à tona uma ampla discussão sobre a legitimidade da lei de valor nos dias atuais. Autores como Jürgen Habermas, por exemplo, defendem que a racionalização da sociedade está ligada à institucionalização do progresso técnico e científico - a *cientifização da técnica* – tendência que se impõe desde o final do século XIX, e colocam ciência como principal força produtiva do capitalismo, em detrimento à teoria do valor trabalho de Karl Marx. Para ele,

Não é mais sensato querer calcular as verbas de capital para investimentos em pesquisa e desenvolvimento, à base do valor da força do trabalho não qualificado (simples), se o progresso técnico-científico tornou-se uma força independente de mais-valia, face à qual a única fonte de mais-valia considerada por Marx, a força de trabalho dos produtores imediatos, perde cada vez mais seu peso (HABERMAS, 1975, p. 321).

Contrariando a teoria de Habermas, Ricardo Antunes defende que “a sociedade do capital e sua lei do valor necessitam cada vez menos do trabalho estável e cada vez mais das diversificadas formas de trabalho” (2003, p. 119). Para ele, mudanças vindas a partir das tecnologias, como a redução e a instabilidade do proletariado, a ampliação do trabalho intelectual, a precarização decorrente da flexibilização, entre outros, “são fortes exemplos da vigência do valor” (p. 120).

Não se trata de dizer que a teoria do valor-trabalho não reconhece o papel crescente da ciência, mas que a ciência encontra-se tolhida em seu desenvolvimento pela base material das relações entre capital e trabalho, a qual ela não pode superar. E é por essa restrição estrutural, que *libera* e mesmo *impele* a sua expansão para o incremento da produção de valores de troca *mas impede o salto qualitativo societal para uma sociedade produtora de bens úteis segundo a lógica do tempo disponível*, que a ciência não pode se converter na principal força produtiva. Prisioneira dessa base material, menos do que uma *cientifização da tecnologia* há, conforme sugere Mészáros (1989, p. 133)), um processo de *tecnologização da ciência*. (ANTUNES, 2003, p. 122, grifos do autor)

Ursula Huws também defende a aplicabilidade da teoria do valor-trabalho de Marx ao mundo contemporâneo. Ela destaca a relevância da teoria que, para ser aplicada ao trabalho (virtual e também de modo mais geral), precisa ser analisada a partir de três componentes: a natureza do trabalho, o valor, e os meios de subsistência do trabalhador. Tais análises permitirão, segundo a autora, distinguir o *tempo de trabalho necessário*, a *mais-valia* e também o *local de produção*.

A teoria do valor trabalho é o nó que está no centro da conceitualização de Marx do capitalismo como uma relação social. Ela une integralmente três coisas: a necessidade de subsistência dos trabalhadores, seu trabalho e a mais-valia expropriada dos resultados desse trabalho, sem a qual o capital não pode ser acumulado ou o capitalismo se perpetuar. A expropriação do trabalho é o ato de violência no centro dessa relação, e é o tempo de trabalho dos trabalhadores que constitui o âmago da luta dessa mesma relação, de maneira que um entendimento sobre como e sob quais circunstâncias essa expropriação se realiza é crucial para a compreensão tanto do capitalismo como um sistema quanto para o entendimento sobre que trabalhadores podem ser considerados como pertencentes à classe trabalhadora. (HUWS, 2014, p.15)

Desse modo, concordamos com as colocações de Antunes (2003) e Huws (2014) em relação à atualidade da aplicação da teoria do valor-trabalho de Marx na sociedade contemporânea. A partir da identificação da mercadoria, dos locais de produção e dos trabalhadores envolvidos na produção da mais valia, daremos respostas às nossas hipóteses. O jornalista que trabalha uma certa quantidade de horas para uma grande empresa capitalista produz informação, que é vendida, não importa se em um meio impresso ou digital, e se transforma em valor (mais-valia – trabalho não pago). Parte desse valor vai para a subsistência; as horas trabalhadas para produzir esse valor (tempo de trabalho necessário) são reembolsadas (pelo salário). E o restante da mais-valia “é apropriado pelo capitalista para distribuir como lucro e investir em novos meios de produção” (Huws, 2014, p. 15). Se o jornalista (que nessa condição é um trabalhador produtivo), resolve mudar de situação e trabalhar por conta própria, ele está quebrando a cadeia produtiva da teoria? E quais são os novos valores que envolvem essa mudança? É o que pretendemos responder.

2.2.1. Reputação, credibilidade e visibilidade na rede: a “mais valia 2.0”

A nova economia da Sociedade em Rede envolve também novos valores. Para Marcos Dantas (2014), o atual processo de produção das indústrias culturais envolve tanto o trabalho de profissionais implicados diretamente no processo, como artistas e jornalistas, por exemplo, quanto o trabalho da *audiência*, que disponibiliza o seu tempo e participação em eventos da atual Sociedade do Espetáculo (Debord, 2003). O lucro extraído dessa relação é identificado pelo autor como sendo a “mais valia 2.0”, uma “apropriação de trabalho não pago, literalmente gratuito, através de um sistema de agenciamento social, via meios eletrônicos de comunicação, lineares ou reticulares, que se incorpora na produção de valor” (Dantas, 2014, p. 86).

Essa recente relação de valor se dá, segundo o autor, a partir da nova economia gerada da Sociedade em Rede. Como exemplo, ele cita as mais recentes operações milionárias realizadas por empresas ligadas a redes sociais: a compra do aplicativo *WhatsApp*, por 19 milhões de dólares e do *Instagram*, por um bilhão de dólares, ambos pelo *Facebook*; a compra do *Skype*, por 8,5 milhões de dólares, pela *Microsoft* e do *YouTube*, por 1,16 bilhão de dólares, pelo *Google*, entre outros. Se, aparentemente, essas empresas não produzem uma *mercadoria* concreta, nem geram lucro direto, por que pagar tanto por elas? Segundo Dantas, o interesse está nas “redes de relações que aqueles ativos físicos permitem estabelecer entre as pessoas que fazem uso do serviço, um serviço, aliás, quase sempre gratuito” (p. 87), um trabalho que não é vendável. É pago, a princípio, pela publicidade, mas cujo real valor está na audiência, “produzida pelas próprias pessoas, alvo das mensagens publicitárias”, que publicam, curtem e republicam *posts*, fotos, vídeos, substituindo gratuitamente as funções de profissionais de comunicação e marketing. Uma audiência que, segundo o autor, está trabalhando. Enquanto isso, as empresas fornecem tecnologias (tablets, smartphones, etc.), serviços e produtos como ferramentas para essa interação, recuperando ganhos e lucros.

Elas oferecem, para os indivíduos exercerem as suas práticas, tecnologias que podem ser materialmente palpáveis a exemplo de um terminal móvel do tipo smartphone; ou materialmente visualizáveis como o desenho básico e seus recursos do *Facebook*. O principal valor de uso dessas tecnologias reside na ação que elas permitem a seus usuários. Elas proporcionam tanto interação pessoal desinteressada, buscas informativas,

entretenimento, quanto interações e buscas de natureza profissionais ou laborais. Porque contém valor de uso expresso em ação – cultural, econômica, política –, essas plataformas são produzidas, vendidas e geram grandes lucros para seus fabricantes, vendedores ou mantenedores. (DANTAS, 2014, p. 88).

Além de mobilizar o trabalho gratuito, as redes sociais criam e difundem valores que são associados ao capital social (Raquel Recuero, 2009). Entre esses valores, importantes para a difusão de informações, destacamos a reputação (autoridade), a credibilidade e a visibilidade (popularidade), que são, a nosso ver, fundamentais para acompanhar a lógica de trabalho do jornalista blogueiro. Esses valores são influentes porque as redes sociais “implicam mudanças bastante expressivas nos modos através dos quais esses valores são construídos e moldados”, por conta da possibilidade de mensurar a quantidade de acessos hoje, e também “porque esses valores são bastante alterados quando trazidos para a rede” (2009, p. 130). Para a autora, autoridade, popularidade e influência são valores diferentes entre si, mas relacionados com o capital social (Bourdieu), importantes “para a difusão de informações nas redes sociais, porque podem auxiliar na compreensão de como e porque essas informações são espalhadas”.

Marcos Dantas parte do conceito de comunidade para melhor compreender essa relação de valor nas redes sociais. Para ele, “a construção da *comunidade*, a partir dos laços fortes de seus criadores, avança na medida em que os seguidores consolidam, com aqueles e entre si, os laços fracos que sustentarão a integração continuada” (2014b; p. 31). A participação constante, a concordância da audiência e a quantidade de “curtidas”, faz com que aquela comunidade se mantenha e atraia novos membros.

Essa capacidade de ampliar ou consolidar laços que, ao fim e ao cabo, ajudam a fortalecer e, daí a afirmar e *ampliar a reputação e influência da “comunidade”*, até mesmo para além do Facebook, constituirá o seu capital simbólico, nos termos de Pierre Bourdieu, capital este que poderá atrair, também, o capital mercantil e, sobretudo, o financeiro, se não para a “comunidade” propriamente dita (se ela não tem finalidades comerciais), ao menos para o Facebook que a abriga – e só por isto a abriga. (DANTAS, 2014b, p. 31)

As redes sociais nos possibilitaram estar conectados e também de ter mais visibilidade, dentro e fora da rede. A *visibilidade*, ou “capacidade de alcançar mais pessoas, amplificada pelos laços de segundo nível (amigos dos amigos, ou amigos dos seguidores de uma página)” (Dantas, 2014b, p. 31), é utilizada com muita propriedade pelo Twitter e pelo Facebook, além de ser uma importante ferramenta para blogueiros, pois são essenciais para o alcance e propagação na rede. O lançamento de uma campanha ou de um anúncio publicitário em uma rede social, por exemplo, só será bem sucedido, se vier de alguém com alto nível de influência. Não basta que a campanha seja vista, mas que atinja uma grande quantidade de pessoas e de cliques (no caso das notícias). A visibilidade está também relacionada à quantidade de seguidores que uma pessoa possui, “um dos critérios para se avaliar o seu valor produtivo: quanto mais pessoas envolvidas na rede, maior a tendência a gerar mais interações e de ter uma produção semiótica acelerada” (Dantas, 2014, p. 32). Para Recuero (2009), é preciso também que haja “um gerenciamento dos grupos sociais), uma constante construção, interação e manutenção das relações com esses seguidores, para que o grupo não se enfraqueça. Esses grupos podem gerar ainda mais visibilidade, cooperando entre si e criando estratégias de multiplicação, indicando links e páginas para outros conectores.

A visibilidade é, portanto, um dos valores sociais que compõem a construção da rede e é, assim, geradora de valor produtivo. Ela depende de interação constante para que os signos que geram a visibilidade sejam compartilhados e circulem, de forma a aumentar ainda mais a visibilidade, aproveitando a capacidade de retroalimentação do sistema. (DANTAS, 2014b, p. 32)

As redes sociais também nos possibilitam ter acesso às conexões e referências de uma pessoa, permitindo medir a sua *popularidade*. Pela quantidade de seguidores e comentários, pelo número de visitantes em uma página ou perfil, e ainda por meio da troca de links entre blogueiros, é possível medir a audiência daquela pessoa na rede. É importante ressaltar que, por ser um valor relacionado à audiência, a popularidade é associada à quantidade e não à qualidade de conexões. Também não é relacionada com autoridade, mas com a reputação. “Um *blog* pode ser popular porque é ruim, porque é engraçado, porque é crítico, etc., e não necessariamente porque o blogueiro tem autoridade” (Recuero, 2009, p.113)

Para Recuero, a *reputação* é um dos principais valores construídos nas redes sociais. Além de representar a confiança entre os pares, a autora relaciona “a reputação às informações recebidas pelos atores sociais sobre o comportamento dos demais e o uso dessas informações no sentido de decidir como se comportarão” (2009, p. 109). Ou seja, nesse caso, o conceito “implica diretamente no fato de que há informações sobre quem somos e o que pensamos que auxiliam outros a construir, por sua vez, suas impressões sobre nós” (idem). A reputação está diretamente relacionada à construção da credibilidade, ferramenta fundamental para o exercício da atividade do jornalista blogueiro, por exemplo. Mas a autora destaca que a reputação nas redes sociais não está relacionada à quantidade:

Através dessa percepção poderíamos pensar que a reputação nas redes sociais é relacionada ao mero número de conexões. Mas a reputação em redes sociais na Internet não é simplesmente o número de leitores de um *blog*, ou o número de seguidores do Twitter. A reputação é relacionada com as impressões que os demais autores têm de outro ator, ou seja, do que as pessoas pensam de um determinado blogueiro, por exemplo. A reputação é uma percepção qualitativa, que é relacionada a outros valores agregados. Um blog pode ser lido porque tem informações relevantes, porque é engraçado, porque o ator simplesmente quer saber da vida do outro, etc. Assim, quando falamos em redes sociais na Internet, não há um único tipo de reputação. Cada nó na rede pode construir tipos de reputação baseado no tipo de informação ou meme que divulga em seu perfil, *weblog*, *fotolog*, etc. (RECUERO, 2009, p. 110)

Além da visibilidade, popularidade, reputação e credibilidade, Marcos Dantas destaca a *cooperação* como valor advindo das redes sociais, pois “reforça as atividades colaborativas como componente de capital simbólico” (2014b, p. 36). Para ele, as redes sociais proporcionam interação entre muitos indivíduos, com interesses comuns e em tempo real, e essa cooperação pode ocorrer tanto internamente, como entre grupos distintos. “Esse tipo de cooperação, se transbordada em ações ou atividades no mundo ‘real’, reforçam naturalmente a percepção do papel de “liderança” do grupo, seu lugar social como *núcleo de referência*.” (Idem).

Como pudemos verificar, a Sociedade em Rede trouxe transformações em todas as áreas: economia, sociedade, novos hábitos e valores. O que ninguém esperava é que,

após vislumbrarmos um cenário de liberdades comunicativas, nos deparamos com o controle. Surgem, com a internet e a sociedade em rede, diversas tentativas de cerceamento da liberdade de expressão, como veremos a seguir.

2.3. Redes sociais: novos dispositivos de controle, censura e resistência na contemporaneidade

Criada sob o paradigma de liberdade onde “a liberdade de expressão podia se difundir através do planeta, sem depender da mídia, uma vez que muitos podiam interagir com muitos de maneira irrestrita” (Castells, 2001, p. 139), a Internet logo trouxe novas preocupações, principalmente em relação ao controle. Segundo ele, a busca por maneiras de ganhar dinheiro com a internet, além da necessidade de proteger direitos de propriedade individual, levaram ao desenvolvimento de softwares, permitindo assim o controle da comunicação por computador. Mas, ao mesmo tempo, “novas tecnologias de liberdade estão sendo opostas a essas tecnologias de controle, a sociedade civil chega às trincheiras de novas batalhas pela liberdade, e o judiciário oferece certa proteção contra abusos flagrantes, pelo menos em alguns contextos (não o local do trabalho)”. Enfim, a internet não é mais uma esfera livre. Para Castells, “é um terreno contestado, onde a nova e fundamental batalha pela liberdade na Era da Informação está sendo disputada”. (2001, pag. 141)

Para o sociólogo¹¹, a Internet potencializou o grau de autonomia das pessoas para se comunicar, informar e organizar suas próprias redes de sociabilidade. Ou seja, contrariando a vontade dos governos, a Internet trouxe a independência da sociedade civil. Para ele, a Internet é incontrolável, e desconectá-la totalmente seria a única maneira de silenciar a rede. “É um preço que nenhum país pode pagar porque, além da livre expressão, a rede é educação, economia, negócios. É a eletricidade de nossa sociedade”, completa.

A arquitetura da Internet foi desenhada deliberadamente para dificultar seu controle, mas não a vigilância da mensagem. E por isso, a Internet, mesmo sofrendo cada vez mais interferências à livre

¹¹ Em entrevista ao jornal Folha de S.Paulo, em 21/09/2010. Disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/poder/po2109201022.htm>. Acesso em 04/12/2015.

comunicação, é o meio de comunicação local-global mais livre que existe, permitindo descentralizar os meios de comunicação de massa. (CASTELLS, in MORAES, 2006, p.227)

No livro *Comunicación Y Poder* (2009), Castells mostra como a Internet tem mudado os paradigmas da relação entre comunicação e poder. Para ele, as pessoas que detêm o poder constroem as instituições segundo seus interesses e, por isso, as relações de poder são constitutivas da sociedade.

O poder é exercido por meio da coerção (o monopólio da violência, legítima ou não, pelo controle do Estado) e/ou pela construção de significado na mente das pessoas, mediante mecanismos de manipulação simbólica. As relações de poder estão embutidas nas instituições da sociedade, particularmente nas do Estado. Entretanto, uma vez que as sociedades são contraditórias e conflitivas, onde há poder também há contrapoder – que considero a capacidade de os atores sociais desafiarem o poder embutido nas instituições da sociedade com o objetivo de reivindicar a representação de seus valores e interesses. Todos os sistemas institucionais refletem as relações de poder e seus limites tal como negociados por um interminável processo histórico de conflito e barganha. A verdadeira configuração do Estado e de outras instituições que regulam a vida das pessoas depende dessa constante interação entre poder e contrapoder. (CASTELLS, 2013, p.10)

O autor considera que, na luta pelo poder, construir significado na mente das pessoas é mais eficiente que coagir e intimidar por meio da força e violência, pois “torturar corpos é menos eficaz que moldar mentalidades” (2013, p.11). Nesse processo, a comunicação aparece como principal fonte na construção de significado, pois, segundo ele, é a fonte principal de troca de informações. E quando há uma mudança do ambiente comunicacional, há uma alteração direta nas normas de construção de significado e, conseqüentemente, na produção de relações de poder. Para ele, o poder na sociedade em rede “é multidimensional e se organiza em torno de redes programadas em cada domínio da atividade humana, de acordo com os interesses e valores de atores habilitados” (p. 12). Desse modo, as redes exercem o

poder influenciando a mente humana por meio das redes multimídia de comunicação de massa, que se tornam importantes fontes de construção do poder.

O poder na sociedade em rede estaria, na visão de Castells, nas mãos de *programadores*, “com a capacidade de elaborar cada uma das principais redes que dependem a vida das pessoas (governo, parlamento, estabelecimento militar e de segurança, finanças, mídia, etc.)” e dos *comutadores*, “que operam as conexões entre as diferentes redes (barões da mídia introduzidos na classe política, elites financeiras, elites políticas, etc.” (2013, p. 13). E o contrapoder, a tentativa de alterar essas relações de poder, seria possível a partir de uma “reprogramação das redes em torno de outros interesses e valores, e /ou rompendo as alternâncias predominantes, ao mesmo tempo que se alteram as redes de resistência e mudança social” (p.14).

Em entrevista concedida ao jornal *El País* em 2009¹², Castells afirma que o Estado tem um grande problema com a Internet porque “perdeu a capacidade de informação e comunicação sobre as quais se baseou o poder ao longo da história”. Como saída, a vigilância é sempre a solução encontrada pelos governantes, mas, diferente do que ocorria antes, agora a sociedade também pode vigiá-los. Para ele, o poder se defende da criação dessa liberdade tentando esgotar o máximo possível os espaços, seja monopolizando as operadoras, censurando, fechando servidores ou introduzindo legislações de controle. “Não se pode interferir na internet. Pode-se fechar um servidor. Abre-se outro servidor”, completa. É importante destacar que, além do “Estado”, Castells refere-se em sua fala também aos grandes grupos de comunicação, mas não utiliza o termo, por estar dando entrevista a um desses grandes veículos, o jornal espanhol *El País*.

Para o sociólogo, “a internet abriu esferas de liberdade que não tínhamos antes”, mas esferas que não têm conteúdo, uma liberdade que pode ter resultados positivos ou negativos, dependendo de sua utilização. Além disso, “o novo meio incide nas relações de poder incrementando o poder dos que tinham menos poder”. Ou seja, os cidadãos encontraram na internet o seu canal de comunicação e resistência; o

¹² Entrevista disponível em <http://www.ihu.unisinos.br/noticias/noticias-anteriores/28245-a-internet-muda-os-paradigmas-da-relacao-entre-comunicacao-e-poder-entrevista-com-manuel-castells> Acesso em 04/12/2015

Estado e as grandes empresas não perderam o seu poder, mas reagem tentando esgotar ao máximo os espaços de liberdade, reduzindo o acesso às modernas tecnologias de informação, aos provedores de serviço e à banda larga, por exemplo.

Ao permitir um alto grau de interatividade, a rede abriu as portas para novos veículos, que surgem a cada dia, buscando saídas e resistindo a tentativas de controle. “Acredita-se que nenhum outro veículo de comunicação permite um fluxo de informação tão livre, tão amplo, tão barato e tão democrático quanto a internet”, afirma Mattos (2012, p. 110). Essa diversidade de usos da internet permite, segundo Dênis de Moraes (2007, p. 1), “a emergência da comunicação alternativa em rede, de viés anticapitalista, que defende a liberdade de expressão e os direitos da cidadania”. A comunicação alternativa em rede, à qual Moraes se refere, é formada por veículos independentes de poderes do governo, Estado e corporações; que atuam “como uma ferramenta para a comunicação no campo popular” e com profissionais comprometidos em “democratizar a palavra e a informação”, desenvolvendo um trabalho “dialógico e democratizador”. Trata-se da “comunicação contra hegemônica em rede” (idem, p. 4), pequenos grupos de comunicação que surgem em contraposição aos grandes monopólios de comunicação, assunto do qual trataremos mais adiante.

Ao atravessar as barreiras das trocas sociais e superar seus usos, as redes sociais passaram a ser utilizadas como instrumentos de denúncia, principalmente em países de governo ditatorial. Para Castells, esse movimento ocorreu porque as redes sociais “são espaços de autonomia, muito além do controle de governos e empresas – que, ao longo da história, haviam monopolizado os canais de comunicação como alicerces de seu poder” (2013, p. 7). A tunisiana Lina Ben Mhenni desafiou a pressão e censura do regime do ex-presidente Ben Ali para relatar ao mundo, através do blog *A Tunisian Girl*¹³ o que acontecia no país. Criado em 2007, o blog publicava *posts* em francês, inglês e árabe, descrevendo o desenvolvimento social e político da Tunísia. Também descrevia o difícil caminho rumo à democracia, devido à repressão e violência que marcaram as manifestações e os conflitos ocorridos entre dezembro de 2010 e janeiro de 2011, e culminaram na queda do ditador. Mhenni, que hoje é professora universitária, ainda

¹³ Acesso em <http://www.atunisiangirl.blogspot.com/> Acesso em 04/01/2015

mantém o blog, com um olhar cuidadoso sobre o desenvolvimento político na nova Tunísia.

As manifestações marcaram o início de uma onda revolucionária de protestos no Oriente Médio e no norte da África, conhecida como “Primavera Árabe”. Além da Tunísia, ocorreram revoluções no Egito, uma guerra civil na Líbia, grandes protestos na Argélia, Bahrein, Djibuti, Iraque, Jordânia, Síria, Omã e Iêmen e protestos menores no Kuwait, Líbano, Mauritânia, Marrocos, Arábia Saudita, Sudão e Saara Ocidental. Os participantes dos protestos compartilharam técnicas de resistência civil em campanhas sustentadas, envolvendo greves, manifestações, passeatas e comícios, bem como o uso das redes sociais, como *Facebook*, *Twitter* e *Youtube*, para organizar, comunicar e sensibilizar a população e a comunidade internacional em face de tentativas de repressão e censura por parte dos Estados.

Da segurança do ciberespaço, pessoas de todas as idades e condições passaram a ocupar o espaço público, num encontro às cegas entre si e com o destino que desejavam forjar, ao reivindicar seu direito de fazer história – sua história –, numa manifestação da autoconsciência que sempre caracterizou os grandes movimentos sociais. (CASTELLS, 2013, p. 8)

Castells afirma que a transformação das tecnologias de comunicação cria novas possibilidades para a auto-organização e a auto-mobilização da sociedade, superando as barreiras da censura e repressão impostas pelo Estado. Mas isso não depende apenas da tecnologia. A Internet é uma condição necessária, mas não suficiente. As raízes da rebelião, além da luta pela democracia, contra a fome e pobreza, estão na exploração, opressão e humilhação, “provocada pelo cinismo e pela arrogância das pessoas no poder, seja ele financeiro, político ou cultural” (2013, p. 8). Entretanto, a possibilidade de rebelar-se sem ser esmagado de imediato dependeu da densidade e rapidez da mobilização, e isto se relaciona com a capacidade criada pelas tecnologias do que Castells chama de *autocomunicação de massas*, “o uso da internet e das redes sem fio como plataformas de comunicação digital” (2009; 2013, p. 11).

Para o autor, a *autocomunicação* é de massa porque é capaz de processar mensagens de muitos para muitos, podendo atingir múltiplos receptores e inúmeras redes; ela fornece a plataforma tecnológica que dá autonomia ao cidadão, que decide e produz a informação, e ainda utilizam redes horizontais de comunicação interativa que,

segundo Castells, são difíceis de controlar por parte de governos e empresas. “É por isso que os governos têm medo da internet, e é por isso que as grandes empresas têm com ela uma relação de amor e ódio, e tentam obter lucros com ela, ao mesmo tempo que limitam seu potencial de liberdade” (2013, p. 12).

As redes sociais foram utilizadas como espaço de autonomia pelos movimentos que culminaram na Primavera Árabe e também por aqueles que surgiram posteriormente. Tal utilização provocou um debate, a respeito do verdadeiro papel das redes digitais nessas revoluções. Para Castells (2013, p.82), os meios digitais e de telefonia celular “não são apenas ferramentas, mas formas organizacionais, expressões culturais e plataformas específicas para a autonomia política”, e baseia-se em pesquisa feita pelo sociólogo Philip Howard¹⁴, com muçulmanos de 75 países, para procurar as respostas. Os resultados mostraram que a difusão e o uso da TICs “favorecem a democratização, fortalecem a democracia e aumentam tanto o envolvimento cívico quanto o envolvimento cívico da sociedade civil, abrindo caminho para a democratização do Estado e também para os desafios à ditadura” (idem). Além disso, a pesquisa apontou que países que utilizaram as novas tecnologias, seja pela sociedade ou pelo jornalismo, “viveram em seguida uma transição democrática radical ou uma significativa solidificação de suas instituições democráticas” (p. 83).

Os blogs políticos, no período anterior aos levantes, foram essenciais para a criação, em muitos países, de uma cultura política de debate e ativismo que contribuiu para o pensamento crítico e para a adoção de atitudes rebeldes por parte de uma geração que estava pronta para a revolta nas ruas. Os levantes árabes nasceram na aurora da explosão da era digital no mundo árabe, embora com diferentes níveis de difusão dessas tecnologias de comunicação nos diversos países. Mesmo naqueles com baixos níveis de acesso à internet, o núcleo de ativistas que, como uma rede, conectaram o movimento e este com a nação e com o mundo foi organizado e debatido nos sites de redes sociais. A partir desse espaço protegido, amplas redes de telefonia celular atingiram a sociedade em geral. (CASTELLS, 2013, p. 85)

¹⁴ A pesquisa *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam*, foi feita antes dos levantes da Primavera Árabe. Disponível em http://philhoward.org/wp-content/uploads/2012/12/Howard_Digital-Origins-of-Dictatorship-and-Democracy.pdf Acesso em 06/01/2015.

Curiosamente, países que proíbem a utilização de redes sociais não apresentaram nos últimos anos, movimentos contrários ao sistema político local. Um levantamento feito em 2011 mostrou que censura às redes sociais (parcial ou total) é praticada no Irã, Líbia, China, Tunísia, Turquia e Turcomenistão (*Youtube*); Emirados Árabes Unidos, China, Paquistão (*Twitter*); Malásia, China, Paquistão, Síria, Irã, Uzbequistão, Bangladesh e Vietnã (*Facebook*). A China é o único país que bloqueia permanentemente estes três serviços. Os demais têm como característica comum serem países de maioria muçulmana, localizados no Oriente, cercados espacial e culturalmente pelos protagonistas das revoluções de 2010 e 2011.

Depois da Primavera Árabe, começaram a surgir movimentos na Europa, por conta da grave crise econômica que se instalou em países como Grécia, Espanha, Portugal, Itália e Inglaterra. Nos Estados Unidos, o movimento *Occupy Wall Street* surgiu em setembro de 2011 em protesto contra a influência empresarial na sociedade e no governo, contra a impunidade dos responsáveis pela crise financeira mundial. Em outubro, o movimento mobilizou espontaneamente milhares de pessoas em *Wall Street*, centro financeiro de Nova Iorque, e desencadeou uma onda de protestos semelhantes em outras cidades dos Estados Unidos, Europa e em outras partes do mundo. O movimento, sustentado na internet e em assembleias locais, não tinha lideranças, apoio da mídia, nem a participação de partidos políticos (Castells, 2013). Alcançou a maior parte do país e ganhou da revista *Time* o título de “personalidade do ano”.

Dentro desse cenário de revolta que emergiu a partir de 2010, surgiram também os ativistas digitais. Um dos expoentes desse grupo foi o *Anonymous*, que possuía cerca de três mil ativistas, alguns hackers, especialistas na Internet, que justificam seus feitos como uma busca por uma causa para apoiar. Utilizam a bandeira de lutar contra a supressão da informação, e costumam aparecer em manifestações utilizando a máscara de Guy Fawkes, soldado inglês que também inspirou o personagem dos quadrinhos “V de Vingança”. É a marca registrada do grupo.

O *Anonymous* não tem hierarquia ou grupo identificável; entre seus feitos, o grupo chegou a tirar do ar o *site* da bandeira de cartões de crédito *Mastercard* e interromper a conta do cartão de crédito de Sarah Palin, conhecida por ter governado o Estado do

Alasca e ter sido candidata a vice-presidente dos Estados Unidos. Também ameaçou tirar do ar o site de notícias da *Fox News*. As manifestações do *Anonymous* são chamadas de “ciber-revoltas” contra as tentativas de limitar a informação. No blog oficial do grupo no Brasil¹⁵, eles afirmam “exigir a liberdade de expressão para a Internet, para o jornalismo, para os jornalistas e para os cidadãos do mundo”.

O ativismo digital também se destacou, nesse início do século XXI, com a criação, a partir da cultura hacker,¹⁶ do *WikiLeaks*, uma organização transnacional sem fins lucrativos, sediada na Suécia, que publicou em sua página (*site*), postagens (*posts*) de fontes anônimas, documentos, fotos e informações confidenciais, vazadas de governos ou empresas, sobre assuntos diversos. Seu principal representante é o australiano Julian Assange, jornalista e ciberativista. Segundo informações do livro publicado em 2011 por jornalistas do inglês *The Guardian*, David Leigh e Luke Harding, Assange desenvolveu, na companhia de outros hackers, uma filosofia de transparência. Para eles,

O mundo clandestino dos hackers era apenas uma parte do solo no qual o *WikiLeaks* cresceu. Havia também os radicais anticapitalistas – a comunidade de ativistas ambientais, defensores dos direitos humanos e revolucionários políticos que formavam o que, na década de 60, era conhecido como “contracultura”. (LEIGH e HARDING, 2011, p.66)

O site foi lançado em dezembro de 2006 e, em novembro de 2007, já continha mais de um milhão de documentos. Ao longo de 2010, o *WikiLeaks* publicou grande quantidade de documentos confidenciais do governo dos Estados Unidos, com forte repercussão mundial. Entre os mais polêmicos, está a divulgação de um vídeo de 2007, que mostra o ataque de um helicóptero *Apache* americano, matando pelo menos doze pessoas - entre as quais dois jornalistas da agência de notícias *Reuters* - em Bagdá, durante a ocupação do Iraque.

Outro documento polêmico mostrado no site foi a cópia de um manual de instruções para tratamento de prisioneiros na prisão militar americana de Guantánamo, em Cuba. Em julho do mesmo ano, o *WikiLeaks* também divulgou documentos secretos

¹⁵ <http://anonopsbr.blogspot.com/>

¹⁶ *Cultura Hacker*: de convergência entre seres humanos e suas máquinas, num processo de interação liberta. É uma cultura de criatividade intelectual fundada na liberdade, na cooperação, na reciprocidade e na informalidade. (Castells, 2001).

do exército dos Estados Unidos, reportando a morte de milhares de civis na guerra do Afeganistão em decorrência da ação de militares norte-americanos. E, em novembro, publicou uma série de telegramas secretos enviados pelas embaixadas dos Estados Unidos ao governo do país.

Um dos objetivos dos fundadores do *WikiLeaks* era “torná-lo virtualmente indestrutível e a salvo de ataques legais ou cibernéticos de qualquer jurisdição ou fonte” (Leigh e Harding, 2011, p. 17). Mas, em 2011, o site conseguiu ser derrubado por questões econômicas. Em novembro daquele ano, Julian Assange foi acusado de estupro e abuso sexual na Suécia de maneira bastante duvidosa; por conta disso, seu nome chegou a ser colocado na lista de procurados da Interpol. Foi preso e liberado mediante fiança, e ficou em prisão domiciliar no Reino Unido, à espera de uma decisão da justiça britânica sobre a sua extradição para ser julgado na Suécia. Nesse período, foi anunciado um bloqueio de seus recursos pelas operadoras de cartões de crédito e outras empresas, como *Bank of America*, *Visa*, *MasterCard*, *PayPal* e *Western Union*, destruindo 95% das receitas do site e fazendo com que o *WikiLeaks* anunciasse o seu fechamento. Foi a vitória da censura financeira sobre a ousadia da comunidade *hacker*.

Atualmente, Assange está há quase três anos refugiado na embaixada do Equador, em Londres, esperando uma extradição que talvez nunca aconteça. Para ele, o conceito do *Wikileaks* é um marco no jornalismo porque representa a subversão das camadas mais profundas da censura, considerada pelo jornalista como uma pirâmide:

É só a ponta dela (da pirâmide) que aparece na areia, e isso é proposital. A ponta é pública – calúnias, assassinatos de jornalistas, câmeras sendo apreendidas pelos militares e assim por diante -, é uma censura publicamente declarada. Mas esse é o menor componente. Abaixo da ponta, na camada seguinte, estão todas as pessoas que não querem estar na ponta, que se envolvem na autocensura para não acabar lá. Na camada subsequente estão todas as formas de aliciamento econômico ou clientelista que são direcionadas às pessoas para que elas escrevam sobre isso ou aquilo. A próxima camada é a da economia pura – sobre o que vale economicamente a pena escrever (ASSANGE, 2013, p. 17).

Para Ignacio Ramonet (2013, p. 92), o *Wikileaks* “é o terreno da transparência”, pois demonstrou que, “enquanto acreditávamos estar bem informados, ignorávamos

praticamente tudo sobre as questões fundamentais, como a guerra do Iraque, do Afeganistão e a diplomacia dos Estados Unidos”. Para ele, as mídias tradicionais há muito deixaram de cumprir o seu compromisso com a verdade, deixando uma carência, que o *Wikileaks* soube ocupar e se desenvolver. Enfim, se os meios de comunicação cumprissem o seu papel, não haveria necessidade de existência deste grupo. Neste novo cenário, os novos condutores da luta social são “todos e, ao mesmo tempo, ninguém”:

O novo organizador não é mais o sindicato, nem o partido político, é o *Facebook*. O mobilizador é o *Twitter*, o conscientizador é o *Wikileaks* e a *Al Jazeera*; a direção geográfica do comício é dada pelo *Google Earth*. As palavras de ordem não são impressas em panfletos, são digitadas em celular. A reunião não leva meses para ser organizada, ela surge como que por geração espontânea, de um dia para outro. Mas é uma esfera pública frágil. Se antes a comunicação política era instrumento de uma força política já organizada, na era virtual, a comunicação tenta organizar em força política uma massa heterogênea deserdada de partidos e ideologias. (KUCINSKI, 2012, p. 13)

No enunciado anterior, Bernardo Kucinski, como jornalista e pesquisador experiente, mostra a sua visão crítica da sociedade contemporânea, mostrando a atual fragilidade da organização política. Vale ressaltar que, além da organização política da era virtual ser considerada frágil, ela também está sendo ocupada e utilizada para realizar negócios.

O poder de comunicação das redes não ficou restrito aos movimentos sociais ou a ativistas digitais. A expansão da comunicação em rede movimentou o universo das empresas, que modificaram a maneira de administrar os negócios e também a integração entre processos produtivos e parceiros, prestadores de serviços e clientes. É o que aponta o mais recente levantamento anual realizado pelo CETIC.BR (Centro de Estudos sobre Tecnologias da Informação e da Comunicação no Brasil), o TIC Domicílios e Empresas 2013¹⁷, com dados sobre o uso das tecnologias de informação e de comunicação no Brasil. Segundo o relatório, as redes sociais aparecem na pesquisa

¹⁷ Disponível em http://cetic.br/media/docs/publicacoes/2/TIC_DOM_EMP_2013_livro_eletronico.pdf
Acesso em 04/01/2015

como importantes ferramentas digitais, capazes de impulsionar novos modelos de negócio. Das empresas brasileiras pesquisadas, 39% das pequenas empresas afirmaram ter uma conta ou perfil em rede social; nas médias empresas, esse número sobe para 48%; e 45% nas grandes empresas, percentual que coloca o Brasil como um dos países que têm mais presença nas redes sociais no mundo dos negócios. As redes sociais são utilizadas por 74% das empresas para divulgar produtos e informações; a rede também é utilizada para responder dúvidas, comentários e sugestões de clientes.

Outro dado identificado pela pesquisa é em relação ao surgimento de uma nova função, voltada para o monitoramento do perfil da empresa nas redes sociais. “O objetivo é compreender se, ao utilizarem essa plataforma, as empresas incorporaram em sua estrutura organizacional uma estratégia direcionada à sua presença na Internet”, afirma o relatório. Entre as empresas que possuem um perfil ou conta em alguma rede social on-line, 66% declararam manter uma pessoa ou área responsável pelo monitoramento desse perfil.

As empresas se adaptaram rapidamente ao uso da internet e das redes sociais para impulsionar os negócios, mas tiveram a mesma rapidez para controlar o seu uso da rede no local de trabalho. Além disso, a preocupação com a segurança também é maior, pois as empresas conectadas em rede podem sofrer ataques *hackers*, para os mais variados fins. Segundo os dados apontados na pesquisa, as medidas de acompanhamento e controle são impostas a partir de recursos internos das empresas (a área de Tecnologia da Informação – TI); 80% delas afirmaram adotar a orientação aos usuários como medida mais frequente para garantir a segurança da informação da sua organização. Em relação às medidas restritivas, 46% afirmaram bloquear o acesso a determinados conteúdos; 45% monitoram os sites visitados pelos usuários e 36% acompanham o tráfego de dados individuais dos usuários. Além disso, hoje a maioria das empresas brasileiras adota manuais de conduta na internet. Figaro, em pesquisa sobre as restrições da liberdade de expressão prescritas nos manuais de conduta das empresas, afirma que “Os manuais de conduta deixam marcas de um subtexto que enuncia o esforço por controlar e vigiar todos os passos dos trabalhadores nas redes sociais.” (2014, p.144) Já foram registrados casos de funcionários demitidos por justa

causa, por conta do uso de redes sociais (publicação de fotografias ou postagens durante o expediente) no local de trabalho.

Tais restrições criam controvérsias. Embora utilizem recursos invasivos à privacidade dos funcionários, a justificativa das empresas é que investem em monitoramento para evitar que o profissional, mesmo sem querer, coloque a empresa em risco, e, conseqüentemente, o seu trabalho. Alegam também que a navegação desses sites pode diminuir a produtividade dos mesmos. Tal argumento mostra que a chegada das novas tecnologias pouco mudou a filosofia das empresas, que mantém as mesmas determinações desde a sua origem: a busca pelo lucro e o total controle de suas operações (Maman, 2008).

O “controle de acesso” é feito por meio do *firewall* (parede de fogo, em inglês), a denominação para um sistema de segurança desenvolvido com o intuito de controlar o tráfego e acesso de informações entre um computador ou rede com a Internet. Basicamente, um *firewall* trabalha analisando a troca de informações entre computadores e, de acordo com regras pré-estabelecidas, autoriza acesso total, parcial ou simplesmente bloqueia a comunicação, utilizando dois conceitos básicos: A filtragem de pacotes e o controle de aplicações¹⁸. O *Websense*, produzido por uma empresa norte-americana, é também um software de controle constituído por um sistema de monitoramento da internet com o objetivo de bloquear as atividades de funcionários e usuários no sistema de rede. “A ferramenta geralmente é instalada no gateway da empresa, passa a gerenciar e identificar os sítios acessados pelos usuários, podendo assim bloquear o acesso a determinados endereços da web”, afirma Mattos (2012, p. 112). É interessante notar que, ao mesmo tempo em que as empresas gastam fortunas para controlar o acesso de seus funcionários à internet, também investem muito nas redes sociais, onde precisam ter visibilidade.

É uma contradição, que demonstra que, hoje, o foco do controle está nas redes sociais. Oliveira, Nicoleti e Christofolletti (2011) destacam que, catalisadas pelo surgimento das mídias sociais, elas trazem “novas ferramentas, dispositivos e sistemas facilitadores de produção e disseminação de conteúdos digitais que formam novos coletivos, fortalecem os já existentes e tornam mais visíveis os mais minoritários”. Para

¹⁸ Fonte: Rodrigo Silva (consultor de informática) - <http://www.meajuda.net/o-que-e-firewall/>

os autores, os sites de relacionamento, blogs, arquivos de texto e áudio, entre outros, possibilitam que as pessoas comuns produzam e divulguem conteúdo.

A internet e as redes sociais atuaram no Brasil sem uma regulação específica até 23 de abril de 2014, quando, foi aprovado o projeto de Lei n.12.695¹⁹, chamada *Marco Civil da Internet*, que regula o uso e redefine direitos e deveres de usuários e provedores da rede no país. O projeto tramitou durante quase três anos na Câmara dos Deputados, e apresenta como principais pontos: a *neutralidade da rede* (cujo princípio diz que a rede deve ser igual para todos, sem diferença quanto ao tipo de uso), a *privacidade na web* (que prevê a inviolabilidade e sigilo das comunicações; regula o monitoramento, filtro, análise e fiscalização de conteúdo, que só poderá ser acessado por meio de ordens judiciais, garantindo, assim, o direito à privacidade dos usuários), além dos *registro de acessos ou logs* (que proíbe os provedores de conexão de guardar os registros de acesso a aplicações de internet, não armazenando rastro digital por mais de seis meses). Outro dado interessante do projeto é sobre o marketing direcionado, ou seja, pelo texto aprovado, as empresas de acesso não podem mais “espionar” o conteúdo das informações trocadas pelos usuários na internet. Isso era feito por empresas como o *Google*, que utilizavam as informações para enviar anúncios para os usuários baseados nas mensagens. O Marco Civil foi um primeiro passo, importante, mas ainda há muito para ser regularizado e democratizado nas comunicações do país. “Não adianta ter um marco regulatório que garanta a neutralidade da rede se não tiver uma infraestrutura de banda larga que não seja privatizada também e que seja tratada exclusivamente como mais uma mercadoria”, afirma Venício Lima (2014, p.89)

Todas essas transformações trazidas pela Sociedade em Rede, em torno de valor, poder e controle na contemporaneidade, trouxeram também novos problemas e soluções. A liberdade difundida pela internet e pelas redes sociais despertou novas tentativas de controle e, com elas, novas formas de resistência. Também trouxe à tona um amplo debate sobre liberdade de expressão, liberdade de imprensa e censura, tema este que, aparentemente, havia acabado junto com a ditadura militar.

¹⁹ Na íntegra em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2011-2014/2014/lei/l12965.htm Acesso em 04/01/2015.

2.3.1. Liberdade de expressão, liberdade de imprensa e censura

Mattos (2012, p. 101) parte da premissa de que liberdade de expressão e liberdade de imprensa são “imprescindíveis, não só para os jornalistas, como também para todas as camadas da população”. Embora sejam direitos reconhecidos pela Constituição, o debate sobre esses temas é sempre remetido ao autoritarismo e à censura (Lima, 2012, p. 25). Por essas razões, consideramos a importância de colocar aqui algumas definições e/ou visões de diversos autores sobre o tema.

A *liberdade de expressão* é o direito de manifestar livremente opiniões, ideias e pensamentos. A Declaração dos Direitos do Homem e do Cidadão, resultante da Revolução Francesa, de 1789, proclamou no artigo 11 que “a livre comunicação das ideias e das opiniões é um dos mais preciosos direitos do homem; todo cidadão pode, portanto, falar, escrever, imprimir livremente, respondendo, todavia, pelos abusos desta liberdade nos termos previstos na lei”. Os 17 artigos, de ideais libertários, vindos do Iluminismo, criaram uma imprensa de qualidade e livre, principalmente na França e nos Estados Unidos.

A *liberdade de imprensa* é a capacidade de um indivíduo de publicar e acessar informação, por meio dos meios de comunicação, sem interferência do Estado. No Brasil, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, em vigor desde 2007, tem como base, logo no artigo 1º, o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange “direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação”. No artigo 2º, com relação ao acesso à informação de relevante interesse público “é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse”.

Além disso, a Constituição brasileira assegura o acesso à informação no artigo 5º, inciso XIV, resguardando-se o sigilo da fonte quanto necessário ao exercício profissional, entre outros dispositivos que também tratam da atividade da imprensa. Em relação à censura, Mattos (2012, p. 102) lembra que a Carta de 1988 apresenta texto específico sobre comunicação social (capítulo V), em seu artigo 220, no qual afirma que a manifestação do pensamento não sofrerá nenhuma restrição e que, nos parágrafos 1º e 2º, veda totalmente a censura, impedindo até mesmo a existência de dispositivo legal

“que possa constituir embaraço à plena liberdade de informação jornalística, em qualquer veículo de comunicação social”.

Venício A. de Lima (2012, p. 32) frisa que a liberdade de expressão nasce com o indivíduo, enquanto a liberdade de imprensa (que ele prefere dizer “da” imprensa) implica o material impresso, além da existência de um público leitor. “A passagem da cultura oral para a cultura letrada e a formação, o tamanho e a história dos ‘públicos leitores’ nas diferentes sociedades, contam boa parte da história da própria imprensa, e consequentemente, da liberdade da imprensa”, explica o autor, que também considera, em alguns casos, a liberdade da imprensa como sendo a “controlada por um grande grupo empresarial de mídia” (p. 26).

Para Ignácio Ramonet, as relações que hoje conhecemos e vivenciamos entre liberdade de expressão e liberdade de imprensa e que nasceram na Revolução Francesa, também resultaram no surgimento do termo “quarto poder”, para se referir aos meios de comunicação. O nome sugeria que a mídia seria, a partir de então, o poder cidadão que vigiaria os outros três símbolos da democracia moderna, os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário²⁰. O autor afirma que a imprensa desempenharia esse papel principalmente a partir do século XIX, época em que surge a comunicação de massa e a opinião pública, “que pressiona os poderes legítimos e, além disso, transmite a eles seu descontentamento ou sua desaprovação em relação a tal ou qual medida, sendo um agente indispensável para o bom funcionamento da democracia atual” (2013, p. 65).

Ao longo do tempo, segundo o autor, a imprensa foi perdendo a sua função de contrapoder, à medida que ocorria a globalização e o avanço da Sociedade em Rede. Neste contexto, como afirmamos no capítulo anterior, foram criados grandes conglomerados de comunicação, que começaram a trabalhar com a cultura de massa, a comunicação (no sentido publicitário, de persuasão) e a informação (com as agências de notícias). Hoje, submetido ao poderio econômico dessas empresas de comunicação,

²⁰ Segundo Ramonet (2013, p. 64), “a origem dessa divisão remonta ao século XVIII, quando Montesquieu escreveu o livro *O espírito das leis*, sustentando que, para sair do absolutismo real, a sociedade deveria se formar com base em três poderes, cada um com uma função específica: o Poder Legislativo, que faz as leis, constituído pela Assembleia, os representantes do povo; o Poder Executivo, que realiza e executa as leis votadas, o poder político; e o Poder Judicial, que deve ser independente do poder político, pois a justiça se faz em nome da lei, não do rei, do presidente ou de quem quer que seja”.

o quarto poder não está cumprindo o seu papel. Ramonet (2013) e Serrano (2013) alertam que, diferentemente dos outros três poderes, os meios de comunicação são os únicos a não ter legitimidade democrática. Explica-se: por não ter quem os critique, não existe contrapoder para o poder midiático. Isso faz com que – sob o manto da liberdade de imprensa – ocorra a impunidade. “A mídia hoje mente constantemente, manipula, insulta e destrói o prestígio e a trajetória de quem cruzar seu caminho. Sua intolerância a qualquer poder legítimo e democrático que ousar tocar seus privilégios é absoluta”. (SERRANO, 2013, p. 73).

A *censura* é o processo de repressão da liberdade de expressão e de imprensa, e está diretamente relacionada ao poder, seja ou não do Estado. Para Mattos (2012, p. 101), não há diferenças no conceito do ato de censurar; o que muda “é a aplicação dos instrumentos de controle”. Cremilda Medina explica que a censura pode se apresentar nas mais complexas situações:

Um cenário dado à interpretação é o da censura explícita, institucionalizada e verticalmente exercida pelo Estado autoritário; em outro cenário, você está sujeito a atos repressivos inerentes a qualquer exercício de poder que impõe às práticas cotidianas constantes de cerceamentos; e um terceiro cenário para se tentar compreender – da rede intimista da autocensura, exacerbada na cultura do medo dos sistemas ditatoriais ou nas heranças autoritárias. De qualquer forma, essas situações se conjugam numa complexidade que escapa às explicações fáceis. (MEDINA, 2002, p. 421)

Mattos afirma que o ato de censurar é tão antigo quanto a divulgação das ideias. Segundo ele, a história registra, ao longo dos séculos, sob a tutela de regimes totalitários ou democráticos, como os governantes tentaram sufocar, por meio da censura, o esforço de comunicação (2005). Entre seus relatos, estão citações do Velho Testamento, proibições na sociedade grega e os tribunais do Santo Ofício, durante a Idade Média e o Renascimento. Mas foi após a invenção da tipografia de Gutenberg, no século XV, quando os papéis passaram a ser multiplicados, que a Igreja e o Estado começaram a proibir tudo o que não tivesse passado antes pela censura. Ato que infelizmente, se propagou até a contemporaneidade, época em que “as pressões

políticas e econômicas, em conjunto com a censura, exerceram e continuam exercendo, grande influência no desenvolvimento da mídia, inclusive na Internet.” (2012, p. 102).

Cristina Costa, pesquisadora do tema no Brasil e em Portugal²¹, considera a censura como um sentimento individual de imposição de ideias e pensamentos sobre a nossa subjetividade. Segundo a autora, a censura é anterior ao Estado; existe desde que desenvolvemos a individualidade e está na própria origem da subjetividade, ou seja, no pensamento humano. Para ela, a censura tem sido uma constante na vida brasileira em razão da condição colonial que marcou quatro séculos de nossa história (Costa, 2006).

Como uma política de Estado, o ato de censurar é, para Beatriz Kushnir, “a ação individual ou em grupo realizada por um censor – alguém designado pelo governo a pôr em prática o artifício censório – que, ao analisar obras de cunho artístico e/ou jornalístico, permite ou não a sua difusão” (2004, p. 35). Para a autora, a postura de vigiar e reprimir revela a intenção de manter uma harmonia social.

Arrazoar a ação de proibir e censurar, de negar ao outro o direito de acesso a determinados temas; vigiar pessoas, ditar normas de conduta, excluir palavras do vocabulário; forjar de maneira brutal uma nova realidade, essas são algumas das indagações centrais e das preocupações acerca das estratégias do interdito. Os atos censórios não estão, entretanto, circunscritos a determinados momentos, lugares ou formas de governo. (KUSHNIR, 2004, p.36)

O sociólogo Venício Lima (2012) afirma que o Estado não é o único censor e, muitas vezes, sequer o mais importante. Para ele, que se refere à censura da palavra, “da expressão que é um direito humano fundamental da pessoa, do indivíduo e o cidadão”, existem várias formas de censura e censores. “Esta censura é anterior à existência não só de Gutenberg (...) como é muito anterior à existência da instituição que passou a ser conhecida como “imprensa” e hoje chamamos de “mídia””, completa.

²¹ Coordenadora do Observatório de Comunicação, Liberdade de Expressão e Censura (Obcom), da ECA/USP, dedicado a pesquisas sobre censura e liberdade e expressão nas artes e nos meios de comunicação. O núcleo surgiu a partir das pesquisas em torno do Arquivo Miroel Silveira (AMS), composto por cerca de 6200 processos de censura prévia a peças de trato do período de 1930 a 1970.

A linguista Eni Orlandi identificou a censura no silêncio. Ao analisar tanto a censura, quanto a recusa de se submeter a ela, a autora afirma que o silêncio não é transparente, é ambíguo, “pois se produz em condições específicas que constituem seu modo de significar” enquanto a censura, tal como a definimos “é a interdição da inscrição do sujeito em formações discursivas determinadas, isto é, proíbem-se certos sentidos porque se impede o sujeito de ocupar certos lugares, certas posições.” (2007, p.101 e 104).

O educador Paulo Freire também abordou o tema ao falar na submissão dos oprimidos pelo silêncio, que chamou de “cultura do silêncio”. Em seus textos, analisados dentro da realidade latino-americana, Freire afirma que no Brasil colonial, o Estado português e seus aliados se beneficiavam da opressão aos indígenas e escravos vindos da África, por meio da submissão e da proibição da liberdade de se expressar; ou seja, impondo o silêncio. Os colonizadores portugueses foram os nossos primeiros censores, e deixaram como herança “uma cultura de dominação que, uma vez internalizada, condicionava o comportamento submisso” (Freire, 1970, p. 169, in Lima, 2011, p.111).

Trazendo o tema para os dias atuais, Venício Lima (2011) considera que o silêncio é uma forma de censura disfarçada imposta pela grande mídia em relação a determinados temas. Para ele, a grande mídia é a principal mediadora e construtora dos espaços públicos, e, quando omite algo desse espaço, sonega ou exclui a possibilidade desse tema fazer parte do conhecimento e do debate público.

Sobre a censura imposta pelo Estado, Eugenio Bucci considera que ela reduz o cidadão quando este não tem o direito de saber o que a autoridade estatal sabe. Neste caso, ao invés de tutelar direitos e bens jurídicos, o Estado passa a tutelar a própria liberdade da pessoa e, desse modo, “entra em cena o cidadão pajeado, inferiorizado e infantilizado, rebaixado em seu estatuto de sujeito de direito” (2011, p.10). Para ele, a obstrução imposta pelo Estado para bloquear o acesso do cidadão à informação é contrária ao Estado de Direito:

Não tenhamos mais dúvida sobre o conceito de censura – e chamemos de censura o que é censura. Ela se caracteriza pela ação da autoridade estatal com o objetivo de, por um lado, interceptar a informação a que o cidadão tem direito e, de outro, impedir ainda

que parcialmente a expressão do pensamento ou da criação artística, científica e intelectual. O censor só pode existir como deformidade da ordem legal: ele é agente encarregado de ver o noticiário antes do cidadão, é alguém acima do cidadão, alguém com poder para decidir se o cidadão poderá ter acesso àquela notícia ou não. (BUCCI, 2011, p.9)

A liberdade de expressão é garantida em todos os países constitucionalmente, mas a história nos mostra que a imprensa sempre foi um dos alvos favoritos da censura. Em artigos de Karl Marx reunidos no livro *A Liberdade de Imprensa* (2007), o autor considera que a chamada “imprensa má” é um resultado da censura. Segundo ele, a imprensa é interessante para o povo se o povo for interessante para a imprensa; a liberdade total e completa não é pensável numa sociedade de massas e, se a liberdade de imprensa é um direito, é ela que precisa ser regulamentada, e não a censura.

O jornalista Alberto Dines (in Mattos, 2005, p.42) afirma que a censura também está na manipulação - que considera ser a mais sutil -, na falta de profundidade e apuração e, principalmente, na omissão, que também se caracterizaria como autocensura, “uma extensão da censura e que quase sempre pode atuar no jornalismo como parte invisível do corpo censorial ostensivo”. (Bahia, 1990, p.329 in Mattos, 2005, p.43). Para Kucinski (2002, p. 536), não é fácil tipificar a autocensura, porque “ela se confunde com mecanismos sistêmicos e inconscientes de censura inerentes ao processo social de construção da notícia”. Esses mecanismos são *filtros* vindos “do poder econômico, do poder da publicidade, da barragem das fontes oficiais e da dominação ideológica” (Chomsky&Herman, 1988, in Kucinski, 2002, p. 538). Para o autor, a autocensura difere-se desses mecanismos principalmente por ser um ato consciente, com objetivo também consciente:

Trata-se de uma modalidade de fraude intelectual, uma mentira ativa, oriunda não de uma reação instintiva, mas de intenção calculadas de enganar. São decisões tomadas na esfera do superego do jornalista. Nesse sentido é uma das mais danosas formas de controle da informação porque implica o engajamento do jornalista na proposta repressiva, fazendo dele sua primeira vítima. (KUCINSKI, 2002, p. 538)

Curiosamente, o autor relata que a prática da autocensura foi largamente utilizada por grandes jornais na época da ditadura militar, principalmente durante o período de censura prévia²². Segundo o autor, os censores eram imprevisíveis, sem apresentar regras claras, e proprietários dos meios de comunicação temiam que houvesse confiscos dos jornais impressos, o que poderia gerar grandes prejuízos. Para não afetar a produção e antecipando-se a represálias, jornalistas, editores e donos de jornais praticavam autocensura, no controle antecipado e voluntário da informação. Este fato explica, segundo ele, o reduzido número de processos contra jornalistas durante o regime militar.

Esse exercício generalizado da autocensura, estimulado por atos isolados de censura exógena *manu militari*, determinou o padrão de controle da informação durante os dezessete anos de regime autoritário, sendo os demais métodos, inclusive a censura prévia e os sucessivos expurgos de jornalistas, acessórios e instrumentais à implantação da autocensura. (KUCINSKI, 2002, p. 536)

Na opinião do autor, ao impedir o exercício da liberdade, a censura imposta pelo Estado não afeta a dignidade do jornalista, nem sua personalidade de “homem livre”. Já a autocensura, ao fazer com que o jornalista aceite a sua restrição, tornando-se agente e objeto da repressão, “vai minando a integridade do ser” (idem). Na situação de autocensura, “O jornalista assume a responsabilidade adicional de aferir e decidir o que é bom para o leitor e o que não é”, completa.

Kucinski (2002, p. 541 e 542) identifica na história da imprensa diversos tipos de uso de autocensura jornalística, a começar por países ibéricos, que a utilizavam “na clandestinidade política e da criminalização da dissidência e do não conformismo por parte das elites dirigentes” (p.539) à incorporação da autocensura ao *ethos* do jornalista brasileiro. Também mostra que a autocensura foi utilizada como método ideal de controle da informação (“ao suprimir a própria informação de que a informação está sendo suprimida, a autocensura torna-se, para o opressor, a melhor forma de controlar a informação”), e como sistêmica (“muitos episódios de autocensura durante a ditadura

²² Período em que a Censura era exercida por censor enviado à redação. (Kucinski, 2002)

militar eram definidos no âmbito de sistemas jornalísticos, de empresas ou de redações, e não por indivíduos”).

A autocensura da época da ditadura militar deixou uma herança para os jornalistas brasileiros que persiste até hoje, quando os profissionais deixam de revelar parte das informações que possuem. “É a autocensura como estratégia de sobrevivência num ambiente redacional autoritário, e já incorporada ao *ethos* jornalístico na democracia pós-autoritária brasileira”, afirma o autor. Para ele, “essa autocensura é o traço que mais distingue o jornalista brasileiro do jornalista de culturas de maior tradição democrática”. (Kucinski, 2002, p.543)

Como veremos mais adiante, a empolgação proveniente do espírito libertário trazido pela internet foi logo interrompida por diversas formas de censura. Na atualidade das mídias sociais, a autocensura tornou-se um hábito, não só entre os jornalistas, mas entre todas as camadas da sociedade. Na imprensa, a prática é aplicada de forma consciente, para evitar, segundo Kucinski, “processos indenizatórios na justiça, e resolver determinados conflitos éticos como, por exemplo, entre o direito à informação e o direito à privacidade” (p. 540).

2.3.2 A censura à imprensa no Brasil

Nos primeiros séculos de nossa história, o controle no Brasil foi exercido de forma quase hegemônica pela Igreja Católica, “por meio das ordens religiosas aqui estabelecidas e de seus mecanismos coercitivos, dentre eles se destacando – por sua característica censória, de julgamento e condenação de ideias, comportamentos e atitudes – as Visitações do Santo Ofício” (Costa, 2006, p.28). Segundo a autora, a censura esteve presente no país por todo o Período Colonial, por meio de controle das ideias e manifestações de crença, sentimento e crítica. E, em resposta a isso, “o Brasil desenvolveu no interior de suas instituições uma secular necessidade de negociação com os trâmites do poder, como maneira de conviver com a intolerância e o preconceito endêmicos” (idem, p.34).

Até a chegada da família real, em 1808, era proibida a prática da tipografia no Brasil. E, segundo Mattos (2005, p.100), uma das consequências dessa censura, que

tinha o objetivo de manter incontestado o absolutismo dos reis portugueses, foi a total inexistência de órgãos de imprensa no Brasil colônia. Como se sabe, o primeiro jornal brasileiro a ser publicado sem a interferência da censura portuguesa foi o *Correio Braziliense*, editado por Hipólito da Costa em Londres. É também, nessa época que surgem os primeiros confiscos a jornais “revolucionários” no país. Segundo Maria Luiza Tucci Carneiro (2003, p.20) “a fundação da imprensa Régia no Rio de Janeiro em 13 de maio de 1808 e a imediata transformação do Desembargo do Paço em órgão censor no Brasil, conforme decreto assinado por D. João VI em 27 de setembro daquele mesmo ano”, são dois marcos históricos para o início da conturbada relação entre imprensa militante e censura no país, caracterizada pela ação do Estado (a “repressão institucionalizada”) e pela resistência.

De modo geral, os anos que se seguiram à chegada da família real ao Brasil foram marcados pelas mais variadas formas de controle: em 1822 surgiu a primeira determinação legal sobre a liberdade de imprensa e direito à crítica. Um ano mais tarde, foi publicado um decreto da Assembleia Geral Constituinte Legislativa do Império do Brasil, visando o controle da liberdade de imprensa. Em 1824, quando D. Pedro I outorgou a Constituição, acabou com a censura prévia, liberdade que durou apenas até a Proclamação da República, em 1891. Com a nova Constituição, o governo passou a subordinar os espetáculos e diversões públicas à censura da polícia e, em 1921, o governo de Epitácio Pessoa passou a utilizar a censura com seletividade ideológica. (Mattos, 2005).

Nos primeiros anos do século XX, com o declínio da República Velha e a Europa marcada pela I Guerra Mundial, a censura organizada pela República lançou as bases do que viria ser um dos braços fortes do Estado Novo de Getúlio Vargas.

Os meios de comunicação e a indústria cultural transformam a cultura do mundo, mas os tempos são de ditadura e os mecanismos de coerção e submissão do povo ao Estado se desenvolvem no mundo inteiro – de Moscou a Berlim, de Roma ao Rio de Janeiro. Dessa época em diante, o controle sobre os meios de comunicação, as artes e a informação se torna cada vez mais violento e o desenvolvimento da propaganda política, que se generaliza, procura monopolizar a produção e a divulgação de notícias, de imagens e de espetáculos. E a repressão, apoiada pelo público como

forma de defesa da tradição, dos costumes, da nação, do decoro, da educação, da juventude e do elitismo, se transforma numa das armas mais potentes dos regimes totalitários. (COSTA, 2006, p.89)

Um novo capítulo começa a partir do governo Getúlio Vargas, que em 1935 instituiu a Nova Lei da Imprensa e, em 1937, com a nova Constituição, estabeleceu a censura prévia aos veículos de comunicação. Por meio de um novo decreto, foi criado em 1939 o Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), que fortaleceu ainda mais a censura. Segundo Nilson Lage (in Mattos, 2005), a partir deste decreto, “as empresas jornalísticas só se podiam estabelecer mediante registro do DIP, que também devia registrar os jornalistas profissionais; a partir de 1940, 346 revistas e 420 jornais tiveram seus pedidos de registro negados”.

O DIP era subordinado à presidência da República e contava com a orientação de um conselho nacional composto pela Associação Brasileira de Imprensa, Sindicato dos Proprietários de Jornais e Revistas do Rio de Janeiro e Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio de Janeiro. Em certas ocasiões destacava-se a figura do censor que, segundo Mattos, possuía salas especiais em alguns veículos e era identificado como fiscal, para cada jornal, a fim de aprovar originais, pois “sem aquela chancela nada seria composto nas oficinas” (Mattos, 2005, p.105). Vale destacar que, até 1950, os censores eram pseudo-intelectuais que possuíam atividade remunerada. Machado de Assis, Di Cavalcanti e Vinícius de Moraes, entre outros intelectuais importantes do país, também atuaram como censores. (Idem)

Em 1945, após a queda de Getúlio Vargas, então presidente interino, José Linhares, liberou a censura aos programas de rádio, fase que durou apenas 43 dias, com a criação do Serviço de Censura de Diversões Públicas, do Departamento Federal de Segurança Pública, que mais tarde passou a ser o Departamento de Polícia Federal. Segundo Costa (2006, p.146), “a filiação da censura à Segurança Pública começa a dar um novo perfil aos censores e à sua prática, que ia perdendo o lustro intelectual e assumindo cada vez mais o papel de repressão policial”. Beatriz Kushnir, que fez uma exaustiva pesquisa sobre o tema, explica quem eram os censores:

Os censores eram, portanto, a expressão de uma parcela da comunidade que os queria, e possuíam uma formação cultural semelhante à

de muitos outros brasileiros. Nesse sentido, o governo que os empregava definia as exigências relativas ao seu perfil. Nem sempre as demandas do Estado quanto ao trabalho por eles executado confluíam com as de outros estratos dessa mesma sociedade. No âmago desse desencontro, a imagem do censor incapaz fortaleceu-se ante o absurdo, para quem preza a liberdade de expressão, das ordens que cumpriam. Esses funcionários públicos foram sempre executores de medidas, nunca os seus formuladores. Verdadeiros cães de guarda, durante a vigência da censura prévia, ligavam para as redações dos jornais de todo o país para instruir o coibido. Iniciavam afirmando: De ordem superior, fica proibido... (KUSHNIR, 2004, p. 23)

No mesmo ano, foi aprovada uma nova constituição, em que se assegurava a liberdade de comunicação escrita. Os anos que se seguiram (de pós-guerra) foram marcados por perseguições a jornais e jornalistas ligados ao Partido Comunista, com registros de confrontos, apreensões e prisões. Politicamente, houve o retorno e posterior suicídio de Getúlio Vargas; a renúncia de Jânio Quadros e o golpe de 1964, que depôs João Goulart e, por meio do Ato Institucional nº1, elegeu para presidente o Marechal Humberto de Alencar Castelo Branco. Era o início da ditadura militar no Brasil.

Durante esse período, foram instituídos por Castelo Branco e, posteriormente, por Costa e Silva, diversos Atos Institucionais (AI) que cerceavam a liberdade de imprensa. Mas foi com o AI-5, em 13 de dezembro de 1968, que a censura voltou a ser exercida com toda a força no país (Mattos, 2005, p.115). Nos dias seguintes à edição do AI-5 foram feitas mais de 200 prisões de jornalistas, políticos, artistas, professores e religiosos. Em 1969, a Junta Militar modificou a Lei de Imprensa e a Lei de Segurança Nacional, e restabeleceu a censura à imprensa. Foi um dos períodos mais difíceis, em que o Estado exerceu todo o seu controle sobre os veículos de comunicação.

Entre dezembro de 1968 e junho de 1978 os meios de comunicação de massa estiveram sob censura. Durante esse período, a censura foi usada para desencorajar o sensacionalismo na imprensa, bem como a divulgação, para o grande público, de temas como a epidemia de meningite de 1974-1976, as frequentes críticas feitas ao governo por setores da Igreja, rumores sobre a abertura política, tortura de

prisioneiros políticos, escândalos financeiros e sucessão presidencial, entre outros. Vale salientar que as proibições eram feitas de acordo com os critérios dos censores e em nome da segurança nacional (SELCHER, 1977, p.17 in MATTOS, 2005, p.117)

Além da perseguição a jornais e revistas, que foram censurados, invadidos ou lacrados pela força policial, a televisão foi um dos principais alvos da censura da época do regime militar. Esse controle facilitou a manipulação da opinião pública, limitou o crescimento da produção do próprio veículo, castrou a criatividade e incentivou a autocensura, “que passou a ser adotada pelas próprias emissoras, que constituíram seus departamentos de autocensura ou de controle de qualidade” (Mattos, 2005, p.118). Ainda durante esse período, escritores e artistas foram enquadrados na Lei de Segurança Nacional; foram exercidas pressões sobre as emissoras de televisão mediante ameaças de multas, punições e suspensões como medidas punitivas. O controle, muitas vezes, era exercido pela presença do censor nas redações (censura prévia) ou por meio de bilhetes e telefonemas de proibição, dirigidos às redações dos veículos de comunicação.

O AI-5 foi revogado em 1978, mas o Serviço de Censura da Polícia Federal continuou a agir sobre toda a produção cultural e intelectual do país até 1988, quando foi promulgada a atual Constituição. Após a extinção do Serviço, foi criado um departamento de classificação indicativa de diversões públicas e de programas de rádio e de televisão, vinculado ao Ministério da Justiça. E ainda há, até hoje, funcionários responsáveis pela classificação indicativa da faixa etária de filmes e programas de televisão (Costa, 2006).

Até a promulgação de 1988, o Serviço de Censura da Polícia Federal chegou a ter 250 censores responsáveis pelos cortes em jornais, revistas, livros, canções, filmes e programas de televisão. Segundo estatísticas da época, os censores da Polícia Federal examinavam, por dia, no mínimo, dois filmes de 35 milímetros e quatro de 16 milímetros. Censuravam também cerca de 2 mil letras de música e mais de 100 seriados de televisão por mês. Em qualquer situação, quando a censura passa a ser exercida, na prática, quem sai perdendo com as restrições à liberdade não são apenas a imprensa e os jornalistas, mas, principalmente, o leitor, o telespectador e o radiouvinte, e, em última análise, a opinião pública, pois a visão crítica que os meios de comunicação passam a transmitir sofre

distorções, algumas das quais irrecuperáveis. (MATTOS, 2012, p. 107)

Nos últimos vinte anos uma aparente calma pairou sobre as discussões em torno da censura. Na verdade os antigos métodos foram, aos poucos, substituídos por novas formas de controle da informação e do seu conteúdo. Para Mattos (2012, p. 106), ocorre uma “manipulação sutil da informação, quando a imprensa perde a capacidade de estabelecer diferenças e passa a trabalhar os fatos baseando-se em generalizações, por meio do constrangimento, da omissão (autocensura) e da indiferença”.

Também nesse período, a Lei de Imprensa, instituída durante a Ditadura Militar, em 09 de fevereiro de 1967, foi revogada em 30 de abril de 2009 pelo Supremo Tribunal Federal, que a considerou inconstitucional, pelo fato de ser considerada herança do regime militar e, portanto, incompatível com a democracia e com a atual Constituição Federal. Com a antiga lei, qualquer pessoa que se sentisse prejudicada pela imprensa poderia abrir processo de injúria, calúnia ou difamação com base naquela lei. Atualmente, os juízes baseiam-se na Constituição Federal e nos códigos Penal e Civil para decidir ações criminosas e de indenização contra jornalistas. Essa mudança abriu uma discussão sobre a necessidade ou não de um regimento para a imprensa. Sem um regimento próprio, a categoria está sentindo-se vulnerável às decisões judiciais, que geralmente levam a um prejuízo econômico.

Fato é que hostilidades contra jornalistas continuam acontecendo, de novas e mais intensas maneiras, tanto no Brasil como em outros países, tanto democráticos como ditatoriais.

Os velhos e brutais métodos de perseguição, intimidação, multas pecuniárias e prisões, baseadas em leis draconianas e imorais, ainda são praticados em todo o mundo para eliminar aqueles que importunam ou pensam de modo diferente. O fechar as portas de acesso aos financiamentos públicos para órgãos de imprensa, para artistas e escritores que assumem postura crítica e diferenciada da oficial, é um meio de censura muito em voga. (MATTOS, 2012, p. 110)

A chegada da Sociedade em Rede, da internet e das redes sociais, a aparente liberdade de expressar-se e a adoção dos novos meios por jornalistas fez com que o controle saísse do campo das sutilezas, reacendendo o debate sobre a democratização da informação e dos meios de comunicação. Essas mudanças também modificaram o sentido de liberdade de expressão estabelecido até aqui. Os jornalistas e as mudanças no mundo do trabalho estão na pauta do próximo capítulo. As transformações no perfil, no modo de produção e, segundo nossas hipóteses, a busca por mais independência, autonomia e liberdade de expressão, levaram os profissionais a buscar meios alternativos, como os blogs, por exemplo. A partir dessa busca, surgem os jornalistas blogueiros e uma nova realidade, como veremos a seguir.

CAPÍTULO 3

JORNALISTAS: MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO E A BUSCA POR NOVOS ARRANJOS ECONÔMICOS

A informação instantânea, fornecida pelos meios de massa, deve ser completada pela informação calcada na análise, mais lenta e presumidamente mais profunda. De qualquer maneira, todos esses meios, na sociedade capitalista, comercializam essa mercadoria especial que é a informação. São meios que vendem informação: quem controla a informação, controla o poder.

(Nelson Werneck Sodré, 1999, p. XIV e XV)

As transformações ocorridas a partir do capitalismo e da globalização, até a sociedade em rede, detalhadas nos capítulos anteriores, modificaram profundamente as relações econômicas, sociais e de poder, atingindo todos os campos profissionais, especialmente os jornalistas, grupo que, a nosso ver, lida com um dos produtos mais valorizados do século XXI, a informação. Essas mudanças trazem novas configurações para esse profissional, que merecem ser detalhadas e analisadas.

Desse modo, após as considerações teóricas dos capítulos anteriores, é importante relembrar nosso objetivo principal, que é investigar e dar resposta às seguintes questões: a) os profissionais do jornalismo estão migrando para novas mídias, principalmente para os blogs? b) Essa migração se dá para exercer a sua profissão com autonomia e liberdade, fora do controle das empresas de comunicação? c) Os jornalistas que migraram para esses novos meios conseguiram obter essa liberdade?

Para responder a essas questões, neste capítulo faremos uma análise da situação do mundo do trabalho do jornalista nos dias atuais. Como opção metodológica, nos concentraremos no perfil dos jornalistas, no modo de trabalhar e produzir notícias. Também mostraremos alguns conflitos e dramáticas do uso de si que aparecem a partir dessas novas configurações, para finalmente chegarmos às novas soluções e arranjos comunicacionais encontrados pelos jornalistas, sendo o principal deles, os blogs.

3.1. Mudam o perfil, o modo de trabalhar e de produzir as notícias

As mudanças mais transformadoras para o jornalismo no Brasil ocorreram no início dos anos 1990, a partir da chegada da Internet, da informação eletrônica e interativa, mas, principalmente, com a informatização das redações. Alzira Abreu (2002) afirma que a informatização representou um salto em termos de rapidez na execução das tarefas e distribuição de jornais, tornando os horários mais rígidos para os profissionais. As empresas de comunicação, antes comandadas por grupos familiares, passaram a ser administradas por economistas, administradores e engenheiros, entre outros. Além disso, a informação, ainda segundo Abreu, foi transformada em uma mercadoria. Para Kucinski (2012), na era virtual, esse conceito de notícia como mercadoria desaparece:

Mercadoria é conceito-fundador do sistema capitalista e notícia como mercadoria é categoria demarcadora do jornalismo de mercado assim como da definição de jornalismo como forma de conhecimento fundada no fato recortado nitidamente no tempo e no espaço. Na era virtual, ao ser acessada, a informação não é consumida, ao contrário, se multiplica, como no milagre da multiplicação dos pães. A saga do capitalismo lembra David Harvey (2011²³), está repleta de paradoxos. Esse é um deles. O leitor lê a notícia e em seguida, com um mero apertar de botões, a encaminha para uma lista de dez ou cem amigos ou mil membros de uma lista. Cada um deles pode fazer o mesmo. Ao consumi-la, ele a multiplicou. (KUCINSKI, 2012, p.15)

O autor afirma que a revolução tecnológica derrubou as diversas demarcações do jornalismo, e “com elas a própria definição do jornalismo como um campo caracterizado por uma ética própria e papéis claramente atribuídos”. Para ele, “a notícia, na era virtual, não é mais a mesma mercadoria da era material da informação”, o que dificulta, e muito, o autofinanciamento dos jornais online. Outra dificuldade apontada por Kucinski é a demarcação da notícia, que se perde sem a periodicidade dos novos veículos jornalísticos, pois o fluxo de informação da era virtual é “incessante e sempre inacabado” (idem).

²³ HARVEY, David. O Enigma do Capital. São Paulo: Boitempo, 2011.

A industrialização, os interesses financeiros e as transformações tecnológicas fizeram com que os profissionais do jornalismo precisassem repensar a sua atuação. Divididos entre manter a credibilidade, os ideais do jornalismo e o emprego, atrelados a questões econômicas, políticas e mercantilistas, renderam-se a um novo papel. Transformaram-se, segundo Leandro Marshall (2003, p. 32), em máquinas de produzir informação, “um operário com demandas estipuladas e prazos de entrega a cumprir”. Para Ciro Marcondes Filho (2009, p. 164), a alta velocidade de circulação de informações, adotada pelas redações juntamente com os processos “hipertaylorizados” de utilização da mão de obra jornalística, fizeram com que “o homem ou o homem-máquina tenha de trabalhar à velocidade do próprio sistema”.

Isso significa que o jornalista ideal é aquele capaz de dar conta das exigências do tempo, produzindo textos jornalísticos razoáveis e com uma grande maleabilidade redacional ou editorial. Ele deve ser uma peça que funciona bem, acoplável a qualquer segmento do sistema de produção de informações. A eficiência sobrepõe-se à questão da qualidade (originalidade, personalidade) do texto. (MARCONDES FILHO, 2009, p. 164)

O autor ainda destaca que a alta rotatividade dos profissionais nas empresas de comunicação provoca uma “seleção natural” na redação, fazendo com que permaneçam apenas aqueles que dão conta das demandas citadas acima. Com isso, extinguiram-se os profissionais experientes e especialistas. “Temos uma multidão de bons redatores, capazes de passar por todas as redações e mesmo funcionar como editores delas, sem que se projete qualquer nome individualmente”, completa (p. 165).

Aproximadamente vinte anos depois da implantação dos computadores e da Internet nas redações brasileiras, é possível notar as transformações citadas acima e muitas outras no mundo do trabalho dos jornalistas. Duas pesquisas realizadas recentemente no Brasil comprovam essa mudança. A primeira, realizada entre 2009 e 2012 por pesquisadores do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, da Universidade de São Paulo (ECA/USP), com apoio da FAPESP, foi focada no Estado que detém o maior número de jornalistas brasileiros, São Paulo. Trata-se da pesquisa *O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo - um estudo das mudanças no*

mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo²⁴, que traça um perfil dos profissionais a partir do seu ponto de vista sobre o trabalho, além dos hábitos culturais e de consumo. A segunda, realizada em nível nacional por pesquisadores do Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina (TMT/UFSC), em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) em 2012, mostra o perfil dos jornalistas brasileiros a partir de suas características demográficas, políticas e de trabalho; trata-se da pesquisa *Perfil do jornalista brasileiro – Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*²⁵.

Embora tenham sido realizadas a partir de perspectivas diferentes, sendo uma a partir da área de Comunicação, e outra da Sociologia, as pesquisas são convergentes, principalmente em relação ao perfil dos jornalistas desse início de século XXI. São jovens, do sexo feminino, de etnia branca, classe média, sem filhos, com curso superior completo e especialização (pós-graduação). A maioria dos profissionais está distante das redações dos grandes jornais, trabalhando nas assessorias de comunicação e de imprensa, e ingressou na profissão nos últimos 15 anos, o que demonstra ter começado na profissão quando as reformas trazidas pelo computador e a internet estavam se efetivando.

A partir do quadro de reorganização do mundo do trabalho, houve uma adaptação dos jornalistas aos novos meios e métodos. Tornaram-se multifuncionais e polivalentes; precisam desempenhar diversas funções para se manterem atuantes no competitivo mercado de trabalho, além de dominar a linguagem da Internet e as redes sociais. O profissional está desafiado pela instantaneidade protagonizada pelos novos meios, o que o obriga a operar com novas noções de tempo e espaço (David Harvey, 1996).

As relações de trabalho do jornalista se precarizam na mesma proporção que a profissão se valoriza, por conta das transformações na sociedade da informação. A flexibilização do mundo do trabalho trouxe novas formas de contratação: poucos

²⁴ Disponível em <http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2009-2012/> Acesso em 11/11/2014.

²⁵ Disponível em http://www.fenaj.org.br/reinstitu/pesquisa_perfil_jornalista_brasileiro.pdf Acesso em 09/11/2014

possuem registro na carteira de trabalho (CLT); os autônomos ganham por projetos, trabalhos ou textos e as relações trabalhistas se transformaram completamente com a proliferação dos “PJs”, ou Pessoas Jurídicas. Nos últimos anos, surgiram novas nomenclaturas para maquiar essa forma de precarização, como “empreendedorismo” e “trabalho criativo”, entre outros, “termos que se ajustam a toda uma gramática incorporada no mercado de trabalho hoje, e que também impactam o mundo do jornalismo” (Roxo e Grohmann, 2014, p. 4). A flexibilidade das novas formas de trabalho traz, também, para os autores, os discursos sobre a flexibilização que, analisados a partir do mundo do trabalho, “revelam, em universo micro, os valores hegemônicos da sociedade vigente como um todo” (idem).

Os novos métodos produtivos também levaram os jornalistas a trabalhar em casa ou em um pequeno escritório, onde produzem os seus serviços, arcando com todos os próprios encargos trabalhistas. Muitos são *freelancers* e trabalham para vários lugares ao mesmo tempo, com vínculos empregatícios precários. Além disso, o profissional trabalha sozinho ou em equipes bastante reduzidas. Para Bernardo Kucinski, o domínio da terceirização (ou “free-lancismo”) nas relações de trabalho tornou as redações virtuais, pois “o processo coletivo de criação do conhecimento jornalístico deu lugar à terceirização da produção e à compartimentação dos saberes” (2012, p. 8). Além de trabalhar mais e em locais diferentes, o jornalista que vive na sociedade em rede tem mais acesso à comunicação. Antes, para se comunicar com uma grande quantidade de pessoas, era necessário trabalhar em um grande jornal impresso, ou em uma rádio, e até mesmo emissora de TV. Hoje é possível ser jornalista em qualquer lugar – basta ter um computador e uma conexão com a Internet para isso – e alcançar uma grande quantidade de pessoas, sem a necessidade de ter um grupo de Comunicação para produzir jornalismo. “Ao criar um continente midiático inédito, a Internet produz um jornalismo novo (blogs, redes sociais), em concorrência direta com o jornalismo tradicional” (Ramonet, 2013, p. 85).

Devido ao tipo de desenvolvimento econômico do atual capitalismo informacional, os jornalistas hoje são profissionais requisitados em todas as áreas; apresentam múltiplas habilidades, escrevem para jornais impressos, portais e sites de Internet, *blogs*, revistas, rádio e televisão, convivem em um ambiente de trabalho muito

mais competitivo, com grandes exigências e baixos salários. O inédito, sempre presente na atividade de trabalho sob o ponto de vista ergológico, vai trazendo novidades: gêneros, novos elementos no valor notícia, novos elementos como fontes, novos elementos organizativos da rotina de vida e trabalho, empenho renovado das maneiras de atenção, sensibilidade e reconhecimentos.

Os novos tempos também trouxeram embates geracionais, entre aqueles que nasceram na era das tecnologias e os que se acostumaram a viver com elas. A figura do jornalista mais experiente na redação não existe mais: era ele quem passava as prescrições para os jovens, mas hoje não se encaixa na exigência do jornalismo multiplataformas, que tem um novo tipo de relação espaço-tempo com a produção jornalística. Para Roseli Fígaro (2013, p.7), “as redações ganharam outro formato, outro ritmo, muitas profissões desapareceram. As novas gerações que chegam ao jornalismo não fazem ideia das mudanças culturais ocorridas e que as separam dos profissionais de décadas passadas”. Os mais experientes, segundo a pesquisa do CPCT (ECA/USP), migraram para as assessorias de comunicação e de imprensa, e estão exercendo o papel de “formadores” de jovens profissionais dentro dessas assessorias. Para Francisco José Castilhos Karam (2014, p. 202), “o jornalismo de assessoria pode também estar se qualificando, substituindo a própria produção e conteúdo tradicionalmente reservados às redações, e indo falar diretamente com seus públicos”.

O imediatismo foi um ganho para os jornalistas: a notícia pode ser publicada em tempo real mas, em contrapartida, multiplica-se a quantidade de erros também em tempo real que, segundo Vieira e Christofoletti (2014, p. 91) podem ter sido causados por “afrouxamento no rigor da apuração, ausência de controle interno de qualidade, pressa na publicação dos conteúdos, pressão de anunciantes e concorrentes”, fatores que, combinados ou não, estão diretamente ligados às novas rotinas da produção jornalística. Mas esses problemas não justificam a falta de cuidado dos jornalistas e de controle dos veículos de comunicação, e ainda há o agravante do não reconhecimento do erro que, segundo os autores, “nem sempre é sinalizado, sanado ou reparado” de maneira adequada. A falta de tempo impossibilita a pesquisa e as grandes reportagens investigativas. E os textos, muitas vezes adaptados à linguagem da hipermídia, ficaram mais curtos, e a informação foi pasteurizada.

Para Ignácio Ramonet (2013, p.60) a rapidez dos novos processos de jornalismo causa um acúmulo de informações falsas, imprecisas ou manipuladas que decorrem em confusões e erros. E este excesso informativo desperta a desconfiança do público, gerando, o que o autor chama de “insegurança informativa”. Segundo o autor, o excesso de informação “produz pouca confiabilidade”. Além disso, há um excesso de repetições de notícias nos diversos meios de comunicação, que nem sempre condizem com a verdade, mas que são aceitas pelas pessoas, “porque, intuitivamente, a repetição serve como prova de veracidade” (idem). O “cidadão informante” também é lembrado pelo autor como um personagem com o qual o jornalista contemporâneo precisa conviver. Trata-se de um especialista, que não é um profissional de comunicação, mas que, por meio da internet, dos blogs, faz a informação chegar ao mundo inteiro, abrindo uma concorrência com os jornalistas profissionais. “Estamos vendo um crescimento massivo da cidadania, que tem acesso não só à função de consumidora, mas também de produtora da informação – em geral de opinião, que é o mais barato e mais fácil, mas também de informações especializadas” (Ramonet, 2013, p.68). Tais contribuições criam uma crise de identidade para o jornalista. E, diante de problemas como falta de tempo, concorrência e preocupações econômicas, o jornalismo investigativo acaba por desaparecer. Para ele, “o bom jornalismo é indispensável para o bom funcionamento da democracia e, sem o jornalismo de investigação, a democracia não funciona tão bem” (Idem, p. 70)

Tais constatações demonstram a fragilidade do jornalismo como instituição democrática. Segundo Ramonet, os meios de comunicação receberam o nome de “quarto poder”, ainda no período da Revolução Francesa, para ser o “poder cidadão” que vigiaria os poderes Executivo, Legislativo e Judiciário. Mas, com o avanço do capitalismo, o poder econômico tornou-se mais poderoso que os demais, embora ainda mantenham “mecanismos de democracia e controle público de maior ou menor efetividade” (2013, p. 72). Foi a mídia, o quarto poder, quem mais sofreu mediante o controle econômico, principalmente a partir dos processos políticos neoliberais dos anos 1980 e 1990 e da posterior supervalorização dos meios de comunicação nas sociedades democráticas, tornando-se ferramentas de poder. Para ele, a mídia hoje não tem legitimidade democrática, diferentemente dos outros poderes.

A formação dos milhares de jovens jornalistas que saem todos os anos das universidades é frágil; assim como as empresas de comunicação, as universidades privadas tornaram-se, nos últimos anos, grandes conglomerados de educação, voltados única e exclusivamente para o lucro. Incentivados a ter uma formação cada vez mais técnica, sem base teórica adequada e cultura geral, poucos chegam ao mercado de trabalho aptos a desenvolver um texto analítico, interpretativo ou opinativo que se espera de um profissional qualificado. De acordo com os dados do Enade (Exame Nacional de Desempenho de Estudantes) de 2012, 13.243 estudantes concluíram o curso de jornalismo em 272 faculdades brasileiras. É difícil imaginar como o mercado de trabalho vai absorver essa quantidade de jornalistas.

Esses jornalistas recém-formados também terão dificuldades para trabalhar em jornais impressos, que há alguns anos tentam se adaptar a essas mudanças; a começar pela redução na quantidade de páginas, editorias e, principalmente, profissionais. As demissões se estendem a todas as empresas e a grandes e até intocáveis nomes do jornalismo. Como exemplo, podemos citar as demissões dos colunistas Eliane Catanhede e Fernando Rodrigues, e do repórter fotográfico Joel Silva, da *Folha de S. Paulo*, ocorridas em novembro de 2014, todos há décadas na empresa. Até novembro de 2014, 283 jornalistas haviam sido demitidos nos “passaralhos” dos jornais *O Globo* (5), *Portal Terra* (100), *Grupo RBS* (130), *Lance!* (30) e *Folha de S. Paulo* (13). Karam (2014) afirma que essas ondas de demissões são cíclicas, se repetem, estão aumentando e não se restringem aos profissionais da área de Comunicação. Para ele, essa “talvez seja a constatação mais cabal de que a informação jornalística não é mais – se é que algum dia foi – o principal produto oferecido pelos produtos jornalísticos” (p. 201). Ou, seja, os produtos e negócios gerados pelas empresas de comunicação em tempos de capitalismo informacional sobrepõem-se ao valor da informação jornalística. Para Sylvia Moretzsohn, o enxugamento das redações é a consequência lógica desse processo, “que resulta também a igualmente notável queda na concorrência” (2013, p.18)

Embora as empresas sempre aleguem “corte nos custos” ou “reestruturação” para demitir seus funcionários, os números mostram que as empresas não estão em

crise. Segundo dados divulgados pela Associação Nacional de Jornais (ANS)²⁶ sobre a indústria jornalística, houve uma significativa migração dos leitores do jornal impresso para o online (de 10.343 visitas únicas em 2008 para 23.771 em 2013); mas, ao mesmo tempo, o número de títulos no Brasil cresceu, de 3446 em 2009, para 4786 em 2013. Além disso, as vendas avulsas e por assinaturas praticamente se mantêm no mesmo patamar nos últimos cinco anos; outro dado importante, é em relação ao investimento publicitário: as indústrias de mídia estão entre os dez maiores investidores do setor econômico. Enfim, o mercado não está em crise, como quer demonstrar. Apenas redirecionou os seus investimentos.

A velha receita é aplicada com demissões em massa, brutal arrocho de salários e a precarização do trabalho dos profissionais do setor – atualmente, os jornalistas compõem uma das categorias mais aviltadas do país. Ao mesmo tempo, elas (as empresas de comunicação) não perderam o bonde da história e investem pesado nas novas tecnologias. Tanto que a velha mídia ocupa os primeiros lugares no ranking das páginas mais acessadas pela internet. Com suas estruturas monopolistas, ela dificulta que novos atores ocupem o espaço. (BIANCHI e BORGES, 2014, p. 30)

O último relatório do IAB Brasil²⁷, divulgado em maio de 2014, mostrou que os anunciantes investiram mais de sete bilhões de reais na Internet brasileira. Ou seja, os números indicam que, assim como o jornalismo, a publicidade está saindo dos impressos e migrando para a Internet. O interessante é que esses números grandiosos não se materializam no mundo do trabalho dos jornalistas. Segundo dados da pesquisa desenvolvida pelo CPCT, a principal mudança para os profissionais da redação foi em relação ao acúmulo de funções: além de produzir para o impresso, o jornalista também escreve para o site e redes sociais. E com apenas um salário. Ou seja, os lucros das empresas de comunicação não caíram, mas a qualidade do emprego do jornalista, sim.

Bianchi e Borges (2014) apontam que o crescimento da internet também atingiu as emissoras de televisão nos últimos anos, principalmente a Rede Globo. A queda de

²⁶ Pesquisa disponível no site <http://www.anj.org.br/jornais-no-brasil>. Acesso em 15/11/2014.

²⁷ *Interactive Advertising Bureau*, entidade que acompanha o desenvolvimento do mercado de mídia interativa no Brasil. Dados disponíveis em <http://iabbrasil.net/portal/numeros-de-investimento-em-midia-online/> Acesso em 15/11/2014

audiência atingiu programas tradicionalmente campeões de publicidade, como o *Jornal Nacional*, que perdeu quase um terço de telespectadores na última década. Segundo os autores, a queda de audiência se estendeu ao restante da programação do canal, das telenovelas ao entretenimento, mas essa redução não significou mudança de emissora por parte do telespectador: “ele simplesmente vai abandonando a tevê, passando menos horas em frente às telinhas – o que agrava a crise também neste setor que abocanha bilhões em anúncios publicitários” (p. 27). O resultado desse processo foi a redução de gastos e a demissão de funcionários, principalmente a partir de 2013, quando as emissoras Record, Bandeirantes e Cultura demitiram, no total, 1500 jornalistas. Ou seja, assim como está ocorrendo com os impressos, as pessoas estão preferindo desligar a TV para acessar a internet. Mas isso também não afeta a captação da publicidade, que movimentou R\$116 bilhões em anúncios e patrocínios em 2013, segundo dados do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística).

3.2. Os jornalistas e as *dramáticas do uso de si pelos outros*

Os processos de produção nascidos a partir da sociedade em rede e das tecnologias de comunicação e da informação comprimiram o tempo e o espaço dos profissionais do jornalismo. Eles não têm mais tempo para pesquisar e apurar para fazer uma boa reportagem. A redação rejuvenesceu e o tempo de trabalho aumentou; trabalha-se mais tempo e, ao mesmo tempo, se tem menos tempo para fazer o trabalho. Além disso, algumas áreas tornaram-se desnecessárias e foram extintas. Além disso, surgiram novas rotinas e possibilidades de trabalhar, sem depender das empresas de comunicação. As redes sociais trouxeram uma proximidade com o leitor e, também, as críticas e elogios diretos. A avalanche de transformações traz incertezas que causam insegurança a quem está vivenciando de perto toda essa reestruturação no mundo do trabalho. Mas como lidar e se adaptar a tantas mudanças?

Muita gente, entre os modernos e os antigos, não se reconhece como classe trabalhadora. Devido às peculiaridades da profissão, desenvolvemos laços com o poder e convivemos em seus espaços sociais e culturais, seduzidos por ele ou enganados por nós mesmos. Só percebemos que essa situação não é real e que também somos operários, transformando fato

em notícia, quando nossos serviços não são mais possíveis de serem remunerados em determinado lugar. (SAKAMOTO, 2014)

O texto de Leonardo Sakamoto mostra o quanto é difícil para o jornalista - representante dos ideais democráticos e do “quarto poder” - perceber que é um trabalhador como outro qualquer, que vive à mercê do mercado, e tem todos os problemas de uma pessoa comum. São as “dramáticas do uso de si pelos outros” (Schwartz et Durrive, 2004, p. 261), que vem a ser o momento em que o “corpo-si”, ou o sujeito, se defronta com a batalha da sua atividade, onde tem uma prescrição de como deve ser feito e o que ele tem a fazer: o desafio do real e do prescrito versus o ineditismo da sua atividade que deseja emergir.

As identidades reveladas nos enunciados, vão mostrando as experiências no trabalho. Os lugares de fala revelam como cada um vai se contrapondo/acomodando às injunções do mercado de trabalho, dos desafios profissionais com a atualização constante e, sobretudo, com a opressão do tempo ditado pelo mercado da espetacularização da notícia. (FIGARO, 2013, p.112)

O jornalista não é um profissional simplesmente técnico e vinculado ao emprego. Ele é jornalista em tempo integral. Está sempre envolvido com os fatos, onde quer que esteja, é mais sensível, capaz de perceber o que o envolve no cotidiano. O jornalista investe todos os seus saberes no trabalho. Todos os seus investimentos, no campo afetivo e pessoal, vão para a profissão. Ele não vê o trabalho apenas como vínculo, gosta do que faz, mas sofre – como qualquer ser humano - quando não tem nada em troca, ou melhor, quando tem a sua saúde, a sua qualidade de vida prejudicada pelo trabalho.

Depois de 13 anos trabalhando para engrandecer o jornal achei que teria direito a um período sabático e não a uma demissão (...). O meu raciocínio sobre os meus direitos era o da minha classe, que é a dos jornalistas, dos que “carregam o piano”, e não dos acionistas, donos do jornal, que querem ver o resultado imediato do nosso trabalho. (V.S.D.²⁸)²⁹

A fala acima é de uma jornalista de 65 anos, com 35 de profissão, que foi demitida em 2013 e deu o seu depoimento para uma extensa reportagem feita pela

²⁸ Optamos por omitir os nomes dos jornalistas, embora eles estejam completos na reportagem.

²⁹ Disponível em <http://apublica.org/2013/06/revoada-dos-passaralhos/> Acesso em 13/11/2014

*Agência Pública de Reportagem e Jornalismo Investigativo*³⁰ sobre os “passaralhos”³¹ nas redações. O seu lugar de fala é de uma pessoa que foi militante, sempre lutou para defender os seus princípios, apostou em um novo veículo, se sacrificou pelo jornal e, na primeira crise, foi sumariamente demitida, ao lado de mais vinte colegas. Da relação profissional, restou apenas a surpresa e a mágoa. Em outro depoimento, F.J.C, de 51 anos, relata que trabalhava 12 horas por dia num jornal, fazendo reportagens e edição, diagramando, montando tabelas e procurando fotos, trabalho que “era pra ser resolvido por oito ou dez pessoas”, conta. Teve lesões nos tendões das mãos e na córnea, e ainda foi demitido e acusado de ter inventado a doença. Hoje, ele está processando o jornal e trabalhando como garçom em um restaurante em Florianópolis.

Essas histórias misturam-se a de outros jornalistas que participaram da pesquisa realizada pelo CPCT ECA/USP e coordenada por Roseli Fígaro. Mostram que, além da insegurança e do medo da demissão, há também consequências na produção da notícia. A falta de tempo para sair atrás das fontes, apurar as notícias, forma o “jornalista de gabinete”; a utilização do release na íntegra, enviado pelas assessorias de comunicação e imprensa, gera a “cultura do release”; o acúmulo de tarefas e o excesso de trabalho; o uso das redes sociais e o controle das empresas de comunicação leva a “autocensura” do profissional, entre outros exemplos. Diante de todos esses dramas, o profissional procura “brechas”, novas maneiras de se realizar profissionalmente.

3.3. Novos arranjos comunicacionais e econômicos: a busca por alternativas

O jornalismo on-line, os blogs e as ferramentas das redes sociais são inovações nas rotinas profissionais que foram incorporadas e também adotadas como alternativas pelos jornalistas. A instantaneidade protagonizada pelos novos meios de comunicação trazem novos elementos e maiores desafios para os jornalistas. Wolton (2003, p. 94 e 95), afirma que essas mudanças não são somente técnicas, mas também culturais. Para ele, “a revolução da comunicação engloba tudo por onde passa, integrando cada vez mais serviços, abrindo possibilidades de interação em todas as direções”, mas é preciso

³⁰ Disponível em <http://apublica.org/2013/06/revoada-dos-passaralhos/> Acesso em 13/11/2014.

³¹ Jargão para as demissões em massa que ocorrem nos veículos de comunicação.

“distinguir o que diz respeito à performance da técnica e o que provém da capacidade humana e social da comunicação”.

A pesquisa *O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo - Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo* mostrou que as redes sociais têm sido uma ferramenta de trabalho importante para os jornalistas. Para buscar fontes, informações de pessoas, famosos, celebridades e até desconhecidos, utiliza-se como aliado o *Facebook*, o *Linkedin* e o *Twitter*, ferramentas que tornaram muitas agendas obsoletas. A notícia em tempo real do *webjornalismo*, do *blog*, está à frente da notícia que circula nos demais veículos e também em relação ao poder que hoje uma parcela da população tem de contestar, de criticar, ou de “furar” as empresas de comunicação.

A migração do jornalismo impresso para o online chegou até aos quadrinhos. Em 2012, os norte-americanos Scott Lobdell e Kenneth Rocafort, respectivamente escritor e desenhista dos quadrinhos do “Super-Homem”, anunciaram que seu alterego, Clark Kent, deixaria o jornal impresso “Planeta Diário” para trabalhar como blogueiro³². Segundo eles, ao pedir demissão do jornal, Kent avisará que está deixando a redação para migrar para a internet, por considerar que o jornal seria agora “entretenimento”. Isso demonstra que até mesmo o super herói está atento às mudanças da profissão.

Imagem1:Reprodução

³²Disponível em <http://blogs.estadao.com.br/link/super-homem-blogueiro/> Acesso em 15/11/2014

O simples fato de qualquer pessoa ter acesso às informações, e às ferramentas para produzi-las, mesmo sem a mediação de um jornalista, significa, para Kucinski (2012) que “houve um avanço civilizatório incremental na esfera dos direitos humanos básicos”. Ramonet (2013), por sua vez, considera que “a internet nos permite voltar a sonhar com a democratização da informação”. Talvez tenha sido esse sonho que levou jornalistas a migrarem de veículos tradicionais para os blogs para, segundo nossas hipóteses, buscar maior autonomia e liberdade de expressão, longe do controle das empresas de comunicação.

Castells (2003) afirma que a internet é, de fato, uma tecnologia da liberdade. Mas alerta que ela “pode libertar os poderosos para oprimir os desinformados, pode levar à exclusão dos desvalorizados pelos conquistadores de valor” (p.225). Para ele, embora a sociedade tenha passado por profundas mudanças, a essência das relações capitalistas pouco mudou:

As redes de internet propiciam comunicação livre e global que se torna essencial para tudo. Mas a infraestrutura das redes pode ter donos, o acesso a elas pode ser controlado e seu uso pode ser influenciado, se não monopolizado, por interesses comerciais, ideológicos e políticos. À medida que a internet se torna a infraestrutura onipresente de nossas vidas, a questão de quem possui e controla o acesso a ela dá lugar a uma batalha essencial pela liberdade. (CASTELLS, 2004, p. 226)

Geralmente o jornalista gosta do que faz e é um observador do cotidiano onde quer que esteja, seja em casa ou no trabalho. Com a nova configuração no mundo do trabalho, no entanto, está cada vez mais difícil para o jornalista ser um profissional por inteiro. Quase todos os jovens que ingressam na faculdade de comunicação querem atuar como repórteres, geralmente da área de cultura e entretenimento. Mas o restrito mercado de trabalho faz com que a maioria vá para as assessorias de imprensa, escrever sobre assuntos que pouco lhes interessa, dentro de uma rotina cansativa imposta pelas empresas.

Diante desse quadro, como o jornalista faz para realizar a sua vontade, exercer o seu ofício com prazer? Por meio dos blogs, pode ser uma alternativa. Pesquisas apontam que quase todos os jornalistas têm um *blog*, geralmente relacionado à área cultural e de entretenimento. O prazer está em ir ao futebol, cinema, teatro, shows,

ouvir um CD ou ler um livro e escrever o comentário no *blog*. Não importa o dia ou horário, pode ser à noite, depois do expediente, ou num final de semana. O *blog* também é visto como uma vitrine e uma grande oportunidade profissional de se chegar a uma redação de jornal.

Os blogs causam verdadeiro fascínio para os jornalistas, seja pela sensação de liberdade que o meio promove, pela revitalização que trouxe à profissão, ou pela mudança na produção e na plataforma discursiva do jornalismo. No novo meio, o jornalista escreve sobre o que gosta, assume integralmente o papel de formador de opinião, com a possibilidade de aprofundar a notícia; ele também pode simplesmente compartilhar um texto com outras pessoas; tem a instantaneidade e rapidez da Internet a seu favor e ainda conta com o *feedback* do leitor/receptor. Para Martino, “os blogs desestabilizam algumas certezas da prática jornalística e colocam em questão algumas ideias consagradas a respeito do interior da profissão, de um lado, e da amplitude dos efeitos do jornalismo no espaço público, de outro” (2009; p. 271).

Os blogs, que nasceram no início do século XXI como “diários virtuais” (Schittine, 2004), foram, ao longo do tempo, apropriados por diversos tipos de especialistas e profissionais, mas caíram mesmo no gosto dos jornalistas. Há diversas interpretações para essa aproximação. Para Escobar (2009) os blogs apresentam um novo formato de hierarquização da notícia, em que a notícia mais recente é, quase sempre, a mais importante. Além disso, o meio proporciona autonomia ao profissional, que interfere diretamente na produção e nas decisões e, ainda, abre um canal de comunicação com o público leitor, que não só interage como também tem a opção de conhecer opiniões divergentes de leitura. Enfim, por apresentar características muito próprias, os blogs podem ser, segundo Escobar (p.13), “a primeira categoria de webjornalismo nascida genuinamente a partir da internet”. Para ela,

A simplicidade e agilidade para a publicação de conteúdos novos, características tecnicamente inerentes ao *blog*, conferem a essa ferramenta um par perfeito de atributos para que se alcance um antigo fetiche jornalístico: vencer o tempo. Os jornalistas, auxiliados pelas tecnologias surgidas em cada contexto técnico-cultural, vêm imprimindo cada vez mais velocidade à produção das notícias a fim de diminuir o intervalo entre a ocorrência de um fato e sua divulgação. Nos nossos

dias, o *blog* se apresenta como uma ótima arma nessa eterna corrida contra o tempo. (ESCOBAR, 2009, p. 18)

Em sua pesquisa, sobre blogs como nova categoria de webjornalismo, a autora considera que a tecnologia condiciona, mas não determina as atualizações das práticas sociais e, ao estudá-las, “é preciso considerar as apropriações que delas fazem os agentes humanos, conscientes de que são sempre processos complexos que geram influências recíprocas”. Nesse sentido, ao considerar a perspectiva de desenvolvimento do jornalismo e das tecnologias de comunicação como aspectos de continuidade (e não de ruptura) de um novo processo, concordamos com a autora que, a partir do momento que reúne atributos do jornalismo clássico, o *blog* pode ser considerado como veículo jornalístico. Ou, como afirma Palácios (2003, p. 22), “as características do Jornalismo na web aparecem, majoritariamente, como ‘Continuidades e Potencializações’ e não, necessariamente, como ‘Rupturas’ com relação ao jornalismo praticado em suportes anteriores”.

Nos blogs, o jornalista não precisa da estrutura de uma empresa de comunicação; pode escrever de qualquer local e, principalmente com isenção, sem a interferência de interesses comerciais e/ou das empresas de comunicação, ideais que, a princípio, remetem à realização de um sonho. Nessa condição, o jornalista se vê como um empreendedor social, “uma alegoria do trabalhador imaginado pelo sistema capitalista, que integra a vocação, no sentido weberiano; a habilidade empreendedora; a capacidade de ser sustentável, no sentido econômico; e uma imagem de felicidade e realização plena” (Casaqui, 2015). Para o autor, essa seria “a intersecção entre a dimensão comunicacional que constitui o espírito do capitalismo contemporâneo e significados atribuídos ao mundo do trabalho, à cultura corporativa” (idem).

3.4. A adoção dos blogs como veículo jornalístico

Como dissemos anteriormente, a blogosfera foi adotada por jornalistas, que se apropriaram do meio como um novo veículo em busca de, segundo, nossas hipóteses, maior autonomia e independência das empresas de comunicação. Acreditamos que o surgimento da internet, visto como “um instrumento ideal para promover a

democratização” (Castells, 2003, p. 128), além da chegada das redes sociais e de novas ferramentas e dispositivos para a produção jornalística, entre outros fatores, tenham facilitado essa aproximação. Tais afirmações nos levam a questionar: de onde surgiram os blogs? Como eles se situam na cibercultura?

A palavra cibercultura foi inventada em 1984 para o livro de ficção científica *Neuromancer*, de William Gibson. No romance, o termo designava o universo das redes digitais e foi, segundo Levy (1999, p. 94) imediatamente adotado por usuários e criadores de redes digitais. Francisco Rüdiger reuniu em “As teorias da cibercultura”, de 2011, diversos teóricos que traçaram, principalmente a partir dos anos 1990, a trajetória da cibercultura, a começar por Pierre Levy (1997) e Arturo Escobar (1994), passando por pesquisadores contemporâneos, nacionais e internacionais. Segundo o autor, “cibercultura, rigorosamente falando, seria a exploração do pensamento cibernético e de suas circunstâncias, de acordo com um projeto que se vai criando historicamente” (Rüdiger, 2011, p.10), mas a palavra “cibercultura” está, nesse contexto, para “dar conta dos fenômenos que nascem à volta das novíssimas tecnologias de comunicação, da chamada informática de comunicação ou mídia digital interativa”, completa.

Em 2007, o pesquisador Alex Primo produziu a primeira versão de um mapa mental sobre os principais temas e conceitos de cibercultura, que é muito ampla e possibilita uma série de caminhos de estudo e pesquisa. Os blogs são uma pequena parte desse universo, mas não menos importante. Estão localizados à esquerda do mapa (dentro do círculo vermelho), como parte integrante das redes sociais e da web 2.0 (cooperação).

Imagem 2 – Mapa mental de Cibercultura (Primo, 2008)

3.4.1. Blogs: origem e Conceitos

Os blogs surgiram nos anos 1990, primeiramente como sites que reuniam e divulgavam links de interesse (Amaral, Recuero e Montardo, 2009). O termo “*weblog*” foi usado pela primeira vez em 1998 pelo norte-americano Jorn Barger para descrever a atividade que, segundo as autoras, “eram poucas e quase nada diferenciadas de um site na web”. Barger e Peter Merholz são considerados os primeiros blogueiros da história. Blood (2000, in Fumero, 2005), afirma que o primeiro *blog* surgiu em 1993; chamava-se “*What’s New Page*”, e estava hospedado na página do *Nacional Center for Supercomputing Applications* (NCSA). Outro pioneiro, segundo o autor, foi o “*Links From the Underground*” (1994), de Justin Hall. Em pouco tempo, o termo foi reduzido para “*blog*” e surgiram derivações como “blogueiro”, “blogosfera” e “bloggers”, entre outros.

Em 1999 foram dados passos importantes para a transformação dos blogs em um fenômeno da Internet (Fumero, 2005), como a criação do “*Eaton Web Portal*”, primeiro portal dedicado aos blogs e, no mesmo ano, o surgimento da primeira ferramenta web para publicação pessoal neste formato, a “*Pitas*”, seguida pelo lançamento do

“Blogger”, serviço gratuito de publicação via web. Amaral, Recuero e Montardo (2009) afirmam que, por proporcionar maior facilidade na publicação e manutenção dos sites, que não mais exigiam o conhecimento da linguagem HTML, esses sistemas foram rapidamente adotados e apropriados para os mais diversos usos. Para elas, a posterior agregação da ferramenta de comentários aos blogs, também foi fundamental para a popularização do sistema.

Em pouco tempo os blogs foram apropriados pelos usuários como diários pessoais virtuais, onde qualquer pessoa poderia relatar experiências, expressar opiniões e pensamentos, “todos com a necessidade de compartilhar uma ideia ou contar uma história para qualquer internauta disposto a participar ou não com comentários”, afirmam Quadros, Rosa e Vieira (2005). Para Denise Schittine, que preferiu chamar o *blog* de “novo diário íntimo”, o meio gera um relacionamento em via dupla, entre um autor disposto a expor a sua vida a um público desconhecido e que se propõe a ler e também a comentar essa vida, possibilitando a cumplicidade com esse novo público, “que têm sentimentos e segredos parecidos com os do diarista, mas que ele nunca conheceria se não se expusesse pela internet” (2004, p. 71).

Alex Primo discorda dessa definição de blogs como diários íntimos online. Para ele, essa é uma visão reducionista do meio, que é bastante heterogêneo, e a principal distinção entre diários e blogs se opõe de maneira inconciliável: “diários pessoais se voltam para o intrapessoal, tem como destinatário o próprio autor. Blogs, por outro lado, visam o interpessoal, o grupal”, afirma (2008, p.122). O autor apresenta o termo “*blog*” com três conotações diferentes: como programa, como espaço e como texto.

É preciso que fique bem claro que um *blog*/programa não determina que o *blog*/texto deverá seguir um gênero específico. Deve ficar claro que blogs são muito mais que uma simples interface facilitada para a publicação individual, como são frequentemente definidos. Faço alerta não apenas para criticar uma definição que se resume à descrição do meio, mas também para lembrar que os blogs *são espaços coletivos de interação*. Ou seja, os blogs/espaço podem converter-se em um ponto de encontro. (PRIMO, 2008, p. 123)

O espanhol Antonio Fumero (2005) define o *blog* como uma página web que apresenta uma série de funções distintas, com uma dinâmica peculiar e uma frequência de atualização relativamente alta, onde os conteúdos se organizam em ordem cronológica inversa, aparecendo em primeiro lugar os mais recentes. Amaral, Recuero e Montardo (2009) fizeram um mapeamento sobre as diversas definições de blogs, e apontaram três conceitos para defini-los: estrutural, funcional e como artefatos culturais. O estrutural é, segundo elas, o mais utilizado, baseado na estrutura da publicação resultante do uso do *blog*, ou seja, “a partir de textos organizados por ordem cronológica reversa, datados e atualizados com alguma frequência”. É também a que mais se aproxima da definição de Fumero, citada anteriormente. O conceito funcional reúne autores que pensam os blogs como mídia, meio e/ou ferramenta de comunicação mediada pelo computador, utilizada apenas “para publicar informações para uma audiência”. O conceito de artefatos culturais apresenta, para as autoras, uma percepção vinda da antropologia e da etnografia, onde os blogs “são apropriados pelos usuários e constituídos através de marcações e motivações”.

Para Folcher e Rabardel (2007), esses dispositivos informacionais como artefatos, produzidos pela atividade humana, concretizam-se como instrumentos, pela competência do homem em utilizá-los. Esses artefatos, como os blogs, por exemplo, “atuam na sensibilidade, na percepção, e requerem a formulação de novas estratégias para acioná-los no trabalho”, afirma Fígaro (2011, p.290). Para ela, ao mesmo tempo em que isso ocorre, a técnica e a tecnologia “funcionam’ e se renovam”, criando o inédito da atividade, citado pelos ergonomistas.

A instantaneidade, o conteúdo, a atualização constante das informações e a credibilidade, tanto da notícia como do blogueiro, são os principais fatores de sucessos dos blogs (Penteado, Santos e Araújo, 2009). Além disso, são espaços para novas redes de produção, circulação, transmissão e debate de informações, com a formação de comunidades de blogueiros de interesses comuns que administram um público receptor, que está em busca de fontes alternativas de informação. Também permitem que os usuários façam comentários, seja para elogios e, muitas vezes, para críticas e discussões. Para Rodrigues (2006), a blogosfera é um espaço caracterizado pela liberdade de expressão, movida pelo motor da opinião. “A publicação simples e

acessível é apenas uma vantagem destes dispositivos que, tal como muitas outras ferramentas proporcionadas pela internet, apagaram as barreiras de espaço e de tempo”.

Em pouco tempo os blogs multiplicaram-se no mundo todo, tornando-se “importantes atores no espaço público, tanto como vetores de informação jornalística, quanto como ferramenta de comunicação social”, afirmou Adghirni (2008). O site *Technorati*, responsável por monitorar os blogs na internet, registra números maiores de novos adeptos a cada ano: são milhões de blogs indexados desde 2002 e milhares de mensagens postadas diariamente. No relatório divulgado recentemente, *Technorati 2013 Influence Report*³³, os blogs aparecem como um dos meios de mais destaque, por sua “popularidade, confiança e influência”. Fato é que, se há uma grande proliferação do meio, é porque também há audiência. Pesquisa realizada pela empresa de publicidade *Boo-box*³⁴ analisou o comportamento de 34 milhões de pessoas no primeiro trimestre de 2011. Os resultados apontaram que a audiência dos blogs no Brasil corresponde a 60 milhões de pessoas por mês, um número que não deve ser desprezado.

3.4.2. Os gêneros de Blogs

Para estudar e analisar o fenômeno, diversos autores procuraram classificar e tipificar os blogs. Em 2003, Raquel Recuero observou que existiam duas grandes categorias de blogs fáceis de distinguir e uma terceira, que seria o híbrido das categorias anteriores: a) os diários eletrônicos, com pensamentos e fatos da vida pessoal; b) as publicações eletrônicas, destinadas principalmente à informação; e c) as publicações mistas, que misturam a vida pessoal do autor com informação. Foi o primeiro passo para a categorização do meio.

Baseadas na tipologia apresentada em 2004 pelo escritor D. Traves Scott, as pesquisadoras Claudia Quadros, Ana Paula Rosa e Josiany Vieira ampliaram esse quadro

³³ Disponível em <http://technoratimedia.com/report/>. Acesso em 26/03/2013

³⁴ Disponível em <http://blog.boo-box.com/br/2011/caracteristicas-da-audiencia-dos-blogs-no-brasil-no-primeiro-trimestre-de-2011/> Acesso em 26/03/2013

em um artigo publicado em 2008 na revista da Compós³⁵. Para Scott, os blogs podem ser divididos em protótipos, “quando era necessário conhecer a linguagem HTML e não havia preocupação com a temática” e contemporâneos, em que “a preocupação está no enredo e existem inúmeros programas gratuitos na rede para facilitar a sua disponibilização na web” (p. 5). Baseadas nessas ideias, as autoras criaram o seguinte quadro:

PROTÓTIPOS DE BLOGS	DE BLOGS CONTEMPORÂNEOS
DIÁRIOS PESSOAIS	DIÁRIOS PESSOAIS
Links para Assuntos Gerais	DIÁRIOS COLETIVOS
Links Temáticos	DIÁRIOS INSTRUTIVOS
DIÁRIOS INSTRUTIVOS	INDIVIDUAIS OU GRUPOS
Links para Assuntos Gerais	DIÁRIOS INFORMATIVOS
	Individuais ou Grupos
	De assuntos gerais ou temáticos
	Analítico
	Opinativo
	Noticioso
	DIÁRIOS MISTOS
	Pessoais ou Coletivos, Instrutivos ou Informativos.

Tabela 1 - Fonte: Quadros, Rosa e Vieira (2005, p. 6)

Para as autoras, o avanço tecnológico permitiu e ampliou o acesso do público, facilitando o desenvolvimento dos blogs contemporâneos. A partir daí houve uma proliferação de blogs, pessoais, coletivos e instrutivos. Os diários pessoais, graças aos recursos midiáticos, incentivaram a autopromoção e também a publicação de comentários dos leitores. Os diários informativos conquistaram espaço não só entre

³⁵ Sigla para Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação.

jornalistas, mas entre especialistas dos mais diversos temas, que podem ser analíticos, noticiosos ou mistos.

Diante da multiplicação de subtemas na categoria “mistos” e do surgimento de novas temáticas, o pesquisador Alex Primo (2008, 2010) propôs um novo método para tipificar os blogs, chegando a 16 tipos de gêneros diferentes. Partindo de Bakhtin (2005, p. 279) para afirmar que “gêneros de discurso são tipos relativamente estáveis de enunciados, que eles têm um impacto sobre a organização da fala e que textos são situados social e historicamente”, o autor desenvolveu uma matriz para classificação dos blogs, levando em conta a produção individual ou coletiva, em um eixo horizontal. Nesse eixo, o *blog* individual pode ser do tipo profissional ou pessoal, e cada *blog* coletivo pode ser grupal ou organizacional. Os quatro tipos de posts podem variar de acordo com o objetivo do conteúdo:

		INDIVIDUAL		COLETIVO			
		Profissional	Pessoal	Grupal	Organizacional		
DENTRO	Auto Reflexivo	1	5	9	13	REFLEXÃO	
	Informativo Interno	2	6	10	14	RELATO	
	Informativo	3	7	11	15		
	Reflexivo	4	8	12	16	REFLEXÃO	
FORA		INTERAÇÕES FORMALIZADAS		INTERAÇÕES COTIDIANAS	INTERAÇÕES FORMALIZADAS		

Tabela 2 – Matriz para tipificação dos blogs.³⁶

³⁶ Fonte: http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/50_blogs.pdf

Do cruzamento da matriz anterior, resultam 16 tipos de gêneros de blogs (quadro a seguir). Na amostra estudada, o autor observou que os blogs “profissional” e “organizacional reflexivo” eram aqueles que atraíam o maior número de comentários. Segundo Primo, os gêneros de blogs podem ser individuais (profissionais ou pessoais) ou coletivos (grupais e organizacionais). Neste trabalho, interessa-nos particularmente os profissionais, que são individuais, postados por um especialista na área em que escreve e que também atua. Ao assinar os textos, o especialista “reconhece que a credibilidade de seus textos reflete a reputação construída no tempo, em virtude do sucesso de suas ações como profissional” (2010, p. 131). Esses blogueiros podem ou não obter rendimento com seus blogs; são jornalistas, professores, arquitetos e advogados que se expressam estritamente dentro do seu papel de profissional, sem manifestações de sua subjetividade. “As enunciações em um *blog* profissional carregam consigo um argumento de autoridade, um conhecimento aprofundado sobre os temas abordados. A validade dessa posição depende de como o blogueiro se expõe em cada texto” (p. 134). O pesquisador divide os blogs profissionais em quatro gêneros, enumerados no quadro a seguir: autorreflexivo (onde o profissional reflete sobre as próprias atividades de sua especialidade); informativo interno (no qual o blogueiro descreve informações sobre suas práticas, como um bloco de notas on-line); informativo (onde o blogueiro divulga textos sobre a sua área de atuação) e profissional reflexivo (com opiniões e críticas sobre temas relacionados à área de atuação do blogueiro).

Blogs Profissionais	Blogs Pessoais	Blogs Grupais	Blogs Organizacionais
Profissional autorreflexivo	Pessoal autorreflexivo	Grupal autorreflexivo	Organizacional autorreflexivo
Profissional informativo interno	Pessoal informativo interno	Grupal informativo interno	Organizacional informativo interno
Profissional informativo	Pessoal informativo	Grupal informativo	Organizacional informativo
Profissional reflexivo	Pessoal reflexivo	Grupal reflexivo	Organizacional reflexivo

Tabela 3 – Reprodução Alex Primo (2008)

Diante do que foi discutido até agora, partimos da premissa de que os blogs são novos instrumentos de informação e meios de comunicação. A grande quantidade de pesquisas, levantamentos e categorizações publicadas nos últimos anos demonstra que os blogs tornaram-se importantes meios de comunicação, que abalaram as rotinas produtivas dos meios de massa (Quadros, Rosa e Vieira, 2005). Além disso, proporcionam um novo ambiente de interação social, em que leitores podem deixar seus comentários, elogios e críticas, além de interagir com o blogueiro e com seus visitantes. São novos espaços públicos de debate que significam, muitas vezes, um movimento de mão dupla. A maioria dos blogueiros manifesta o desejo de escrever um texto jornalístico (Schittine, 2004), mas foram os jornalistas que melhor se apropriaram dos blogs. O novo meio causou verdadeiro fascínio para estes profissionais, seja pela sensação de liberdade que promove, pela revitalização que trouxe à profissão, ou pela mudança na produção e na plataforma discursiva do jornalismo, como veremos a seguir.

3.4.3. Os jornalistas e a apropriação do novo veículo

Vimos que as relações trabalhistas e os modos de produção no jornalismo mudaram. Em tempos de convergência entre o impresso e o jornalismo online, o profissional ainda está procurando enquadrar-se em novos papéis. Para Jenkins (2009, p.30), a convergência “representa uma transformação cultural, à medida que os consumidores são incentivados a procurar novas informações e fazer conexões em meio a conteúdos de mídia dispersos”. Isso exige que o jornalista seja polivalente e que ingresse na profissão dominando as diversas mídias e redes, além da inevitável adaptação entre os profissionais mais maduros e experientes.

São as “dramáticas do uso de si pelos outros” (Schwartz e Durrive) que tornam o exercício da atividade um desafio. Diante desse quadro, os blogs aparecem como uma saída para o jornalista realizar a sua vontade, exercer o seu ofício com prazer. O livro “As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas” (Figaro, Nonato e Grohmann) nos mostrou que muitos jornalistas têm um *blog*, geralmente relacionado à área cultural, de

entretenimento ou esportes. O meio também é visto como uma vitrine e uma grande oportunidade profissional de se chegar à redação de um grande jornal.

A proximidade do jornalismo blogueiro com o colunismo é marcante, embora se utilizando de gêneros como a entrevista jornalística, a nota, o espaço para o leitor, etc. A marca da pessoalidade daquele que assina o *blog* é a marca da linha editorial na qual se permite a flexibilidade de que os elementos opinativos apareçam na construção textual de maneira mais explícita, sem necessidade de recorrer à referencialidade comum ao jornalismo fático(...). Verbos, substantivos, conjunções ganham potencialidade adjetiva na construção da opinião. No *blog*, esses recursos não precisam estar dissimulados, há a licença daquele que assina o *blog*. É outro gênero dentro do jornalismo. (FIGARO, 2013, p. 125)

Para Schittine (2004), ao contrário dos diaristas virtuais, que se esforçam para se transformarem em formadores de opinião, como colunistas de jornais, os jornalistas encontraram nos *blogs* uma maneira de fugir um pouco das obrigações da profissão, atraídos, principalmente, pela sensação de liberdade encontrada no novo meio, onde o profissional não se vê cerceado pelo veículo de comunicação no qual trabalha. A começar pelo texto, mais simples e direto, até a sugestão de pauta, tudo pode ser modificado, além de não precisar passar pelas mãos dos editores e redatores. “O jornalista sente falta de ter mais liberdade, mais domínio sobre o próprio texto”. (Schittine, 2004, p. 180)

Mas essa liberdade de escrever um texto sem a mediação de uma empresa de comunicação esbarra em vários problemas. Um deles é o leitor, que muitas vezes é exigente com esse novo texto, que chega até ele sem a mediação de um veículo de imprensa, e pode tornar a convivência difícil. Ou seja, se o assunto não agrada, o blogueiro precisa aprender a lidar com as críticas ou mesmo com a redução de acessos, o que pode prejudicar a sobrevivência do *blog*. O outro problema é a concorrência e a necessidade de manter o *blog* e seus leitores, principalmente quando o *blog* é profissional. Adriana Braga (2009) defende que, para obter sucesso em um *blog*, é preciso passar por todo um processo interacional, ou seja, “legitimar os conteúdos, construir reputação e relações de confiança” (2009, p. 148). Para ela, há uma dinâmica de reciprocidade própria dos blogs, onde há o apreço pelas práticas de retribuição e *feedback* e, nesse sentido, “seria possível dizer que um *blog* que não se divulga, um(a)

blogueiro(a) que não visita os outros blogs e deixa ali seu registro, é um *blog* que, para todos os propósitos práticos, não existe” (p. 151).

Talvez esse fato explique o sucesso dos *blogs* de jornalistas, principalmente aqueles que já carregam a experiência e o peso de uma carreira consolidada, legitimada entre jornalistas. A internet possibilitou que todos tivessem acesso às redes sociais e especialmente à blogosfera. Observa-se, no entanto, que se destacam apenas aqueles que trazem um histórico já consolidado nas mídias tradicionais.

Conquista-se a legitimidade, o reconhecimento do valor de seus conteúdos e opiniões, com evidência de relevância quantitativa e qualitativa, mostrando que aquele espaço tem muito em comum com veículos de imprensa tradicionais, apesar de todas as diferenças. Se, por um lado, a internet oferece espaço e condições para o surgimento de novo (as) enunciadores (as), redefinindo, ampliando, democratizando e sociabilizando as instâncias de produção jornalística, por outros, os processos de legitimação desses discursos exigem grandes públicos e o reconhecimento de outros (as) enunciadores (as) previamente legitimados, aproximando-se, assim, dos processos observados nos meios de comunicação de massa tradicionais, ou seja, altos índices de audiência e a colaboração de “especialistas” de renome. (BRAGA, 2009, p. 161 e 162)

O primeiro contato entre jornalismo e blogueiros aconteceu por meio dos relatos, que não eram necessariamente feitos por jornalistas. O escândalo Mônica Lewinsky e Bill Clinton³⁷, de 1998, denunciado por um jornalista americano por meio de um *blog*, é citado por Quadros, Rosa e Vieira (2005) como o primeiro furo de reportagem de repercussão internacional do meio. Beatriz Schittine (2004) considera o episódio do ataque às Torres Gêmeas, em 2001, como principal marco histórico para a propagação do meio como relato jornalístico. Foi quando o americano Bob Doyle criador do *blog* “The Fine Line”, assistiu de perto a tragédia e resolveu relatar em seu *blog*, ilustrando com algumas fotos tiradas de uma câmera digital. Além do furo nas mídias tradicionais, os blogs trouxeram um modo diferente de dar a notícia, “impregnada das impressões, medos e comentários dos repórteres” (p.158). Outro fato importante, narrado ainda segundo a autora, ocorreu em 2003, quando o jornal

³⁷ Estagiária da Casa Branca e Presidente dos Estados Unidos na época, sobre o fato de que ambos haviam mantido relações sexuais na sala de reuniões da Casa Branca.

britânico *The Guardian* contratou um blogueiro iraquiano para escrever sobre o dia a dia de Bagdá, fazendo a cobertura *on line* da Guerra. “Agora não é mais o blogueiro que procura o meio de comunicação – o próprio jornal começa a ver a internet como fonte de informação” (2004, p. 160).

Além do relato jornalístico, o *blog* assumiu também o papel de importante recurso para a denúncia. Blogueiros - principalmente jornalistas - locados em países controlados por regimes ditatoriais ou autoritários viram no veículo uma maneira de denunciar as atrocidades cometidas por seus governantes, como: Cuba, China, Irã, Síria e Mianmar (antiga Birmânia). O livre acesso às redes fez com que o mundo soubesse de fatos que até então ficavam restritos às fronteiras daqueles países.

Poucos anos depois, a situação se inverteu: os jornalistas começaram a migrar para os blogs, começando assim uma nova dinâmica dos meios de comunicação. Schittine afirma que, no início do processo, os jornalistas assinavam suas matérias no impresso, apareciam nas tevês e no rádio e mantinham, simultaneamente, um *blog*. “Já eram figuras públicas no espaço real e passavam agora para o espaço virtual, mas nada garantia que pudessem formar um público na internet com a mesma facilidade com que o conquistam no jornal” (2004, p. 214). Curiosa com essa questão, a autora fez uma pesquisa com perguntas específicas a um pequeno grupo de jornalistas. Entre as respostas, a maioria afirmou escrever em *blog* para obter liberdade de escrita, “sem as exigências do texto jornalístico e sem a figura do editor e do redator, responsáveis por reescrever o texto” (p. 216). Vale destacar que, na época da pesquisa (início dos anos 2000), os blogueiros buscavam muito mais uma liberdade no texto/gênero jornalístico que ideológica.

Para o pesquisador português João Canavilhas (2005, p.9), a grande semelhança entre os blogs e o jornalismo acontece dentro do gênero opinativo. “Os textos de opinião publicados nos jornais exprimem as posições do autor em relação a determinados acontecimento que despertaram o seu interesse, e o blog é, por definição, um espaço de opinião pessoal do autor”. Além do gênero, a estreita relação entre blogs e jornalismo traz, segundo o autor, benefícios para ambos, como o investimento das empresas jornalísticas na blogosfera, a especialização em determinados assuntos e a versatilidade e rapidez da informação, entre outros. Além

disso, há os *blogrolls*, ou links favoritos do blogueiro, que direcionam o leitor a outros blogs, fazendo com que ele tenha visões e informações diferentes de um mesmo assunto.

No artigo, Canavilhas (2005) traz o resultado de uma pesquisa realizada com 52 blogueiros portugueses, especializados em temas políticos ou locais. Segundo ele, ao serem indagados sobre a motivação que os levou a ter um blog, as respostas mais frequentes dos jornalistas foram “vontade de informar e ser informado”; “ter uma intervenção cívica” e “a necessidade de ter um espaço de opinião inalcançável nos *media* tradicionais”. Em seguida vieram respostas como “sentir a reação imediata dos leitores”; “participar de uma comunidade verdadeiramente democrática” e “criar uma alternativa aos *media* tradicionais”, entre outras. Tais respostas mostram que, assim como os jornalistas brasileiros, os portugueses viram no blog uma ferramenta para exercer o seu ofício com os verdadeiros valores da profissão.

O novo meio revitalizou o jornalismo, trazendo fôlego para aqueles profissionais que estavam cansados das rotinas produtivas dos meios de comunicação tradicionais. Por meio dos blogs, esses jornalistas impactaram a sociedade, trazendo à tona debates em torno da ética, corrupção, gastos e política pública, divulgando e denunciando fatos que não se vê na mídia tradicional. Para os leitores, trouxe novas visões da notícia, além da possibilidade de interpretação, escolha e até discussão. E, para as empresas de comunicação, um novo desafio. Ao hospedar os blogs nos portais dos grandes jornais brasileiros, esses veículos reconheceram a importância dos blogs e procuraram “se adequar à nova realidade de um mercado de concorrência que se renova sem cessar” (Adghirni, 2008).

3.4.4. O desafio de ter um blog

“Eu não fazia a menor ideia do que era blog, sequer tinha entrado num blog na minha vida, até o momento em que comecei a fazer o meu”, afirmou Ricardo Noblat (2010), 64 anos, um dos precursores da utilização do blog como veículo jornalístico no Brasil. Aconselhado por um amigo, ele criou, em 2004, um blog sobre cobertura política, seguindo o exemplo de jornalistas norte-americanos que começavam a explorar o novo

meio. Apropriando-se da tecnologia blog e explorando suas possibilidades, Noblat otimizou a sua atuação jornalística. Também manteve a sua postura jornalística, levando para o novo meio o mesmo texto informativo, objetivo, direto e conciso que mantinha nos veículos impressos. Conquistou um novo público - primeiro no portal “IG”, passando pelo “Estadão”, até chegar ao “o Globo”, onde seu blog está hospedado atualmente – e abriu caminho para outros profissionais que seguiram a mesma trajetória.

Segundo Adghirni (2008), os blogs batizados com o nome do jornalista que o escreve cresceram e se firmaram no Brasil, “paralelamente à grande imprensa, de modo complementar e não de oposição às mesmas, como ocorre em alguns países onde os jornalistas são proibidos, por suas empresas, de criar blogs pessoais”. A partir do momento em que os principais jornais do país criaram blogs para seus colunistas, “acreditando no poder individual e no interesse do público que busca notícias na internet pelos blogs” (idem), os blogueiros atrelados às grandes empresas de comunicação tornaram-se ilustres. Em pouco tempo, no entanto, alguns jornalistas viram nos blogs a oportunidade de atuar sem o controle dessas empresas, e começaram a criar blogs independentes de portais de grupos de comunicação, como veremos a seguir.

Diferentemente de Noblat, Luís Nassif conhecia os blogs e sabia onde estava pisando quando criou o seu, pois sempre foi “ligado às questões da internet” (2011). Escrevendo como colunista no portal UOL (Folha de S. Paulo), o jornalista observava a visibilidade de seus textos pela grande quantidade de comentários de leitores que eram postadas diariamente em suas colunas. Ao sair da empresa, em 2004, ele foi em busca de independência, montando o próprio portal e criando o blog *Luis Nassif Online*, cuja característica principal é a diversidade de temas e assuntos. Aos 63 anos, Nassif considera um blog uma cultura, e optou por não ter um blog focado em política, por ser avesso à militância. “Eu quis fazer um blog jornalístico, onde poderia dar uma palavra para os ‘sem mídia’” (2011), afirmou ele.

A vigilância da mídia tradicional e também de outros blogueiros, criticada por Nassif é uma das características trazidas pela blogosfera. Mas, embora seja avesso ao radicalismo de leitores militantes, o jornalista tem um bom relacionamento com todos

eles. Mantém um sistema de cadastro que pré-seleciona as pessoas que querem fazer comentários no blog; além disso, tem um repórter que o ajuda a selecionar e liberar os comentários que são colocados em discussão, trabalho que o deixa ocupado, inclusive nos finais de semana. Mas isso não é problema, pois, para ele, é preciso “pôr a mão na massa” para bem administrar um blog, para “entender a psicologia do grupo, estimular as discussões, saber como montar o cardápio de temas” (2011). No *Blog do Noblat*, os comentários são postados diretamente, sem filtro, mas regras precisam ser obedecidas para isso. “Olha, você não pode botar uma mensagem aqui que caracterize calúnia, infâmia, injúria, porque quem vai responder por isso sou eu” (2010), diz o jornalista, que mantém um moderador contratado para ler os comentários já publicados, e, a exemplo do colega, dedica-se quase que integralmente ao blog.

O contato direto com o leitor, uma das características do blog, é festejado pela maioria dos jornalistas blogueiros. Com mais de 60 anos de serviços prestados ao jornalismo, o jornalista Mino Carta, por exemplo, é, aos 79 anos de idade, um tipo de profissional que não se adaptou totalmente às novas tecnologias; ele não é um “imigrante digital” (Prensky, 2001) e afirma que “não chega nem perto do computador, porque tem medo” (2010). Mesmo avesso às novas tecnologias, o jornalista atendeu aos vários pedidos de admiradores e criou um blog em 2006, que manteve durante pouco mais de um ano. Sem se intimidar, ele escrevia os comentários na máquina de escrever (uma Olivetti) que eram postados posteriormente no “Blog do Mino Carta” por uma secretária. Mino Carta considera, no entanto, o alcance e o imediatismo como fatores importantes da Internet para a realização do seu trabalho. Para ele, “o comunicador só se realiza quando alcança alguém e, como jornalista de imprensa, da palavra impressa, eu sempre desejei ser lido”, (2010) completa.

Para Escobar (2009, p.142), o jornalismo de blog é próprio para atender a um tipo de leitor, “alguém capaz de desempenhar o papel de *webeditor* que, por si só, seleciona por onde navegar e como encontrar, no mar de informações e dados disponíveis na *www*, aquilo que atende às suas necessidades”. Por outro lado, os jornalistas conceituados que migraram para a rede podem ainda, segundo a autora, “funcionar como introdutores e intermediários para os internautas inexperientes e ainda não alfabetizados na linguagem web”, completa.

Ao contrário de Mino Carta, Paulo Henrique Amorim, 71 anos, revelou ser um obcecado por novas tecnologias por, segundo ele, ter “medo da morte profissional” (2010). Por também, querer “sempre estar à frente do seu tempo”, o apresentador da Rede Record trabalhou nos mais variados meios de comunicação: revista mensal, jornal diário, televisão até criar o blog “Conversa Afiada”, em 2006, também hospedado inicialmente no portal IG. O jornalista considera a internet como “o último reduto da liberdade da imprensa, porque pode fazer o que quiser” (2010) e paga um alto preço por isso, como veremos adiante. Considera o seu blog como um retrato de suas inclinações políticas, pois “ele expressa a minha indignação com a situação brasileira, a minha crescente decepção com as instituições políticas, com a forma de democracia que se instalou no Brasil depois do regime militar” (2010). O blog de Amorim é aberto a comentários, desde que não sejam ofensivos.

Vencedora do Troféu Mulher Imprensa em 2013, na categoria “Jornalista de Mídias Sociais”, Cynara Menezes, 46 anos, destaca-se em um ambiente até aqui dominado pelos homens. Esse dado vai de encontro aos resultados das pesquisas que realizamos sobre o perfil dos jornalistas, que apontam um crescimento significativo de mulheres na profissão. No blog “Socialista Morena”, alocado no portal CartaCapital, a jornalista assume uma posição de esquerda e interage ativamente com os seus leitores. “Com as redes sociais, os jornalistas saíram do encastelamento”, afirmou³⁸ ao receber o prêmio. “Antes, quando eu não tinha o blog e estava somente na redação, o máximo que tinha era acesso às cartas dos leitores”, completou. O jornalista Gilberto Dimenstein, 56 anos, que mantém um blog no portal UOL além de ser colunista do jornal “Folha de S. Paulo” e da rádio CBN, também é um admirador do contato direto com os leitores. Em 2012, publicou no seu blog um texto³⁹ em que afirmava que a proximidade com o leitor estabelece uma interatividade que acaba por transformar uma reportagem ou coluna em um fórum de debates. “É claro que muita gente usa o espaço apenas para exercitar o ressentimento”, ressalta o blogueiro, afirmando que a proximidade com o leitor estimula a convivência de diferentes visões. O papel do

³⁸ Texto disponível em

<http://portalimprensa.uol.com.br/noticias/brasil/57297/com+as+redes+sociais+os+jornalistas+sairam+do+encastelamento+diz+cynara+menezes>. Acesso em 12/04/2013.

³⁹ <http://www1.folha.uol.com.br/colunas/gilbertodimenstein/1203604-por-que-gosto-de-apanhar.shtml>

Acesso em 12/04/2013.

jornalista, segundo ele, é “tirar o leitor da zona de conforto – e não ficar esperando aplausos”.

3.4.5. A ética do blogueiro é a ética do jornalista

O reconhecimento e visibilidade alcançados por eles no novo meio devem-se, segundo uma de nossas hipóteses, ao fato de os profissionais levarem para os blogs a mesma ética e conceitos que utilizavam na produção dos textos para veículos tradicionais. Além disso, contam com a credibilidade, um dos valores mais cultuados no jornalismo, que “está apoiada num modelo de influência, que não apenas estabelece o Jornalismo dentro da sociedade como também auxilia na sua manutenção como setor produtivo” (Karam e Christofolletti 2011). Para eles, as mudanças atuais no jornalismo não são apenas tecnológicas, mas também éticas, com modificações nas relações entre jornalistas e fontes e entre jornalistas e públicos, alterando-se os valores. E o jornalismo, que cresceu e se desenvolveu como único provedor de informação, hoje precisa disputar espaço e preferências com redes sociais, sistemas de notícia e a preferência do receptor.

Paulo Henrique Amorim (2010), afirma que a sua conduta e o conteúdo de seus textos é o mesmo, independente do meio que utiliza. Para ele, “o jornalista tem a função de dar informações, de preferência originais, com imparcialidade, com respeito aos fatos e, sempre que possível, questionando os poderosos”. O pioneiro Ricardo Noblat diz que não vê diferença entre o que escolhe ou o que escolheria para publicar, se estivesse trabalhando num jornal (2010). Ao fazer uso profissional do blog, o jornalista deu ao meio, segundo Escobar (2006) “o mesmo tratamento a que se habituara, ou seja, jornalístico, o de um colunista especializado”. Com isso, ele herdou os próprios leitores que mantinha no impresso e conquistou um público jovem. Além disso, aderindo à “filosofia blogueira”, mostrou-se receptivo ao diálogo com os leitores, destacando comentários e respostas em seu blog, mesmo sem respondê-los diretamente, mas abrindo um espaço que antes não havia para os leitores.

Na pesquisa realizada por Schittine (2004), os jornalistas pesquisados afirmavam que o texto postado no blog era diferente do que era feito no jornal, mas “os vícios de

releitura, edição e reescrita do texto, que são a marca do jornalista e do redator, continuavam presentes nesses autores” (p. 218). Além disso, as técnicas, conceitos e a ética utilizada no jornalismo também migraram para o blog, ou, como afirmam Amaral e Quadros (2006), “nem tudo é totalmente novo na blogosfera sob o aspecto comunicacional”. As autoras acreditam que, durante a transposição para a esfera digital “ficam marcas registradas de experiências vivenciadas anteriormente por muitas gerações”. Para Quadros, Rosa e Vieira (2005, p. 11 e 12), o mais importante nos blogs não é o modo com a matéria foi produzida, mas sim a transmissão da informação da maneira mais eficaz possível. “A notícia baseada na fórmula da pirâmide invertida, ou seja, o mais importante em primeiro lugar, não é abandonada completamente, mas os dados essenciais da informação são transmitidos sem que seja necessária uma ordem, uma hierarquia de valores”.

3.5. Jornalistas blogueiros

De acordo com o conceito de Zélia Adghirni e Fábio Pereira (2006, p.3) “o nome *blogs jornalísticos* remete a um conjunto de publicações on-line, atualizadas por jornalistas que recorrem a um formato e a ferramentas, partilhadas pelo universo dos *weblogs*”, ou seja, o “jornalístico” do nome estaria ligado à identidade e legitimidade do autor, excluindo outros tipos de blogs, como os diários virtuais, por exemplo. Para comprovar essa hipótese, os autores propuseram a distinção dos blogs relacionados ao jornalismo em dois tipos: *blogs jornalísticos* e *blogs sobre jornalismo*. Os *blogs sobre jornalismo* têm como principal característica o nome do jornalista responsável no título, “em geral um nome famoso que confere um ‘lebel’ ao espaço na web”. Os *blogs sobre o jornalismo* limitam-se a comentar e publicar temas da atualidade por meio de artigos de crítica da mídia, mas sem procurar o chamado “furo jornalístico”.

Observamos, no entanto, que essa distinção foi feita a partir dos tipos de blogs jornalísticos; optamos então, para melhor condução da nossa tese, criar uma nova categorização, baseada nos tipos de *jornalistas blogueiros* (como os chamaremos daqui em diante). A partir da tipologia sugerida por Primo (2010), consideramos aqui os blogs jornalísticos como profissionais reflexivos e dividiremos os blogueiros em dois grupos:

Independentes e *Dependentes* de empresas/veículos de Comunicação. A partir dessa primeira divisão, selecionaremos apenas aqueles que classificados como *Independentes*, e esses serão o objeto de nossa análise. A nosso ver, o eixo principal da categorização é o econômico, pois, no nosso entendimento, o financiamento do blog é o que dará a independência ao veículo.

Lopes (1997, p. 125) afirma que “as técnicas de amostragem são utilizadas nas pesquisas empíricas a fim de delimitar o universo de investigação”, que pode ser um conjunto de unidades e pessoas tornadas como fontes de informação. Sendo assim, selecionamos um grupo de jornalistas blogueiros, baseados na quantidade de acessos e visibilidade da mídia blog. A seleção foi feita a partir de análises de programas como o Alexa.com.⁴⁰ - um serviço de Internet que mostra a posição nacional e mundial dos blogs -, além do acompanhamento e observação, nos últimos quatro anos, dos blogs mais citados e polêmicos, por diversos motivos. Procuramos destacar profissionais com carreira consolidada nas mídias tradicionais, principalmente no impresso e na televisão, que se tornaram blogueiros, além de alguns jornalistas blogueiros de regiões distintas do país.

Foram selecionados 15 profissionais, divididos entre *Dependentes* e *Independentes*, sendo que essa última categoria também possui uma segunda divisão, entre blogueiros que estão vinculados a portais e outros, sem vínculo com portais. Nessa primeira etapa de classificação, faremos apenas uma breve descrição do histórico dos jornalistas blogueiros selecionados. Na próxima etapa, serão avaliadas as rotinas produtivas e os tipos de financiamento utilizados para a manutenção dos blogs, entre outras. Com essas análises, esperamos, a partir das histórias de vida e do discurso dos blogueiros (em entrevistas à pesquisadora, a terceiros, e também a partir de publicações próprias), dar as respostas às nossas hipóteses de pesquisa.

⁴⁰ <http://www.alexa.com>

DEPENDENTES (De empresas/veículos de Comunicação)	BLOGS LIGADOS A PORTAIS DE EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO		
	CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
	Portal UOL	Josias de Souza	Blog do Josias de Souza
	Portal UOL	Juca Kfourir	Blog do Juca Kfourir
	Portal UOL	Leonardo Sakamoto	Blog do Sakamoto
	Portal VEJA	Reinaldo Azevedo	Blog Reinaldo Azevedo
	Portal R 7	Ricardo Kotscho	Balaio do Kotscho
	Portal O Globo	Ricardo Noblat	Blog do Noblat
INDEPENDENTES (De empresas/veículos de Comunicação)	BLOGS LIGADOS A PORTAIS INDEPENDENTES		
	CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
	Portal Fórum	Conceição Oliveira	Maria Frô
	Portal Fórum	Renato Rovai	Blog do Rovai
	Portal Fórum	Rodrigo Vianna	O Escrevinhador
	Portal GGN	Luís Nassif	Luís Nassif Online
	Portal Viomundo	Luiz Carlos Azenha	Viomundo
	Portal Conversa Afiada	Paulo Henrique Amorim	Conversa Afiada
	BLOGS SEM PORTAIS		
	CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
	Sem portal	Altamiro Borges	Blog do Miro
	Sem portal	Altino Machado	Blog do Altino (Acre)
	Sem portal	Miguel do Rosário	O Cafezinho

Tabela 4 – Tipos de jornalistas blogueiros (Cláudia Nonato – 2014)

A – Jornalistas blogueiros dependentes de empresas de comunicação

BLOGS LIGADOS A PORTAIS DE EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO		
CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
Portal UOL	Josias de Souza	Blog do Josias de Souza
Portal UOL	Juca Kfourri	Blog do Juca
Portal UOL	Leonardo Sakamoto	Blog do Sakamoto
Portal VEJA	Reinaldo Azevedo	Blog Reinaldo Azevedo
Portal R 7	Ricardo Kotscho	Balaio do Kotscho
Portal O Globo	Ricardo Noblat	Blog do Noblat

Nesta categoria, estão jornalistas que já mantinham vínculo com veículos da mídia tradicional; criaram seus blogs e, diante da boa repercussão e retorno que conseguiram, foram agregados por grandes portais de comunicação, como o UOL (Folha de S. Paulo), G1 (Globo) e R7 (Rede Record), entre outros⁴¹. Estes jornalistas foram pioneiros na blogosfera, mas já eram famosos no papel e levaram a sua experiência para o mundo virtual. Para Adghirni (2008), “a notoriedade se confirma quando já se tem um nome e esse nome está ligado a uma empresa jornalística”. Neste grupo estão:

Josias de Souza (Blog do Josias de Souza – Portal UOL)

Com quase trinta anos de profissão, dos quais 25 anos atuando na “Folha de S. Paulo” como repórter, diretor da Sucursal de Brasília, secretário de redação e articulista, Josias de Souza, 51 anos, é um blogueiros do portal UOL (ou UOL Blogosfera, como passou a ser chamado). Escreve sobre política “Blog do Josias”⁴², criado em 2005, e segue claramente a linha editorial da empresa onde sempre trabalhou, com a publicação de *posts* curtos, charges e vídeos. O blogueiro possui 66.900 seguidores no Twitter e uma página no Facebook com 16764 “curtidas”⁴³. Além do vínculo com o UOL/Folha de S.Paulo, possui anunciantes no blog. Desse modo, podemos concluir que o jornalista não tem problemas financeiros para sustentar o seu blog; também não tem (ou não divulga) processos judiciais contra ele.

⁴¹ Para incluí-los nesta lista, levamos em consideração a quantidade de acessos: Azevedo e Kfourri, por exemplo, figuram entre os blogueiros mais acessados do país.

⁴² <http://josiasdesouza.blogosfera.uol.com.br> Acesso em 18/11/2014

⁴³ Todas as “curtidas” citadas aqui são do primeiro semestre de 2014.

Imagem 3 – Blog do Josias (reprodução)

Juca Kfouri (Blog do Juca Kfouri – Portal UOL)

O “Blog do Juca Kfouri”⁴⁴ não atua na área político-econômica; seus *posts* são todos sobre a área esportiva, principalmente a respeito do mundo do futebol. Em 2009, chegou a ter 50 milhões de visitas em apenas um fim de semana e, no mesmo ano, foi considerado pela segunda edição do livro “*Google Marketing*”, como o 38º blog mais indicado do país. Foi o único esportivo da lista, ficando atrás apenas do “Blog do Noblat” (21º), Reinaldo Azevedo (25º) e Josias de Souza (28º). Juca Kfouri, 64 anos, é formado em Ciências Sociais na USP e passou por diversas mídias. Foi diretor das revistas *Placar* e *Playboy*, comentarista esportivo nas tevês *Globo* e *SBT*, apresentador na *TV Cultura* e na *Rede TV*, e atualmente está na *ESPN –Brasil*. No impresso, atuou como colunista de futebol de *O Globo*, do diário *Lance!*, e da *Folha de S. Paulo*, onde

⁴⁴ <http://blogdojuca.uol.com.br/>

atuou até 2005. Foi nessa época também que migrou para o blog, dentro do *UOL Blogosfera*. Em entrevista concedida ao portal CartaCapital em 2011, o blogueiro afirma colecionar mais de cinquenta processos acionados pelo ex-presidente da CBF (Confederação Brasileira de Futebol), Ricardo Teixeira. Perdeu duas, ganhou 35 e, segundo ele, “deve haver umas dez ou doze em andamento”⁴⁵. Kfouri conta com 246 mil seguidores no Twitter; sua página pessoal no Facebook foi “curtida” por 281.807 pessoas. Há, no blog, uma relação de sites e outros blogs recomendados por Juca Kfouri, além de anunciantes.

Imagem 4 – Blog do Juca Kfouri (reprodução)

⁴⁵ Entrevista disponível em <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/o-calo-de-ricardo-teixeira> Acesso em 18/11/2014.

Leonardo Sakamoto (Blog do Sakamoto – Portal UOL)

Leonardo Sakamoto, 37 anos, é coordenador da ONG *Repórter Brasil* e conselheiro do *Fundo das Nações Unidas para Formas Contemporâneas de Escravidão*. Graduado em jornalismo (cobriu conflitos armados e o desrespeito aos direitos humanos em Timor Leste, Angola e no Paquistão), com mestrado e doutorado em Ciência Política, Sakamoto é também professor de jornalismo na PUC de São Paulo. Embora seu blog esteja vinculado ao portal UOL⁴⁶, da *Folha de S. Paulo*, Sakamoto mantém um discurso contra hegemônico em seus textos, que contém anúncios como os demais. Possui 49.900 seguidores no *Twitter* e 275.133 em sua página pessoal do *Facebook*.

ÚLTIMAS - SEU ESTADO - CIÊNCIA - COTIDIANO - ECONOMIA - INTER - JORNAIS - OPINIÃO - POLÍTICA - SAÚDE - TEC - CANAIS

MEGA PROMO Só neste fim de semana! Para voar a partir de fevereiro. Aproveite TAM membro oneworld GRUPO LATAM AIRLINES

BLOG DO SAKAMOTO UOL BLOGOSFERA

Vai difamar alguém nas redes sociais? Leia isto antes

Leonardo Sakamoto 16/11/2014 10:57

Compartilhe 46

Passado o pleito, as timelines continuam coalhadas de maluquices, baboseiras, teorias conspiratórias, cascatas, invencionices e demais mimimis de causar vergonha alheia ao mais incapaz dos comediantes. Temendo pela sanidade mental coletiva diante da miríade de mentecaptos, sejam os mercenários pagos por partidos ou empresas, seja os otários que fazem isso por conta própria e gratuita, resolvi atualizar e trazer novamente os "Dez Mandamentos para Divulgar Notícias no Facebook e Twitter".

Qualquer ameoba com problemas cognitivos sabe que redes sociais são fundamentais para mobilização social neste nosso admirável mundo novo. Mas, ao mesmo tempo, são terreno fértil para cultivar boatos. Muita coisa fake tem corrido a rede loucamente, criando medo. Reputações nascem e morrem e tem sempre um pilantra distorcendo na esquina digital mais próxima – seja visando a um objetivo pessoal ou de seu grupo ou inconscientemente misturando realidade e desejo.

O desmentido (por ser mais sem graça) não chega tão longe quando a denúncia.

Busca

@BLOGDOSAKAMOTO no ELLO Seguir

@blogdosakamoto no ELLO

Imagem 5 – Blog do Sakamoto (reprodução)

⁴⁶ <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br> Acesso em 18/11/2014

Reinaldo Azevedo (Blog do Reinaldo Azevedo – Portal VEJA)

De orientação política assumidamente conservadora, Reinaldo Azevedo⁴⁷, 53 anos, autodefine-se como “de direita, liberal e democrática”⁴⁸. Também é assumidamente católico e crítico de temas aborto e casamento entre homossexuais, por exemplo. Em sua carreira, foi redator-chefe das revistas *Primeira Leitura* e *Bravo*, editor-adjunto de política e coordenador de política da sucursal de Brasília do jornal *Folha de S. Paulo* e redator-chefe do *Diário do Grande ABC*; foi articulista da revista *VEJA*, onde hoje hospeda o blog com seu nome desde 2009. Azevedo tem 142.815 curtidas no *Facebook*; em seu *Twitter*, com 131 mil seguidores. Declara que recebe mais de 150 mil acessos diários, e é mais um exemplo de jornalista que trabalhou durante muitos anos no mesmo veículo e o deixou para ter o próprio blog. Mas, embora tenha deixado de publicar artigos na revista impressa, continua hospedado no site e mantendo a mesma linha editorial da *VEJA*. Além do vínculo com a empresa, é colunista do Jornal Folha de S. Paulo e dispõe de diversos anúncios no blog.

Imagem 6— Blog Reinaldo Azevedo (Reprodução)

⁴⁷ <http://veja.abril.com.br/blog/reinaldo> Acesso em 18/11/2014

⁴⁸ Em entrevista ao Instituto Millenium (2007), disponível em http://wn.com/reinaldo_azevedo_forum_democracia#/videos

Ricardo Kotscho (Balaio do Kotscho – Portal R7)

O veterano Ricardo Kotscho, 66 anos, é mais um exemplo de jornalista que foi contratado a partir do blog para trabalhar, no seu caso, em um portal de notícias e uma emissora de televisão. Kotscho trabalhou nos principais veículos da imprensa brasileira, nas funções de repórter, repórter especial, editor, chefe de reportagem, colunista, blogueiro e diretor de jornalismo. Foi correspondente do *Jornal do Brasil* na Europa, nos anos 1977-1978, e exerceu o cargo de Secretário de Imprensa e Divulgação da Presidência da República no governo Luiz Inácio Lula da Silva, no período 2003-2004. Ganhou três vezes o prêmio Esso, além dos prêmios Herzog, Carlito Maia, Comunique-se, Top Blog e Cláudio Abramo, entre outros. Em 2008, foi um dos cinco jornalistas brasileiros contemplados com o Troféu Especial de Imprensa da ONU. Tem vinte livros publicados, e atualmente é comentarista do *Jornal da Record News* e repórter especial da revista *Brasileiros*. Seu blog, o Balaio do Kotscho⁴⁹ foi criado em 2008, hospedado no portal IG; três anos mais tarde, o jornalista foi convidado a migrar para o portal de notícias da Rede Record de Televisão, o R7, onde está até agora. Além do vínculo com a emissora, seu blog possui alguns anunciantes. Kotscho mantém no blog a mesma postura e estilo próprio que conduziu ao longo de sua carreira, mantendo um público fiel também na rede. Mas não é muito ligado às redes sociais: possui 2.912 seguidores no *Twitter*, mas não o atualiza desde 2011; além disso, não tem uma página no *Facebook*.

⁴⁹ <http://noticias.r7.com/blogs/ricardo-kotscho> Acesso em 18/11/2014

BALAI DO Kotscho

PERFIL

No blog *Balaio do Kotscho*, cabe qualquer assunto. Quem manda é o freguês. Paulista, paulistano e são-paulino, Ricardo Kotscho, 65, é repórter desde 1964. Já trabalhou em praticamente todos os principais veículos da imprensa brasileira, nas funções de repórter, repórter especial, editor, chefe de reportagem, colunista, blogueiro e diretor de jornalismo. É atualmente comentarista do *Jornal da Record News* e repórter especial da revista *Brasileiros*.
[Leia mais](#)

Publicado em 06/11/14 às 10h46

Absurdo: Justiça condena agente só por cumprir a lei

25 Comentários

A notícia: dada em primeira mão por Heródotos Barbeiro no *Jornal da Record News*, na terça-feira, relata o caso de Luciana Silva Tamburini, a bela agente de trânsito da Operação Lei Seca, no Rio, que estava trabalhando na blitz em que foi parado o carro do juiz João Carlos de Souza Corrêa, 18º JEC (Juizado Especial Criminal), em fevereiro de 2011. O ilustre magistrado estava sem documentos do carro, nem habilitação para dirigir, e deu voz de prisão à agente, que estava só cumprindo a lei.

O absurdo: esta semana, foi mantida pelo desembargador José Carlos Paes, da 14ª Câmara Cível do Tribunal de Justiça do Rio de Janeiro, a sentença de primeira instância, em que Luciana foi condenada a pagar multa de R\$ 5 mil ao juiz Souza Corrêa, por "abuso de poder".

"Ao apregoar que o demandado era juiz, mas não Deus, a agente de trânsito zombou do cargo por ele ocupado, bem como do que a função representa na sociedade", justificou o doutor desembargador, ao manter em segunda instância a condenação da agente de trânsito. Que beleza, quanta meiguice!

Dois detalhes: Luciana ganha um salário mensal de R\$ 3.600 e o carro do juiz circulava sem placas. Nada disso foi levado em conta pela nossa Justiça, sempre implacável ao julgar e condenar os mais fracos, em defesa dos mais fortes.

Quando viu que a agente não cedeu ao tradicional apelo do "sabe com quem esta falando?", o juiz Corrêa, do alto da sua autoridade, não teve dúvidas: mandou chamar a polícia para prender a agente, que recebeu voz de prisão por "desacato à autoridade". Ameaçada de ser algemada e levada no camburão ao 14º Distrito Policial, no Leblon, Luciana se recusou a cumprir a ordem dos policiais, mas foi à delegacia, e acabou condenada pela Justiça.

Nem tudo, porém, está perdido. Ao tomar conhecimento deste absurdo, na terça-feira a advogada paulista Flavia Penido criou uma vaquinha virtual na internet para ajudar Luciana Tamburini. Em menos de 24 horas, foram arrecadados R\$ 11.600, afastando assim o risco dela ser presa por não ter condições de pagar a multa.

Publicidade

SEÇÕES

Imagem 7 – Balaio do Kotscho (reprodução)

Ricardo Noblat (Blog do Noblat – Portal O Globo)

Ricardo Noblat, 65 anos, passou pelos principais jornais brasileiros; criou o seu “Blog do Noblat”⁵⁰ em 2004, primeiro ligado ao portal IG. Posteriormente, seu blog foi incorporado ao portal *O Globo* (das Organizações Globo) para só depois passar a escrever uma coluna semanal para o jornal “O Globo”. Noblat iniciou a carreira de jornalista como repórter dos jornais *Diário de Pernambuco*, *Jornal do Comércio* e das

⁵⁰ <http://oglobo.globo.com/pais/noblat> Acesso em 18/11/2014

Sucursais do Jornal do Brasil e da revista VEJA, em Recife. Foi chefe de redação da sucursal da extinta revista Manchete e chefiou a sucursal da revista VEJA em Salvador. Depois ainda foi editor-assistente da mesma revista em São Paulo antes de ir para Brasília, em 1982, como editor regional da sucursal do Jornal do Brasil. No Distrito Federal, foi repórter da sucursal de O Globo, depois chefiou a sucursal da revista Isto é. Morou por dois anos em Angola, trabalhando para a campanha de José Eduardo dos Santos, até assumir, em 1994, a direção do Correio Braziliense, local em que permaneceu até 2002. O jornalista criou o seu blog de política durante o período em que tentava uma nova colocação nos veículos de comunicação tradicionais e acabou ficando no blog. Com 361 mil seguidores no *Twitter* e 64.295 curtidas no *Facebook*, Noblat declarou em entrevista (Freitas, 2010) que é contratado pela empresa que publica o portal e o jornal O Globo, e, juridicamente, os vínculos e responsabilidades estão delimitadas em contrato específico; no caso do jornalista publicar um comentário que fira a legislação, será ele quem vai responder, em caso de eventual processo, na justiça. Além do vínculo com a empresa, Noblat exibe, no topo de sua página, publicidade.

Imagem 8 – Blog do Noblat (reprodução)

B – Jornalistas blogueiros independentes de empresas/veículos de Comunicação, mas ligados a portais de pequenas empresas

BLOGS LIGADOS A PORTAIS INDEPENDENTES		
CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
Portal Fórum	Conceição Oliveira	Maria Frô
Portal Fórum	Renato Rovai	Blog do Rovai
Portal Fórum	Rodrigo Vianna	O Escrevinhador
Portal GGN	Luís Nassif	Luís Nassif Online
Portal Viomundo	Luiz Carlos Azenha	Viomundo
Portal Conversa Afiada	Paulo Henrique Amorim	Conversa Afiada

Conceição Oliveira (Blog Maria Frô – Portal Fórum)

A “historiadora, educadora, autora de coleções didáticas, ativista da educação para igualdade étnico-racial, feminista e feminina” Maria da Conceição Carneiro Oliveira, a Conceição Oliveira, entrou para a blogosfera em 2005, quando começou a manter o blog da Maria Frô⁵¹. Natural de Santos (SP), Conceição considera seu blog “essencialmente político, de esquerda, com viés ativista” (Bianchi e Borges, 2014) e por ser bastante ativa na luta pela democratização dos meios de comunicação, além de combater, com seus textos, todas as formas de discriminação e preconceito. Além de estar no portal Fórum com o *Maria Frô*, Conceição Oliveira escreve para o *Blog da Mulher*, do *Viomundo*, e ainda mantém dois projetos pedagógicos: *Ler o Mundo* e *História em Projetos*. Tem 21.600 seguidores no Twitter; sua página no Portal da Revista Fórum é seguida por 7678 pessoas no Facebook. O Blog *Maria Frô* mantém alguns pequenos anunciantes, mas também aceita doações feitas diretamente pelo *PagSeguro*⁵².

⁵¹ <http://www.revistaforum.com.br/mariafro> Acesso em 18/11/2014

⁵² Ferramenta de pagamentos online; um facilitador de pagamentos para transações comerciais pela Internet Com esta ferramenta lojas ou pessoas que tenham interesse em efetuar vendas na internet podem criar uma conta e receber pagamentos através desta ferramenta. O PagSeguro é um serviço oferecido pelo UOL.

Imagem 9 – Blog Maria Frô (reprodução)

Renato Rovai (Blog do Rovai – Portal Fórum)

O jornalista Renato Rovai é bastante conhecido por manter uma posição contra hegemônica em seus textos. Ele mantém o “Blog do Rovai”⁵³ e também é editor da revista *Fórum*. Tem mestrado em Comunicação pela Universidade de São Paulo e está fazendo doutorado na Universidade Federal do ABC. É professor da Faculdade Cásper Líbero e está na blogosfera desde 2001. No *Twitter*, dispõe de 22.300 seguidores, além de 5681 seguidores no *Facebook*. Rovai está na blogosfera desde 2001 e o seu blog é o grande responsável pela audiência da página da revista Fórum, que hoje recebe uma média de cinco mil visitas ao mês. Seu blog, no Portal Fórum, dispõe de alguns anunciantes (inclusive de instituições públicas, como os Correios). Para ele, “os blogs criaram espaço para que certos setores da sociedade não fossem calados e suas pautas inviabilizadas pela mídia tradicional”. (Rovai, in Bianchi, 2013)

⁵³ <http://revistaforum.com.br/blogdorovai> Acesso em 18/11/2014

Imagem 10– Blog do Rovai (reprodução)

Rodrigo Vianna (Blog O Escrevinhador – Portal Fórum)

Rodrigo Vianna, 44 anos, é formado em História pela USP, trabalha como jornalista há vinte anos. Em sua biografia estão passagens pela *Folha de S. Paulo*, *TV Cultura* e *Rede Globo*, onde foi repórter entre 1995 e 2006. Hoje, ele está na *Rede Record*, onde atua como repórter especial do *Jornal da Record* e apresentador do programa *Entrevista Record-Mundo*. Seu blog, *O Escrevinhador*⁵⁴, foi lançado em 2008. Vianna também está no Portal da Revista Fórum, e sustenta o blog com poucos anunciantes, além de receber contribuições pelo *PagSeguro*. Atualmente, Rodrigo Vianna tem 26.500 seguidores no *Twitter*, e o blog não dispõe de uma página no *Facebook*.

⁵⁴ <http://www.revistaforum.com.br/rodrigovianna/> Acesso em 18/11/2014

Imagem 11 – Blog O Escrevinhador (reprodução)

Luís Nassif (Blog Luís Nassif Online – Portal GGN)

Luís Nassif, 63 anos, mantém um portal e um blog (Luís Nassif Online⁵⁵) desde 2010. Formado em jornalismo pela ECA/USP, ele iniciou a carreira profissionalmente em 1970 na revista *VEJA*, onde foi estagiário, repórter de economia e editor do caderno de finanças. Nove anos depois, foi trabalhar no extinto *Jornal da Tarde*, onde foi pauteiro e chefe de reportagem, até criar a seção *Seu Dinheiro* e o caderno *Jornal do Carro*. Em 1983 foi para a *Folha de S.Paulo*, onde teve várias passagens; criou a seção *Dinheiro Vivo* e participou do projeto de criação do Datafolha, entre outros. Paralelamente, Nassif também tem experiências na televisão (*TV Gazeta* de São Paulo, *Bandeirantes*, *Cultura* e *TV Brasil*) e no rádio (*Bandeirantes*). O jornalista criou o primeiro blog em 2006, no portal IG, passando pouco tempo depois (por questões ideológicas) para o UOL, onde também era contratado como colunista do jornal *Folha de S.Paulo*. Em 2010 criou o seu blog pessoal, o *Luis Nassif Online*, ancorado em seu próprio portal. Além de não ter vínculos com nenhuma empresa ou portal de comunicação, o blog de Nassif diferencia-se dos demais, pela gestão participativa que ele exerce no meio. Para

⁵⁵ <http://www.advivo.com.br/luisnassif> Acesso em 18/11/2014

administrar o blog e o *Twitter*, no qual têm 127 mil seguidores, Nassif conta com um assistente e ainda o respaldo dos funcionários de sua empresa, a agência *Dinheiro Vivo*. Até junho de 2011⁵⁶, havia seis processos judiciais contra ele, sendo cinco da revista VEJA e um de Ali Kamel, executivo da TV Globo.

Imagem 12– Blog Luís Nassif Online (reprodução)

Luiz Carlos Azenha (Blog Viomundo)

Em 2013, o jornalista Luiz Carlos Azenha, 55 anos, editor do blog *Viomundo* – *o que você não vê na mídia*⁵⁷ quase desistiu de manter o seu blog. Azenha é formado em jornalismo na ECA/USP; foi repórter especial e correspondente, nos Estados Unidos, das Redes Manchete, SBT, Globo, além de colaborador da Folha de S. Paulo, da rede norte-americana CC, da rede canadense CBC e correspondente da rádio Jovem Pan, entre outros. Criou o blog em 2007 e, desde 2008 está na Rede Record de televisão.

Em março de 2013, Azenha se despediu dos leitores em suas páginas do *Facebook*. Afirmado estar no limite, o jornalista justificou a decisão: seria por causa dos processos movidos contra ele em razão das críticas direcionadas à Rede Globo e ao seu

⁵⁶ Ano em que o jornalista nos concedeu uma entrevista

⁵⁷ <http://www.viomundo.com.br> Acesso em 18/11/2014

diretor de Jornalismo, Ali Kamel. Em carta publicada no blog⁵⁸, Azenha detalhou a decisão, afirmando que o *Viomundo* havia sido calado, “por Ali Kamel e pela Globo”. Diante do anúncio, houve grande comoção, não só por parte dos leitores, como também de outros jornalistas blogueiros, que fizeram um movimento pela manutenção do blog. A solução encontrada foi coletiva: a criação de um fundo de apoio a blogueiros, cuja verba seria destinada a custear processos judiciais. Na página do *Viomundo* há dois links para quem quiser fazer doações: um para quem quer doar apenas uma vez, e outro para contribuições mensais de R\$9,90. Há ainda uma terceira opção, em que os colaboradores podem ajudar a financiar reportagens investigativas e/ou documentários de temas específicos. O blog de Azenha inaugurou, entre os chamados blogueiros progressistas, o *crowdfunding*, ou vaquinha virtual. Hoje o blog tem 1264 assinantes, 116.645 curtidas no *Facebook* e 52.500 seguidores no *Twitter*.

Imagem 13– Blog Viomundo (reprodução)

⁵⁸ Texto completo em <http://www.viomundo.com.br/denuncias/globo-consegue-o-que-a-ditadura-nao-conseguiu-extincao-da-imprensa-alternativa.html>

Paulo Henrique Amorim (Blog Conversa Afiada)

Paulo Henrique Amorim, 72 anos, lidera o blog *Conversa Afiada*⁵⁹, sem estar vinculado a nenhum portal. Além disso, o jornalista é contratado pela *Rede Record*, onde apresenta o programa *Domingo Espetacular*. Amorim é formado em Sociologia e Política pela Fundação Escola de Sociologia e Política de São Paulo e, entre os anos 1960 e 1970, foi repórter das revistas *Manchete*, *Fatos & Fotos*, *Realidade* e *Veja*, onde se tornou o primeiro correspondente internacional, em Nova York. Posteriormente, foi também editor-chefe da revista *Exame*, editor de economia do *Jornal do Brasil*, repórter e apresentador de programas econômicos, além de correspondente da *Rede Globo* em Nova York, onde permaneceu até 1996. Um ano depois, foi trabalhar como apresentador na *Rede Bandeirantes*; em 1999, foi contratado pela *TV Cultura*, onde apresentou o *talk-show Conversa Afiada*. E, desde 2003, o jornalista está trabalhando na *Rede Record*. O blog *Conversa Afiada*, focado em política, foi criado em 2006; ficou hospedado no portal *IG* durante dois anos e, após uma conturbada saída, Amorim, relançou, no mesmo ano, o blog em portal próprio. Hoje ele é um dos jornalistas mais polêmicos da blogosfera; ao mesmo tempo, é o que acumula mais processos judiciais (aproximadamente 40, sendo 18 de Ali Kamel, executivo da Rede Globo). O *Conversa Afiada* possui 54.600 seguidores no Twitter e 123.236 curtidas no Facebook

Imagem 14— Blog *Conversa Afiada*(reprodução)

⁵⁹ <http://www.conversaafiada.com.br/>

C – –Jornalistas blogueiros independentes de empresas/veículos de Comunicação, e sem ligação com portais

BLOGS SEM PORTAIS		
CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
Sem portal	Altamiro Borges	Blog do Miro
Sem portal	Altino Machado	Blog do Altino (Acre)
Sem portal	Miguel do Rosário	O Cafezinho

Altamiro Borges (Blog do Miro)

O jornalista Altamiro Borges é presidente do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé, secretário nacional de Questão da Mídia do PCdoB e também mantém o *Blog do Miro*⁶⁰ desde 2008, sem estar vinculado a nenhum meio de comunicação. Utilizando no alto de sua página o slogan “uma trincheira na luta contra a ditadura midiática”, Miro, como é conhecido, dispõe apenas de força de vontade, um pequeno anunciante de produtos orgânicos e uma extensa relação de parceiros. Não há informações sobre processos judiciais contra o jornalista ou seu blog.

Imagem 15– Blog do Miro (reprodução)

⁶⁰ <http://altamiroborges.blogspot.com.br>

Altino Machado (Blog do Altino)

O acreano Altino Machado foi repórter dos jornais O Estado de S. Paulo, Jornal do Brasil e Folha de S. Paulo, para os quais trabalhou durante dez anos, em Rio Branco, Goiânia, Brasília e Manaus. Faz o *Blog da Amazônia*, da Terra Magazine e também possui o *Blog do Altino Machado*⁶¹. Bastante atuante na sua região, o jornalista possui seis mil seguidores no *Facebook* e 8876 no *Twitter*. Seu blog, surgido a partir da escassez dos meios de comunicação da região, trata de bastidores da política local. Segundo ele, o blog possui mais de cinco mil leitores diários e chega, inclusive, a pautar a imprensa. Possui poucos anúncios em sua página.

Imagem 16– Blog do Altino Machado (reprodução)

Miguel do Rosário Blog (O Cafezinho)

O carioca Miguel do Rosário, 43 anos, é autor do blog *O Cafezinho*⁶² desde 2011. O nome foi dado porque o jornalista trabalhou durante quinze anos como jornalista especializado em café; tempos depois passou a fazer análise de mídia e política para o blog Óleo do Diabo. Em O Cafezinho, a linha editorial é, segundo ele, formada por “bom

⁶¹ <http://www.altinomachado.com.br> Acesso em 18/11/2014

⁶² <http://www.ocafezinho.com> Acesso em 18/11/2014

senso, ética e respeito”. Em 2013, Miguel publicou um post⁶³ contando que o blog havia perdido a virgindade: foi processado, pela primeira, vez, por Ali Kamel, executivo da Rede Globo, famoso por processar blogueiros. O blog possui 71982 curtidas no *Facebook*.

Imagem 17 - Miguel do Rosário (divulgação)

Imagem 18 - Blog O Cafezinho (reprodução)

⁶³ Texto completo em <http://www.viomundo.com.br/humor/processado-miguel-do-rosario-da-surra-verbal-em-ali-kamel.html> Acesso em 18/11/2014.

Consideramos o grupo selecionado representativo, por agregar jornalistas blogueiros de diversificadas áreas e atuantes, com e sem vínculo com portais de notícias ou outros veículos de comunicação. Também apresentam diferentes meios econômicos de subsistência, posicionamentos ideológicos e rotinas produtivas. Além disso, alguns blogueiros, chamados *progressistas* apresentam-se como alternativos, no sentido de apresentarem um discurso contra hegemônico à grande mídia, enfrentando, por isso, diversas tentativas de controle e censura.

No próximo capítulo, faremos uma análise das situações enunciadas anteriormente, a partir do discurso dos jornalistas. Para tanto, foram feitas entrevistas pessoais com os blogueiros Luís Nassif, Altamiro Borges e Renato Rovai, a partir de um roteiro de perguntas abertas. Também utilizamos dados secundários, como entrevistas concedidas a terceiros, pesquisas acadêmicas (teses e dissertações) e publicações especializadas sobre o tema. Não consideramos a necessidade de entrevistar todos os blogueiros, pois encontramos e reunimos, nos últimos anos, um vasto e completo material com entrevistas e histórias de vida de cada um dos profissionais.

A análise será contextualizada a partir das entrevistas dos blogueiros; e terá foco em revelar o lugar de fala do jornalista blogueiro, de onde enuncia o seu discurso. E, a partir das falas sobre a profissão, rotinas e enfrentamentos, nos ajudará a comentar os pontos de vista dos profissionais. Ao desvendar a utilização, o poder e a base econômica dos meios de produção, teremos condições para responder às questões centrais da nossa tese.

CAPÍTULO 4

JORNALISTAS BLOGUEIROS E A CONSTRUÇÃO DA CONTRA HEGEMONIA

“A liberdade, Sancho, é um dos dons mais preciosos, que aos homens deram os céus: não se lhe podem igualar os tesouros que há na terra, nem os que o mar encobre; pela liberdade, da mesma forma que pela honra, se deve arriscar a vida, e, pelo contrário, o cativo é o maior mal que pode acudir aos homens.”

D.Quixote de La Mancha (Cervantes, II, LVIII)

Este capítulo tem o propósito de analisar as falas e também os textos dos jornalistas blogueiros, a partir da categorização do capítulo anterior. São profissionais que representam um grupo diversificado, com métodos produtivos, meios de financiamento e posicionamento ideológicos distintos, que ajudarão a responder às nossas questões iniciais: a) os jornalistas estão migrando dos meios tradicionais para os digitais, principalmente os blogs; b) esses profissionais migram para o novo meio em busca de maior autonomia e liberdade de expressão.

O material que será utilizado neste capítulo foi coletado entre os anos de 2011 e 2014, a partir da observação das rotinas e produção dos jornalistas nos próprios blogs (ver Tabela 4); artigos de sites especializados em jornalismo, como *Observatório da Imprensa*, *Portal IMPRENSA* e *Comunique-se*; artigos de revistas científicas; pesquisas acadêmicas (teses e dissertações) e entrevistas de material primário e secundário. Foram feitas duas entrevistas presenciais, com Luís Nassif, em 2011; e com Altamiro Borges, em 2014. As entrevistas seguiram um roteiro de perguntas abertas, foram gravadas e posteriormente transcritas. Durante esse período, também acompanhamos encontros realizados pelos blogueiros, e participamos do *IV Encontro Nacional de Blogueiros e Ativistas Digitais*, realizado em maio de 2014, em São Paulo, onde conversamos com os blogueiros Conceição Oliveira, Renato Rovai e o ativista Pablo Capilé, entre outros. Em setembro do mesmo ano, estivemos no XXXVII Congresso Intercom, em Foz de Iguaçu, onde assistimos à apresentação do trabalho de Renato Rovai (que é doutorando da UFABC), e trocamos algumas informações com o blogueiro.

Consideramos que tais informações são suficientes para visualizarmos o atual estado da arte da *blogosfera jornalística* brasileira.

A análise das entrevistas será feita a partir dos conceitos enunciados no capítulo teórico, principalmente no que se refere à linguagem, ao trabalho e à teoria do valor trabalho (Marx), além da ergologia. Pretendemos buscar o lugar a partir do qual os jornalistas estão falando, de onde enunciam o seu discurso. Ao falar de seu percurso pessoal e profissional, de suas relações com a profissão e com os blogs, eles nos ajudarão a revelar nas suas falas as marcas ideológicas e como estão historicamente situadas, o que nos permitirá revelar as condições de produção do discurso. Desse modo, poderemos comparar experiências e chegar a conclusões e afirmações sobre os desafios que estes profissionais enfrentam.

Como ponto de partida, retomaremos a categorização feita no capítulo anterior, entre jornalistas dependentes e independentes:

DEPENDENTES (De empresas/veículos de Comunicação)	BLOGS LIGADOS A PORTAIS DE EMPRESAS DE COMUNICAÇÃO		
	CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
	Portal UOL	Josias de Souza	Blog do Josias de Souza
	Portal UOL	Juca Kfouri	Blog do Juca Kfouri
	Portal UOL	Leonardo Sakamoto	Blog do Sakamoto
	Portal VEJA	Reinaldo Azevedo	Blog Reinaldo Azevedo
	Portal R 7	Ricardo Kotscho	Balaio do Kotscho
	Portal O Globo	Ricardo Noblat	Blog do Noblat
INDEPENDENTES (De empresas/veículos de Comunicação)	BLOGS LIGADOS A PORTAIS INDEPENDENTES		
	CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
	Portal Fórum	Conceição Oliveira	Maria Frô
	Portal Fórum	Renato Rovai	Blog do Rovai
	Portal Fórum	Rodrigo Vianna	O Escrevinhador
	Portal GGN	Luís Nassif	Luís Nassif Online
	Portal Viomundo	Luiz Carlos Azenha	Viomundo
	Portal Conversa Afiada	Paulo Henrique Amorim	Conversa Afiada

	BLOGS SEM PORTAIS		
	CARACTERÍSTICAS	NOMES	BLOGS
	Sem portal	Altamiro Borges	Blog do Miro
	Sem portal	Altino Machado	Blog do Altino (Acre)
	Sem portal	Miguel do Rosário	O Cafezinho

Tabela 4: Categorização de jornalistas blogueiros (Cláudia Nonato)

Os quinze jornalistas blogueiros selecionados foram divididos em dois grupos, baseados **apenas** em sua relação com os portais e/ou empresas de comunicação: dependentes (A) e independentes (B), sendo que este último grupo possui uma subdivisão, entre blogueiros ligados a portais independentes e aqueles sem vínculo com portais. A partir dessa divisão, faremos dois procedimentos: primeiro, uma análise geral do perfil dos blogueiros, detalhando seus meios de produção e de subsistência. O segundo procedimento se fará apenas a partir da fala do grupo de jornalistas blogueiros independentes (B), do qual desvendaremos as redes de conexão e a formação de uma mídia contra hegemônica; o enfrentamento às tentativas de controle e censura e, por último, os arranjos econômicos alternativos utilizados por eles.

4.1. Jornalistas blogueiros, alternativos e ativistas

De modo geral, os quinze selecionados são profissionais maduros; têm entre 37 anos (Leonardo Sakamoto) e 72 anos (Paulo Henrique Amorim) e uma carreira já consolidada no jornalismo, o que comprova a hipótese de que reputação, popularidade, credibilidade e visibilidade são valores fundamentais (Recuero, 2009; Dantas, 2014b) para a consolidação profissional na sociedade em rede. A historiadora Conceição Oliveira e o jornalista Altamiro Borges não trazem em seu currículo um histórico dentro da carreira de jornalismo, mas mantêm uma reputação como ativistas políticos e/ou ligados a movimentos sociais, o que os incluiria nesse perfil de profissionais de comunicação com carreiras sólidas. No sentido ergológico, todos trazem saberes constituídos (de formação acadêmica) e investidos (experiência adquirida ao longo do tempo) da profissão. São “jornalistas que carregam certo capital social para a blogosfera

e se valem dele para demarcar um território de centralidade em meio às relações estabelecidas com os demais agentes” (Magalhães e Albuquerque, 2014, p.9).

Em relação ao gênero, há apenas uma representante do sexo feminino (Conceição Oliveira) no grupo selecionado, fato que demonstra a pequena representatividade das mulheres na blogosfera. Além de Conceição Oliveira, a *Maria Frô*, Conceição Lemes, que hoje publica no blog *Viomundo* e Cynara Meneses, que mantém o blog *Socialista Morena* no portal CartaCapital, são raros os exemplos de mulheres que fogem dos estereótipos, não publicando artigos sobre moda, beleza e comportamento, por exemplo, e ingressam no jornalismo, sobretudo o político. Segundo dados disponibilizados pela CEPAL (Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe), que realizou em 2013 a XII Conferência Regional Sobre a Mulher da América Latina, apenas 25% da blogosfera que escreve na língua espanhola é representado por internautas do sexo feminino. Segundo Marita Seara Fernández, membro do coletivo *Mulheres Construindo*⁶⁴, isso ocorre porque as mulheres latinas trabalham em média duas ou três horas diárias a mais que os homens, têm uma dupla jornada de trabalho e menos tempo disponível para dedicarem-se às novas tecnologias. Acreditamos que esses dados se aplicam a todas as mulheres. Aqui no Brasil, basta verificar, por exemplo, os blogs hospedados no portal UOL; dos 105 blogs, apenas 14 são assinados por mulheres, ou seja, pouco mais de 10% do total.

Geograficamente, a maioria dos blogueiros selecionados está situada em São Paulo, região que mantém 30% dos jornalistas brasileiros. O jornalista Altino Machado, do Acre, foi selecionado por ser, reconhecidamente por outros jornalistas, como um dos legítimos representantes, ao lado de Lúcio Flávio Pinto, do Pará, de uma região que é pouco ou nada divulgada pela grande mídia. Ou, nas palavras de um leitor, "não fosse o seu blog, no Acre só restariam silêncios e manchetes de um mundo que não é o nosso"⁶⁵. Além de Altino, o jornalista Ricardo Noblat está situado em Brasília, e Miguel do Rosário no Rio de Janeiro.

⁶⁴ <http://mujeresconstruyendo.com/>

⁶⁵ Disponível no blog <http://www.altinomachado.com.br/>

4.1.1. Por que ter um blog?

A motivação dos jornalistas para criarem o próprio blog é bastante variada. As falas mais recorrentes foram que o blog foi adotado por indicação de pessoas mais jovens; por fazerem questão de estarem atualizados tecnologicamente; e ainda pela possibilidade de gerar uma informação diferenciada daquela publicada na grande mídia. Guazina (2013, p. 11) afirma que, para esses jornalistas, “o blog foi uma forma de conciliar com mais liberdade o exercício da profissão jornalística com a percepção sobre o mundo social, a política e o próprio jornalismo”.

O blog nasceu, na verdade, mais por uma preocupação tecnológica minha. Eu sempre tive, como jornalista, desde o comecinho, uma angustia que me perseguia, que era a necessidade de nunca me deixar atrasar tecnologicamente. Eu sempre quis estar na tecnologia da frente. Eu me lembro que ficava angustiado porque nunca tinha feito televisão. Depois, fiquei angustiado porque não tinha feito internet. Eu não pretendia fazer um blog necessariamente político, um blog necessariamente afiado. Eu sempre acreditei que ser jornalista é ser repórter. Ser jornalista é dar informações originais ou mostrar acontecimentos de um ângulo original. Sempre em busca de oferecer informação, porque numa sociedade democrática a informação é um bem precioso. Você permite que as pessoas com mais informação decidam melhor. Seja como eleitor, seja como pai, seja como membro de uma comunidade, seja como empreendedor, seja como consumidor, etc. (Paulo Henrique Amorim, 2012⁶⁶)

Em 2008, eu estava em Fernando de Noronha comemorando meu aniversário de 60 anos, quando recebi uma ligação de Caio Túlio Costa, diretor do IG, me convidando para trabalhar no portal. Foi um belo presente, pois ali comecei o que chamo de minha segunda vida profissional, quer dizer, virei blogueiro na internet” (Ricardo Kotscho, in Bianchi e Borges, 2014)

São depoimentos de dois veteranos que demonstram que, embora as pesquisas apontem que o mercado de trabalho é restrito a pessoas com mais de quarenta anos, eles não se deixaram abater; Paulo Henrique Amorim, aos 72 anos, está sempre à frente do seu tempo, procurando acompanhar as mudanças tecnológicas e sociais. É um legítimo *migrante da comunicação*. O seu blog, *Conversa Afiada*, é talvez o menos tradicional do grupo selecionado, apresentando um visual repleto de fotografias, letras garrafais, charges, além de um atraente kit de mídia para venda de anúncios. É também, o mais polêmico e processado da blogosfera, como veremos adiante. Ricardo

⁶⁶ Disponível em <http://cloacanews.blogspot.com.br/2012/02/entrevista-com-paulo-henrique-amorim.html> Acesso em 10/01/2015

Kotscho, 66 anos, de personalidade mais tranquila que a de Amorim, talvez tenha pensado, naquela época, em aposentar-se precocemente. Mas encontrou a sua “segunda vida profissional” no jornalismo, agora como blogueiro.

Sentia falta de produzir, com mais frequência, conteúdo, tanto narrativo quanto analítico, sobre violações aos direitos humanos – área pela qual sou apaixonado. Devido à atuação na Repórter Brasil, eu não produzia como antes, não ia tanto à rua e ao campo ouvir as pessoas. O blog tornou possível que me dedicasse à reportagem. (Leonardo Sakamoto, 2014)

O enunciado acima remete a um jornalista blogueiro de uma geração mais jovem, em que as novas tecnologias e rede sociais já fazem parte do seu cotidiano. Mas, ao participar das rotinas e atividades simultâneas do dia a dia, o jornalista se ressentido de falta de tempo para a prática da boa reportagem. É o momento em que o *corpo-si*, ou sujeito, se defronta com a batalha da sua atividade; *é a dramática do uso de si pelos outros* (Schwartz et Durrive, 2004) do jornalista. Daí, surge a sua principal motivação para ter um blog, umas das “brechas” encontradas por Sakamoto para a realização da sua vontade, situação que também está presente na fala de Luís Nassif:

Em 2005, com o famoso pacto entre os jornais, que visavam atuar politicamente, e daí acabou a diversidade dos jornais (...) Então você tinha três tipos de colunistas, aqueles que se enquadram em qualquer circunstância, aqueles que não se enquadram e conseguem flutuar até os tempos bichudos passarem, e os que trombam. E quando eles (os jornais) fizeram esse pacto não imaginavam que havia uma alternativa aí que era a blogosfera. Eu já tenho a minha empresa há tempos, saí da Folha em 2007 e abri nas mesmas circunstâncias(...) Eu não tenho muita vocação para empresário não, mas era a única maneira de manter a independência. (Luís Nassif, 2011)

Ao referir-se a colunistas como “aqueles” em seu enunciando, Nassif se exclui; deixa claro que não se afinava com nenhum dos três tipos citados, e que precisava encontrar uma brecha, uma saída alternativa. E, embora ele também seja agora um empresário, se distancia dos jornais, colocando-os como “eles”. O jornalista refere-se a uma época em que foi criada a maioria dos blogs selecionados, a partir de meados dos anos de 2000, acompanhando um processo de proliferação do meio que já vinha ocorrendo nos Estados Unidos. Os jornalistas brasileiros, principalmente aqueles ligados à política, passaram a dedicar mais tempo e empenho em suas publicações e também a conquistar mais leitores a partir de 2005, época do surgimento das primeiras denúncias do “mensalão”, além do início da campanha eleitoral para a presidência da república, em 2006 (Darbilly, 2014). Houve, nessa época, uma clara polarização política da

imprensa, e Nassif encontrou a sua independência no blog. Segundo Sergio Amadeu da Silveira (2007, p. 180), os blogs se tornaram importantes nessa época porque foram utilizados como munição de campanha contra a maioria dos veículos da grande imprensa e das notícias de TV, que “optaram, ora sutil, ora claramente, por uma postura favorável à candidatura oposicionista, e tiveram sua cobertura e suas edições filtradas e muitas vezes combatidas por diversos blogueiros”. A partir daí ocorre, segundo Guazina (2013, p. 11), uma maior participação política desses profissionais, principalmente entre aqueles que não se alinhavam com o posicionamento dos grandes grupos de comunicação do qual faziam parte. Para ela, “o blog foi uma forma de conciliar com mais liberdade o exercício da profissão jornalística com a percepção sobre o mundo social, a política e o próprio jornalismo”, completa.

4.1.2. Como trabalham os blogueiros

A sociedade em rede proporcionou a facilidade de trabalhar de qualquer lugar, desde que esteja conectado, e essa regra se aplica a esses profissionais. A maioria dos blogueiros mantém outras ocupações além do blog; observa-se, no entanto, que o local preferido para escrever e administrar as demandas do blog é na própria residência.

Eu escrevo de casa, na calma da minha casa; às vezes escrevo de madrugada, acompanhado de uma cachaça ou copo de uísque. (Miro Borges, 2014)

Miro demonstra claramente em sua fala que, para ele, o momento de escrever no blog, é um momento de prazer; ele escreve como se estivesse sentado em uma mesa de bar, degustando do seu aperitivo, sem ter a pressão de alguém ou do tempo para incomodar.

Durante a semana, de dia, eu tenho um repórter que me ajuda a liberar comentários, selecionar comentários e colocar para discussão. Mas isso me toma um tempo danado, porque eu chego em casa e lá tem 150, 200 comentários para liberar. E nos fins de semana...agora estamos montando uma estrutura mais racional, para sobrar tempo para outras coisas também. (Luís Nassif, 2011)

Temos uma dinâmica bastante rápida, devida a uma equipe de editores muito eficiente. Opero, na maioria das vezes, diretamente do meu aparelho celular, sempre em contato

permanente com os editores, trocando sugestões, até eu redigir ou redigirmos, a quatro mãos, as postagens diárias. (Paulo Henrique Amorim, apud Freitas, 2010)

Trabalhadores compulsivos, Luís Nassif e Paulo Henrique Amorim estão constantemente conectados; demonstram em seus enunciados que mantêm uma visão mais profissional do ato de *bloggar*; o primeiro, mantém uma empresa paralela ao blog, e utiliza um funcionário dessa empresa para auxiliá-lo; mas dedica-se também a escrever e selecionar comentários em casa, inclusive nos finais de semana. Ao dizer “isso me toma um tempo danado”, demonstra um certo desconforto em levar trabalho para casa. Ao mesmo tempo, planeja montar uma estrutura “para sobrar tempo para outras coisas também”, ou seja, mais trabalho. Paulo Henrique Amorim divide o blog *Conversa Afiada* com o cargo de apresentador de um programa semanal na TV Record; sua fala também é mais profissional, de um jornalista que tem recursos, vê o blog como um negócio, e se preocupou em montar uma equipe para auxiliá-lo nessa empreitada.

O que eu faço é tentar dividir meu tempo de militância, ativismo e luta pela sobrevivência com a manutenção do blog, o que prejudica a produção de textos próprios e até mesmo a reprodução comentada de outras fontes, já que falta tempo para sentar, ler, escrever. (Conceição Oliveira, 2014)

Sou repórter, faço mestrado, tenho família e uma série de compromissos pessoais, o que me impede de ter o grau de atualização que gostaria no blog. (Rodrigo Vianna, 2014)

A representante feminina do grupo demonstra dificuldade em “dividir seu tempo”, inclusive com “a luta pela sobrevivência”. Além do blog *Maria Frô*, Conceição Oliveira escreve uma coluna sobre saúde no blog *Viomundo*; é mãe, professora de história, ativista, além de promover e participar de encontros em movimentos sociais e sindicatos. Está constantemente escrevendo também nas redes sociais, mas ressenete-se da falta de tempo para a produção de textos próprios. Conceição não tem emprego fixo, carteira de trabalho assinada. Mas tem as mesmas reclamações de Rodrigo Vianna, que é repórter na TV Record, mantém o blog “O Escrevinhador” e também não o atualiza como gostaria. Ou seja, é muito mais difícil manter essas tarefas todas para quem não é um “grande nome” do jornalismo, o que ajuda a trazer, além de um bom contrato com portais, grandes anunciantes.

Gostaria de fazer mais reportagens, mas as pernas já não ajudam. Sim, repórteres dependem muito das pernas para chegar aos lugares onde as coisas estão acontecendo. (Ricardo Kotscho, 2014)

O enunciado de Ricardo Kotscho, 66 anos, é de um profissional que, embora seja um migrante da comunicação, pois está escrevendo para um novo meio digital e aprendendo novos saberes, é fiel ao *ethos* do jornalista, aquele que traz consigo os valores da profissão e produz grandes reportagens. Para ele, repórteres não têm que ficar no escritório, e sim ir para a rua, “onde as coisas estão acontecendo”. Tal afirmação vai de encontro à realidade das redações, onde os jornalistas fazem entrevistas por telefone ou por e-mail, não checam as notícias, ou simplesmente reproduzem os releases enviados pelas assessorias de imprensa (dados baseados na pesquisa A mudança no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: Atlas, 2013).

4.1.3. O critério da notícia

Valores como a objetividade, a independência e a verdade do jornalismo foram estabelecidos, segundo Nelson Traquina, a partir da profissionalização (séculos XIX e XX) e da implantação de “normas que constroem os contornos de representações profissionais bem definidas do “bom” ou “mau” jornalista” (2012, p. 204). Ao observar o trabalho dos jornalistas blogueiros, verificamos que estes profissionais levam para o blog os mesmos valores apreendidos ao longo da carreira nos veículos tradicionais, mantendo o seu *ethos*, e até mesmo estabelecendo uma rotina de trabalho semelhante à que mantinham nas redações.

Então, quer dizer, a escolha que eu faço daqueles assuntos é muito o que eu, se estivesse numa redação de jornal, escolheria. Não vejo nenhuma diferença entre o que eu escolho ou o que eu escolheria, se estivesse trabalhando num jornal(...) Meu critério pessoal, do que eu acho, como jornalista, que pode interessar aos leitores do blog. (Ricardo Noblat, 2010)

(Seleciono) primeiro o critério jornalístico, ou seja, o que é notícia, o que não é notícia. E, segundo, o meu fígado (risos), a minha taxa de indignação. (Paulo Henrique Amorim, 2010)

Os valores-notícia são um aspecto fundamental da cultura profissional (Traquina, 2013). Ao afirmar diversas vezes que “eu faço” “o que eu escolheria”, “do que eu acho”, Noblat posiciona-se com a segurança de quem domina o conceito de

*noticiabilidade*⁶⁷; de quem toma as decisões e responde por elas, sem titubear, como fazia quando era editor de jornal. Paulo Henrique Amorim, no segundo enunciado, demonstra a mesma segurança; também traz como marca em suas falas sempre alguma crítica, além de manter um humor ácido, que carrega, inclusive, para os seus textos.

4.1.4. A equipe e o tempo dedicado ao blog

O trabalho do blogueiro é, quase sempre, solitário. Entre os jornalistas do grupo A (Dependentes), apenas Ricardo Noblat dispõe de um colaborador, que o auxilia no controle dos comentários dos leitores. Entre os jornalistas do grupo B (Independentes), Renato Rovai tem o seu próprio blog, mas ainda conta com apoio da equipe da revista Fórum, do mesmo portal; Luís Nassif também dispõe de um ajudante para os comentários do blog e da equipe de sua empresa; Luiz Carlos Azenha tem dois colaboradores para auxiliá-lo na administração do Viomundo; e Paulo Henrique Amorim tem uma equipe (“pequena e aguerrida”, segundo ele) de quatro pessoas, sendo uma diretora executiva e uma administrativa e dois editores. Os demais escrevem e administram seus blogs sozinhos. É importante destacar que quase todos aceitam colaboração de outros colegas, desde que, claro, estejam alinhados à linha editorial do blog.

É um colaborador remunerado e tudo. Era um leitor do blog que, como era muito aplicado, um dia eu o convidei. Nem o conhecia. Aliás só conheci um dia desses. Há dois anos que ele trabalha comigo, fui conhecer um dia desses. Nunca tinha visto a cara dele na minha vida. Ele mora no Rio (...). Ele dá mais tempo para o blog que eu. É um fanático pelo blog (risos). (Ricardo Noblat, 2010)

Noblat escreve o blog sozinho, mas sentiu necessidade de ter alguém para auxiliá-lo a controlar os comentários dos leitores. Encontrou esse colaborador entre os próprios leitores e, embora afirme remunerá-lo e tê-lo visto pessoalmente apenas uma vez, demonstra ter extrema confiança no trabalho dele, feito à distância, do Rio de Janeiro.

⁶⁷ “Conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia”. (Traquina, 2013, p.61)

Você tem limites que você se impõe, que são limites ligados ao estilo do jornalismo, de não baixar nível, de não recorrer à teorias conspiratórias, mas o blog sou eu e eu. (Luís Nassif, 2011)

Ao afirmar que “o blog sou eu e eu”, Nassif deixa claro que, embora ele tenha uma equipe para apoiá-lo, as decisões tomadas (e também as consequências) cabem, exclusivamente, a ele, que dá o nome e também a sua experiência e valores para o blog.

Eu dedico umas duas a três horas para o blog. É que eu escrevo algumas coisas, mas reproduzo muito. Com o tempo, a experiência vai ajudando, porque hoje passei a identificar um raio de ação que eu tenho similaridade de opiniões, proximidade, mesmo tendo muita discordância. (Miro Borges, 2014)

O tempo dedicado ao blog precisa ser conciliado com as demais tarefas do dia a dia: o outro emprego, os compromissos domésticos e familiares. O fato de poder publicar de qualquer lugar, desde que esteja conectado, faz com que os jornalistas acabem confundindo o tempo de trabalho com tempo de lazer. Para Moreira (2009), a flexibilização e a intensificação do tempo de trabalho, ocorridas principalmente a partir dos anos 1990, trouxe, também uma flexibilização com os tempos de não trabalho, ou seja, o tempo fora dos locais de trabalho. Tal fato leva, segundo autora, a algumas discussões a respeito do tempo livre. Trabalhar em casa, mesmo que fazendo o que se gosta, é lazer? E cuidar das tarefas domésticas nos momentos fora do tempo de trabalho? Ao considerar o trabalho como atividade humana, podemos afirmar que, mesmo que seja feito fora dos ambientes e horários normais, com ou sem satisfação, sozinho ou em grupo, é sempre trabalho.

Bom, primeiro é preciso esclarecer duas coisas, principalmente para os leitores desse blog que não são jornalistas: é possível, sim, separar a vida pessoal da profissional; e, claro, dá para ter duas contas no Twitter. Essa história de que jornalista tem que ser jornalista 24 horas é a base do sistema de exploração trabalhista que obriga repórteres, em todo o Brasil, a trabalhar sem hora extra, ser incomodado nas férias e interrompido nos fins de semana, como se fossem cirurgiões de guerra. Também é responsável, na outra ponta, por estimular jornalistas que se tornam escravos de si mesmo, ao ponto de, mesmo em festas de crianças e batizados de bonecas, passarem todo tempo molestando alguma fonte infeliz que calhou de frequentar o mesmo espaço. (Leandro Fortes, 2011)

O enunciado de Leandro Fortes (que não está na relação de blogueiros selecionados porque deixou de escrever no seu próprio blog, *Brasília, eu vi*, em 2012) demonstra a segurança de um jornalista que entende profundamente a lógica produtiva

das empresas capitalistas que aniquila a profissão. Para ele, o jornalista deve sim, separar a hora do trabalho da hora de lazer.

4.1.5. A relação com os leitores

O jornalista que veio do impresso nunca precisou ter um contato direto com o seu leitor. No máximo, era possível nas antigas redações receber uma visita ou mesmo uma carta, tempos depois da publicação, que poderia ser reproduzida ou não no espaço destinado para isso. Hoje a relação é direta e instantânea. Os leitores estão conectados e dispostos a participar do dia a dia dos noticiários, principalmente nos blogs. Elogiam, dão sugestões, mas também criticam e até ofendem os jornalistas blogueiros. A sociedade em rede trouxe o melhor mas também o pior lado da comunicação direta. Os jornalistas blogueiros precisaram criar novas prescrições aprender a lidar com essa mudança, que foi bastante impactante para o profissional.

Na maioria dos blogs de política – talvez não só de política, mas na maioria desses blogs mais conhecidos, que estão nos grandes portais, nenhum comentário entra sem que o próprio blogueiro, ou alguém designado por ele, leia esses comentários, aprove e ponha lá (...). No meu entra direto. Sempre foi, desde o primeiro dia. O que acontece em seguida – e isso só foi inventado de dois anos pra cá, porque uns hackers lá entraram, invadiram e detonaram o blog. Eu criei uma série de regras, que estão publicadas lá no blog: olha, você não pode botar uma mensagem aqui que caracterize calúnia, infâmia, injúria, porque quem vai responder por isso sou eu. Não escreve em caixa alta, porque fica uma coisa muito gritada. Não repete mensagem, o mesmo post, o mesmo comentário, na mesma nota. Porque às vezes as pessoas ficam repetindo não sei quantas vezes. São basicamente essas as regras. (Ricardo Noblat, 2010)

Ricardo Noblat demonstra neste enunciado certo orgulho por não filtrar comentários. Ele, que foi um dos pioneiros da blogosfera, aprendeu a lidar com os leitores a partir de tentativas de erros e acertos: impôs regras, cortou comentários, até concluir que era melhor colocar um mediador para cumprir esse papel. É interessante porque alguns jornalistas buscaram os blogs para ter mais independência, autonomia e liberdade de expressão. Mas foram, de certo modo, obrigados a controlar os comentários dos leitores, como explica Miro Borges:

Eu controlo os comentários, porque vem besteira de tudo que é lado, vem coisa machista, homofóbica. Eu não publico; ainda tem gente que brinca, tem muito

comentário de direita, de muita raiva, xingamento, e aí eu me divirto porque o cara fala “eu duvido você publicar”. Eu não tenho dúvida nenhuma e deletei o cara. (Miro Borges, 2014)

Tem ameaça, tem o tipo muito bravinho, tem o xinga-zinga. (Miro Borges, 2014)

Os dois enunciados demonstram que, nas redes sociais, o público leitor se sente mais à vontade para dar opiniões, e também para liberar o seu lado mais crítico. O interessante é que, na maioria dos casos, é preciso que o comentador se identifique. Ou seja, as pessoas falam o que pensam e não têm medo de ser identificadas. Embora o jornalista afirme que se diverte, demonstra em sua fala certo incômodo com a situação.

Aí eu tenho um moderador que lê, depois que o comentário foi pro ar. E o cara está dizendo ali “Lula é ladrão!”, não pode, porque quem vai responder na Justiça sou eu. Ou o cara está repetindo a mensagem não sei quantas vezes, ele corta, deixa uma mensagem só. Então você tem uma moderação ‘a posteriori’ disso. (Ricardo Noblat, 2010)

Os comentários de leitores também são passíveis de processos judiciais, o que acarreta preocupação para os blogueiros. O *Blog do Noblat* está hospedado no portal *Globo*, tem um contrato com a empresa de comunicação, mas, caso alguém se sinta ofendido por algum comentário de leitor, processará o blogueiro e não a empresa que hospeda o blog. Por isso, cabe aqui, também, a sua preocupação com o controle dos comentários. Vale notar que, embora a responsabilidade do blog seja de Noblat, seus textos estão alinhados ao pensamento da Rede Globo, ou seja, da mídia hegemônica. E por esse motivo, talvez, não há processos judiciais contra ele.

Evidentemente que todo comentário em blog pressupõe uma censura prévia. Você tem pessoas mal intencionadas, racistas, pedófilos. Pessoas que defendem pleitos óbvios. Que entram no blog repetidas vezes com o objetivo de “dar pau” no blog. Isso aconteceu comigo na versão anterior. Então você tem que fazer uma seleção prévia. Todo mundo faz isso. Uma moderação. Na medida do possível, você deixa fazer com que estes comentários sejam os mais ecléticos e os mais plurais possíveis, mas sempre existe uma... Quem entra no meu blog, em geral, é para concordar comigo. Quem gosta da Miriam Leitão não vai no meu blog (risos). (Paulo Henrique Amorim, 2010)

Paulo Henrique Amorim vai direto ao ponto e fala em censura prévia, como a que era imposta na época da ditadura militar no Brasil. Depois ameniza a fala, mudando para “moderação”. Embora ele afirme, bem-humorado, que “quem entra no meu blog, em geral, é para concordar comigo”, não é o que ocorre. Amorim, como já foi dito

anteriormente, é recordista em processos judiciais na blogosfera. Ou seja, quem não concorda com ele, lê o blog. E o processa.

Você tem alguns leitores agressivos(...). Você tem alguns leitores fiéis, que colaboram e tudo, mas que se sentem, às vezes, donos do pedaço. Então, começam a agredir outros leitores. É um ponto que você tem que colocar (...). Você tem alguns casos de leitores que entram para atazanar. Eles tentam te monopolizar, te questionando. Questionam uma vez, questionam duas, questionam três, questionam quatro. Esse aí é o pior tipo, é o que dá mais trabalho. São questionamentos, em geral, educados, mas...quando é o agressivo você já corta. (Luís Nassif, 2010)

Eu nunca quis fazer um site e um blog de militância, eu quis fazer um blog jornalístico, que você possa dar uma palavra para os “sem mídia”, o que é fundamental, mas não ser militante. Então eu optei desde o começo por dar muita voz aos leitores – pode ver, muitos dos posts aí são os leitores que levantam – diversidade – o ano passado ficou um pouco prejudicado porque teve eleição e prejudicou muito – mas eu quero é que venha um cara de direita racional, que coloque bons argumentos, que venha um da esquerda e coloque bons argumentos. (Luís Nassif, 2011)

O meu blog, em outubro (2012) deu uma média de cem mil visitas diárias. Isso aí é coisa de gente grande! Público homogêneo, formador de opinião. Você pode ter os ‘trolls’⁶⁸ e tudo, mas quem forma opinião na internet é o público de blogs. Seja à direita, seja à esquerda, é o público mais relevante em termos de formação de opinião. (Luís Nassif, 2014)

Luís Nassif é um dos blogueiros que mais se dedicam aos leitores; encontrou um modo de administra-los: para comentar os textos, é preciso preencher um cadastro detalhado, que será previamente avaliado e só então autorizado para tanto. Esse cuidado do jornalista faz com que tenha acesso aos dados dos leitores, caso tenha algum problema mais sério; mas isso não o livra de críticas, comentários agressivos e até mesmo perseguições, como já contou. No segundo enunciado, Nassif faz questão de ressaltar a diversidade dos seus leitores; para ele, todas as posições são bem-vindas, desde que sejam colocadas de forma respeitosa. Para manter essa proximidade, ele mantém encontros periódicos em bares e restaurantes com grupos de leitores, que se

⁶⁸ Na gíria da internet, *troll* caracteriza uma pessoa cuja intenção é provocar emocionalmente os membros de uma comunidade através de mensagens controversas ou irrelevantes. Com isso, ele consegue interromper uma discussão sadia e causa conflitos entre os participantes, fazendo com que o objetivo principal do tópico saia de foco. O *troll* atua em lugares onde existe uma grande concentração de pessoas envolvidas em algum debate potencialmente polêmico. Eles agem em comunidades de redes sociais, listas de discussão, fóruns, blogs, chats e até em jogos online.

Fonte: Site Tecmundo: <http://www.tecmundo.com.br/msn-messenger/1730-o-que-e-troll-.htm>

mantêm fiéis ao estilo do jornalista. O terceiro enunciado demonstra, mais uma vez, a importância que o blogueiro dá ao seu público, considerado por ele “formador de opinião”.

O Twitter é mais para impulsionar o blog; é uma ferramenta impressionante, eu hoje estou com 33 mil seguidores, é razoável, e isso permite que uma matéria que eu fiz, ou uma matéria que eu achei interessante de amplificar. Ao “tuitar”, a notícia rapidamente se espalha, aí você tem os medidores, a internet é muito cálculo, e “tuitar” é automático, porque eu percebo no medidor, enquanto eu não “tuitei” está com tanto de leitura, e a partir do momento que eu “tuitei” triplica, quadriplica (...). Eu uso o Twitter para “linkar” e não para escrever coisas. E não entro em provocação, no Twitter tem muita provocação. (Miro Borges, 2014)

Ao citar por diversas vezes os verbos “tuitar” e “linkar” em seu enunciado, o blogueiro demonstra estar totalmente adaptado à linguagem e aos métodos produtivos da sociedade em rede. Todos os blogueiros selecionados se apropriam das redes sociais, principalmente do *Twitter* e do *Facebook*, para impulsionar a leitura dos seus blogs. Ao afirmar que “hoje estou com 33 mil seguidores”, Miro demonstra estar acompanhando sempre o número de pessoas que estão no seu *Twitter*. Ou seja, por meio dessas redes, eles conseguem dimensionar a quantidade de pessoas que os seguem e admiram o seu trabalho; estes que são, na verdade, o seu capital social, a sua “mais valia 2.0”. (Marcos Dantas, 2014).

4.1.6. A liberdade proporcionada pelo blog

No capítulo anterior, demonstramos que a chegada da internet trouxe um sonho de democratização da informação (Ramonet, 2013), e que uma das principais características da blogosfera é o seu espaço de liberdade de expressão e de opinião (Rodrigues, 2006). Os enunciados a seguir confirmam uma das nossas hipóteses, a de que os jornalistas buscam o novo meio procurando encontrar a autonomia e a independência que não encontraram nos meios tradicionais de comunicação.

No jornalismo convencional nunca me senti livre. O jornalismo convencional é um jornalismo comercial. E quem disser que é livre mente. Não existe isso. Você é livre se você pensar como o patrão. No Brasil funciona assim: você tem toda a liberdade de

pensar como o seu patrão pensa. Na internet sim (...). Eu acho que, felizmente, a imprensa é tão medíocre que permitiu esse espaço de autonomia, espaço de liberdade (os blogs). (Paulo Henrique Amorim, 2010)

Paulo Henrique Amorim fala com segurança de um lugar privilegiado; de um profissional que passou por todas as grandes empresas de comunicação e entende profundamente da lógica política e econômica que rege o poder do jornalismo: “você é livre se você pensar como o patrão”, afirma. Ou seja, se você se rende à lógica capitalista do lucro. Para o autor, os blogs só são considerados uma alternativa, por conta do controle das grandes empresas. Segundo sua lógica, se não existisse essa manipulação, esse controle, não haveria motivos para buscar outros meios independentes.

No blog eu até agora não tenho absolutamente do que me queixar. Tanto no contrato que eu fiz originalmente com o IG, depois de um tempo, como depois no Estadão, quando o blog foi pro Estadão, e no Globo. Faz parte do contrato que o conteúdo é responsabilidade minha, para o bem ou para o mal. Por exemplo, se eu sou processado, sou eu quem tenho que me defender. Não é o portal que me defende. Eu estou sendo processado pelo Renan (Calheiros). Isso sai do meu bolso. O Globo não tem nada a ver com isso. Em compensação, eu não consulto ninguém sobre o que eu publico ali dentro. E até hoje, pelo menos, nem no Estadão, nem antes, no IG, nem agora no Globo, não tive nenhum problema, até agora. Espero não ter. (Ricardo Noblat, 2010)

O blogueiro retoma o assunto, afirmando não ter do que se queixar em relação ao seu vínculo com o portal O Globo. Seu posicionamento reforça o enunciado anterior, de Paulo Henrique Amorim. Noblat pensa como o patrão, então ele é livre para escrever o que quiser. Está ideologicamente alinhado ao pensamento hegemônico da Rede Globo.

Não dizem que cada cabeça é uma sentença? Cada blogueiro é uma sentença né? É... Se você perguntar, se você fizer dez perguntas sobre temas polêmicos para dez blogueiros você vai ter dez respostas né? É... o que cada um pensa de forma diferente. Não tem muito o que une a blogosfera. O que acabou unificando a blogosfera foi uma defesa da liberdade de expressão. Eu quero me expressar! Liberdade de expressão no sentido profundo dela, não é liberdade de expressão de poucos. Eu quero me expressar, eu quero tuitar, eu quero tá na defesa da liberdade de expressão, a visão crítica sobre essa mídia tradicional é um terceiro ponto. A defesa dessa justiça social. (Altamiro Borges, in DARBILLY, 2014)

O enunciado de Miro Borges o coloca na posição de jornalista e blogueiro independente de vínculos. Ele ressalta com veemência, que o que espera da blogosfera,

não é um pensamento único, e sim a liberdade de expressar o pensamento que quiser. “Eu quero me expressar”, diz ele, está em primeiro lugar entre seus objetivos. Depois está a defesa dessa liberdade e a crítica à mídia tradicional.

4.1.7. Os meios de subsistência

A questão da subsistência é essencial para qualquer pessoa, mas o trabalho do jornalista blogueiro traz, a nosso ver, algumas peculiaridades. Para a teoria do valor trabalho, de Marx, apenas os jornalistas pertencentes ao grupo A são considerados *produtivos*. Esses jornalistas mantêm contrato ou são funcionários de portais de grandes corporações de comunicação e, nessa condição, vendem a sua força de trabalho, produzindo lucro para essas empresas. Os jornalistas do grupo B, sob essa perspectiva, são considerados *improdutivos*, porque produzem a informação, não a vendem e, portanto, não trazem lucro, para si e nem para os outros. Já os jornalistas do mesmo grupo, que sobrevivem da venda de anúncios ou de outros tipos de lucro, mas que são voltados exclusivamente para a subsistência do blog e do jornalista, também são considerados *improdutivos*. Diante dessa lógica, como eles fazem para sobreviver diante da força e do poder dos grandes meios de comunicação, e ainda produzir informação diferenciada de qualidade?

Sem dúvida é o grande obstáculo. O Viomundo é mantido exclusivamente com a contribuição dos leitores e mais o próprio dinheiro que eu coloco no blog (...). O blog é deficitário. Ele é financiado através de uma assinatura anual pelo valor de dez reais (Luz Carlos Azenha, 2014)

Temos dificuldades em nos capitalizarmos, pois o dinheiro não está solto para quem combate a elite e a grande mídia. Portanto, é um trabalho de formiguinha. (Paulo Henrique Amorim, 2014)

Todos os jornalistas do grupo A têm posição financeira privilegiada diante dos demais. Os blogs de Josias de Souza, Juca Kfoury e Leonardo Sakamoto estão ligados ao portal UOL. Sakamoto ainda é coordenador da ONG Repórter Brasil e representante na Comissão Nacional para a Erradicação do Trabalho Escravo. Reinaldo Azevedo é, há muitos anos, funcionário do grupo Abril e seu blog está ligado ao portal da revista VEJA; Ricardo Noblat está vinculado ao portal Globo, como já dissemos anteriormente, e Ricardo Kotscho manteve o *Balaio do Kotscho* independente até 2011, quando assinou um contrato de quatro anos com a TV Record para atuar como comentarista do Jornal

Record News e também hospedar o seu blog no portal da emissora, o R7. Além dos contratos e vínculos empregatícios com essas empresas, esses jornalistas ainda têm a possibilidade de lucrar com os anúncios nas suas páginas. São grandes universidades, bancos, empresas de cartões de crédito, de comércio eletrônico, cosméticos e perfumes importados, empresas aéreas e do ramo imobiliário. Desse modo, esses profissionais não têm problemas financeiros, nem para comentar.

Os dois jornalistas blogueiros do enunciado acima optaram por não ter os seus blogs ligados a portais de grandes corporações da mídia. Por isso, pertencem ao grupo B e consideram-se independentes. E, embora tenham outros empregos – Luiz Carlos Azenha é repórter e Paulo Henrique Amorim é apresentador, ambos na TV Record – eles se ressentem das dificuldades de manter um blog, seja com anunciantes ou com outros meios alternativos. Azenha, inclusive, não aceita o patrocínio de empresas ligadas ao governo, o que dificulta ainda mais o seu trabalho.

(...) sempre vivi de meu salário. Este site sempre foi mantido graças a meu próprio salário de jornalista-trabalhador (...). O objetivo do Viomundo sempre foi o de defender o interesse público e os movimentos sociais, sub-representados na mídia corporativa. Declaramos oficialmente: não recebemos patrocínio de governos ou empresas públicas ou estatais, ao contrário da Folha, de O Globo ou do Estadão. Nem do governo federal, nem de governos estaduais ou municipais. (Blog Viomundo, 29/03/2013)

Paulo Henrique Amorim tem uma postura menos radical para financiar o seu blog, mas não abre mão da independência editorial. Além de uma boa equipe, ele oferece um “mídia kit”, onde apresenta as possibilidades e valores para anunciar no *Conversa Afiada*⁶⁹. O kit possui quatorze páginas; traz um histórico do blog, um perfil detalhado de seus leitores, além de um texto justificando a importância de investir em Internet. Por fim, apresenta a variedade de anúncios possíveis, e os preços, que variam de oitenta reais a setenta mil reais.

⁶⁹ Disponível em <http://www.conversaafiada.com.br/como-anunciar/> Acesso em 16/01/2015

Imagem 19 - Reprodução Blog Conversa Afiada

Capa do Kit Mídia apresentado por Paulo Henrique Amorim no seu blog, o *Conversa Afiada*. Essa versão é de setembro de 2014. O jornalista é o único do grupo selecionado a oferecer esse kit especificamente para o blog. Luís Nassif oferece um kit mídia para o seu portal, o GGN.

Imagem 20 -Reprodução Blog Conversa Afiada

Nessa página do Mídia Kit, ele “vende” o blog como um produto; colocando número de acessos diários e mensais, além do tempo em que cada usuário permanece navegando no blog.

Imagem 21 - Reprodução blog Conversa Afiada

Esta página traz uma Indicação dos locais onde podem ser colocados anúncios na página do blog *Conversa Afiada*.

VALORES DE MÍDIA	
Home / Brasil / Política / Economia	CPM* (R\$)
1 Patrocínio**	R\$ 70 mil/Mês
2 Super Banner	R\$ 100
3 Arroba Banner	R\$ 80

* Custo por mil impressões de página
 ** Os dois espaços do canal (Super e Arroba banners)

Imagem 22-(Reprodução blog Conversa Afiada

Na página estão os preços dos anúncios, que variam de 80 reais (banner) e 70 mil reais (patrocínio mensal). Os valores são de setembro de 2014.

Embora seja um migrante da comunicação, um jornalista de origens da era romântica e engajada profissão, Amorim demonstra ser, ao lado de Luís Nassif, aquele que mais vê o blog como um negócio. Claro, a ideia de ter um meio alternativo e independente está presente nos seus atos e em suas falas, mas é possível notar também uma grande preocupação com a subsistência de seu veículo, considerado por ele como uma pequena empresa de comunicação.

Quando eu entrei nessa guerra contra Serra, essa loucura aí, todas as grandes empresas que me patrocinavam – o site, que já era antigo, e o blog – pularam fora, com receio (...). Eu tinha um convênio com a Caixa Econômica que era para ser renovado em outubro de 2009. Seguraram até junho de 2010. Por quê? Receio. (...) Porque quando é o Estado, o Executivo, o Judiciário, é poder contra poder. Quando entra o poder da mídia, ela individualiza o poder. O assassinato é individual. E o sujeito que está lá na ponta, se “pela” de medo. (Luís Nassif, 2014)

Quem entra nessa guerra, na linha de frente, só tem a perder. Porque primeiro vai ter um receio geral dos patrocinadores, e qualquer patrocínio que vier, vão imputar a essa guerra. É complicado. (Luís Nassif, 2014)

Os dois enunciados de Luís Nassif mostram as dificuldades encontradas pelos blogueiros para manter um posicionamento ideológico e político alinhado com os anunciantes. Uma das discussões entre blogueiros que se consideram independentes é se devem ou não aceitar anúncios publicitários do governo, seja municipal, estadual ou federal. Para alguns jornalistas, tais anúncios tirariam a autonomia e a independência mediante críticas e reportagens contrárias. Outros, como o próprio Nassif, não vêem problemas e fazem contratos milionários. Em compensação, estão sujeitos a cortes e atrasos, como o relatado no primeiro enunciado.

Esta é a principal dificuldade do blog. O mercado de publicidade ainda é preso a um sistema tradicional, o que dificulta obter publicidade privada e, como os governos trabalham apenas com agências tradicionais, também é difícil conseguir publicidade institucional. (Miguel do Rosário, 2014)

Ao narrar as dificuldades para manter o blog “O Cafezinho”, o jornalista Miguel do Rosário demonstra que os jornalistas menos famosos acarretam grandes dificuldades para manter os seus blogs, sem anúncios de empresas públicas e muito menos privadas. Leonardo Darbilly (2014, p. 251) corrobora dessa conclusão em sua

tese. Para ele, “os blogs dos jornalistas Paulo Henrique Amorim e Luís Nassif são alguns dos que mais atraem publicidade dessas organizações e que possuem um porte muito maior do que aquele de outros blogs situados no mesmo campo”, fato que “está relacionado em grande parte ao capital simbólico que eles acumularam em seus campos de origem”, completa. Quem não tem esse capital simbólico e não pertence à mídia tradicional, sustenta o blog com outros empregos, freelancers e até mesmo ajuda de amigos e simpatizantes.

Recusei muitas propostas para patrocinar o blog. É uma questão de sustentar princípios. Não acho que o problema dos oportunistas da blogosfera seja ideológico. Eu sempre vou falar disso citando Paulo Henrique Amorim, que para mim é o paradigma de picaretagem. A questão não é ideológica. O que eles encontraram nesse projeto de Franklin Martins e do José Dirceu de criar uma instância paralela na imprensa, a criação da blogosfera serve como artilharia de frente desses mercenários. (Fábio Pannunzio⁷⁰, 20/12/2012)

Fábio Pannunzio não está no grupo selecionado porque desistiu do seu blog, em 2012. Nota-se, pelo enunciado acima, que ele é uma voz dissonante na blogosfera jornalística, por considerar oportunismo o fato de aceitar patrocínio no blog, principalmente do governo federal.

4.2. Redes de conexão e partidarismo: a formação da mídia contra hegemônica

Mais de dez anos se passaram desde que os jornalistas adotaram os blogs como veículo de comunicação no Brasil. Vimos que, durante esse período, esses profissionais migraram para o novo meio e enfrentaram diversos obstáculos, como a adaptação às rotinas produtivas, às novas prescrições e também às formas de sobrevivência e de manutenção do blog. Se, conforme a afirmação de Raymond Williams (2005), os jornalistas têm os meios de produção, eles também têm os meios de comunicação. Mas quem tem os meios de comunicação também detém o poder? Nem sempre. Aos analisarmos o grupo selecionado pelo viés econômico, verificamos inicialmente que os jornalistas blogueiros que estão ligados aos portais de empresas de comunicação estão em situação privilegiada em relação ao demais. E justamente aqueles que querem fazer

⁷⁰ Entrevista ao Portal Imprensa. Disponível em <http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/55648/e+impraticavel+ser+jornalista+independente+no+brasil+sem+vender+a+alma+diz+pannunzio> Acesso em 05/10/2015

um jornalismo que se contraponha ao que é feito pelas empresas de comunicação não têm o apoio financeiro necessário para se manter. Esse problema é um dos reflexos da concentração de mídia⁷¹ que ocorre no Brasil.

A formação de grandes conglomerados ocorrida a partir da globalização (Moraes, 2004; Wu, 2012) e detalhada no primeiro capítulo, também ocorreu no Brasil desde o início do século XX, com a formação dos *Diários Associados*, de Assis Chateaubriand, e das *Organizações Globo*, da família Marinho, grupo que se consolidou com o apoio da Ditadura Militar e se mantém atuante e líder até os dias atuais. Hoje, além da Globo, dividem o controle da grande mídia no Brasil mais quatro grandes grupos: o *SBT*, da família Abravanel; o *Bandeirantes*, da família Saad; o grupo *Abril*, da família Civita; e o *Record*, pertencente a um grupo evangélico, ligado à Igreja Universal do Reino de Deus (IURD). Juntos, esses grupos mantêm o domínio de veículos de comunicação (emissoras de TV aberta e a cabo, rádios, jornais e revistas)⁷² no país. Venício A. de Lima (2001; p. 115) afirma que “sobrevivem no Brasil a velha estrutura da propriedade familiar, o renovado vínculo com as elites políticas locais e/ou regionais e a crescente presença das igrejas no setor das comunicações”. Para ele, “somos um país que nunca teve medidas legais eficazes que impedissem a propriedade cruzada e a concentração na mídia” (2006, p.112), fato que cria uma concentração econômica sem igual.

Diante dessas dificuldades, ocorre uma polarização entre os jornalistas blogueiros aqui selecionados: de um lado, estão aqueles ligados a grandes grupos de comunicação, considerados a mídia *hegemônica*. Do outro, estão os chamados blogueiros progressistas, considerados *contra hegemônicos*. Hegemonia aqui é entendida a partir do pensamento de Antonio Gramsci, que significa, em sua concepção, a relação de domínio de uma classe social sobre o conjunto da sociedade. Para o autor, “a consciência de ser parte de uma certa força hegemônica (isto é, a consciência política) é a primeira fase para uma ulterior e progressiva autoconsciência que, em teoria e prática finalmente se unificam” (1978, p.29). Ou seja, é preciso

⁷¹ Mídia aqui, segundo a definição do Venício A. de Lima (2006, p.52), “refere-se à indústria da cultura, isto é, às emissoras de rádio e de televisão (aberta e paga), aos jornais, às revistas e ao cinema, portadores do que se chama de comunicação de massa”. Incluímos aqui, diferentemente do autor, a Internet.

⁷² Fonte: pesquisa do Projeto “Donos da Mídia”. Disponível em <http://donosdamidia.com.br> Acesso em 09/11/2014.

conquistar a mente para se chegar ao poder; para ele, não se consegue a hegemonia na sociedade civil (entendida pelo autor como luta de classes) por meio de forças de instituições políticas, econômicas ou militares, mas sim por meio da ética e da política.

Denis de Moraes afirma que Gramsci “realça a importância dos meios de comunicação na formação das mentalidades e na definição das linhas de força do imaginário social”, porque coloca a imprensa como um “suporte ideológico do bloco hegemônico”, cuja função seria “manter, defender e desenvolver a frente teórica ou ideológica” (2013, p. 105). Para Moraes, enquanto aparelhos político-ideológicos elaboram, divulgam e unificam concepções de mundo, jornais e revistas cumprem a função de “organizar e difundir determinados tipos de cultura”. Gramsci coloca, na concepção do autor, o jornalismo, os jornalistas e a imprensa, como “agentes históricos essenciais no direcionamento da opinião pública, interferindo nos processos de conservação ou modificação das formas de hegemonia político-culturais” (idem).

John Downing (2004) afirma que Gramsci nunca utilizou os termos *contra hegemonia* e *contra hegemônico*. Tais termos foram adotados por escritores influenciados por seu pensamento, “como forma de categorizar as tentativas de contestar as estruturas ideológicas dominantes e suplantá-las com uma visão radical alternativa” (2004, p.48), modelo adotado por muitos meios de comunicação chamados por Downing de “radicais”. Para ele, a proliferação dessa mídia é vital, “tanto para ajudar a gerar essas alternativas no debate público como para limitar qualquer tendência da liderança oposicionista” (idem). Nesse sentido, a contra hegemonia seria “os projetos jornalísticos alternativos à expressão da diversidade informativa com práticas de resistência cultural” (Moraes, 2013, p. 106), principalmente aqueles que “rejeitam a mercantilização da informação e valorizam a “crítica sempre inquietantemente reveladora, em busca de liberdade, esclarecimento, mais ação, e com certeza não seus opostos”.

É nesse contexto de contra hegemonia que surgiu a partir da sociedade em rede uma nova mídia alternativa, formada por blogueiros e ativistas digitais, que “atuam na sociedade civil como organismos coletivos de natureza voluntária, relativamente autônomos em face do Estado em sentido estrito e gerados pela moderna luta de classes” (Coutinho, 2006, p. 34 a 37). Para Denis de Moraes, sua meta “é interferir nos embates contra hegemônicos, forjando espaços de manifestação ideológica que se

contraponha à lógica do capital” (2008, p. 45). Segundo o autor, esses meios alternativos apresentam cinco dimensões de comunicação contra hegemônica que merecem ser destacadas: a) a oposição ao neoliberalismo; b) a descentralização informativa; c) a difusão dos dados sem submissão às diretrizes da mídia; d) a interlocução e a interação baseadas em visões de mundo convergentes; e) o compartilhamento de textos materiais audiovisuais. Em nossa pesquisa, verificamos que os jornalistas do grupo B se enquadram nesse perfil. “Se os aparatos tecnológicos e a comunicação em rede estão sendo usados pelos movimentos organizados para tentar provocar mudanças sociopolíticas, é sinal de que se conjugam cada vez mais às práticas sociais, demonstrando sua relevância para a elaboração de sentido contra hegemônico” (Denis de Moraes, 2013, p. 138)

A mídia contra hegemônica blogueira começou a se formar no Brasil no início dos anos 2000, por conta das divergências políticas e ideológicas que esses jornalistas mantinham com a grande imprensa tradicional. Magalhães e Albuquerque (2014, p. 5) atribuem esse período a uma “partidarização explícita da cobertura jornalística”, em países cujos partidos de esquerda assumiram o poder, principalmente na América Latina (Brasil, Argentina, Bolívia, Chile, Equador, Uruguai e Venezuela, entre outros). Segundo os autores, principalmente na relação entre mídia e política, essa mudança perturbou a “natural relação de proximidade entre jornalismo e governo” e, no Brasil, a chegada do Partido dos Trabalhadores, em 2002, “levou ao poder um conjunto de agentes que, historicamente, ocuparam um papel marginal no cenário político, e cuja relação com a mídia tradicional foi atravessada por desconfianças recíprocas” (p.6). O auge dessas tensões, segundo os autores, foi o escândalo do “Mensalão”, em 2005, que “se tornou pauta permanente da imprensa desde então”.

Meu blog surge no contexto do escândalo em torno da Ação Penal 470, o mensalão, ao mesmo tempo em que blogs de figuras como Ricardo Noblat e Reinaldo Azevedo ganhavam força. No período, alguns artigos que publiquei foram lidos no Congresso, o que projetou e conferiu credibilidade ao trabalho. (Renato Rovai, 2014)

O enunciado de Rovai mostra o início da polaridade; ao referir-se a “figuras” como Ricardo Noblat, que trabalha para a *Rede Globo* e Reinaldo Azevedo, da *Veja*, o jornalista mostra uma clara diferença ideológico-partidária, que precisaria ser

contestada naquele momento por meio de um veículo alternativo. Era o início de uma disputa que culminaria na formação de um grupo contra hegemônico de blogueiros.

Apesar de esforços de movimentos sociais e sindicatos, ainda não temos um grande veículo que faça contraponto à imprensa convencional no Brasil. Os blogs e ativistas digitais é que cumprem esse papel. A direita também está na rede, mas a diferença é que a internet é um espaço no qual podemos oferecer outra narrativa sobre os fatos. É disso que se trata: uma disputa de narrativas sobre o Brasil. (Rodrigo Vianna, 2014)

Rodrigo Vianna criou o seu blog, *O Escrevinhador*, pouco tempo depois, também pensando em “disputa” com a imprensa convencional, assim como Luiz Carlos Azenha, Paulo Henrique Amorim, Luís Nassif, Conceição Oliveira, Leonardo Sakamoto, Ricardo Kotscho, Altamiro Borges, Altino Machado e Miguel do Rosário, e muitos outros que viriam a formar a “blogosfera progressista”, jornalistas que “se contrapõem às forças políticas conservadoras e que polemizam com a mídia tradicional” (Bianchi e Borges, 2014). Nesta tese, esses blogueiros foram classificados em duas categorias de blogs, dependentes e independentes, conforme sua vinculação com portais de empresas de comunicação ou não⁷³. Vale lembrar que esse grupo também é chamado de “blogueiros sujos”, expressão criada em 2010 por José Serra, que usou “blogs sujos” para se referir a veículos de comunicação críticos ao governo de São Paulo na campanha pela Presidência da República, quando foi derrotado por Dilma Rousseff. Em 2012, o PSDB, partido do então candidato à prefeitura de São Paulo, entrou com uma representação junto à Procuradoria Geral Eleitoral, pedindo a investigação de blogs e páginas da Internet críticos ao candidato. O processo foi arquivado, mas a atitude do partido despertou atenção, não só pela tentativa de intimidar, mas principalmente de silenciar a blogosfera.

Para Venício Lima(2012), este episódio demonstra que a defesa da liberdade de expressão é seletiva, assim como existe um posicionamento seletivo em relação ao financiamento público de veículos de comunicação. Segundo ele, o grande financiador da mídia tem sido o Estado, por meio de publicidade e/ou de financiamentos, empréstimos, subsídios, etc., e “não consta que tenha incomodado a esses setores - que agora protocolam representação junto à Procuradoria Geral Eleitoral - o apoio

⁷³ Os blogueiros alinhados às ideias hegemônicas e analisados nessa tese são Josias de Souza, Reinaldo Azevedo e Ricardo Noblat.

editorial e ‘jornalístico’ explícito a candidatos de oposição que tem caracterizado o comportamento de boa parte da grande mídia em períodos eleitorais recentes”, critica.

Não nos comparamos, obviamente, ao poder que têm a Globo, a Record, a Bandeirantes e as grandes empresas de comunicação. Somos um grupo pequeno, mas que causa impacto. (Luiz Carlos Azenha, 2014)

Luiz Carlos Azenha demonstra segurança em sua fala. Ele foi um dos primeiros jornalistas da ala progressista a criar o seu blog, em 2003. Mas o auge do movimento ocorreu entre 2005 e 2006, época da campanha eleitoral para a reeleição do presidente Luís Inácio Lula da Silva. Segundo Venício Lima (2007, p. 17), este foi um momento de desequilíbrio jornalístico durante a campanha eleitoral, por conta da diferença entre a cobertura dos principais candidatos a presidente da República, principalmente Geraldo Alckmin, do PSDB e a do presidente Lula, de uma coligação liderada pelo PT. “Nos principais jornais e nas principais revistas semanais de informação, houve um número significadamente superior de matérias negativas sobre o presidente Lula e o candidato Lula como concorrente à reeleição”. Para o autor, prevaleceu nesse período um “antilulismo” consolidado entre jornalistas da grande imprensa, justificadas por questões que incluem desde “razões empresariais até o preconceito de classe” (p. 20). Além disso, “houve um *deslocamento* entre a opinião dominante na grande mídia – editoriais e colunistas chamados de formadores de opinião – e a opinião da maioria da população” (idem), que foi contaminada pela cobertura jornalística. Foi nesse contexto que os sites e blogs se sobressaíram, aumentando o debate durante a campanha, e colocando a credibilidade da grande mídia em questão. Este cenário se repetiu em 2014, durante a reeleição da presidenta Dilma Rousseff.

4.2.1. A organização do grupo progressista

Além do processo comunicativo e educacional, a disputa pela hegemonia também se dá pela organização. Giannotti (2014) afirma que este é o ponto de partida para Gramsci: organizações, partidos, sindicatos, jornais, associações político-culturais, que devem se unificar para chegar a um consenso e força.

Em pouco tempo, os jornalistas blogueiros começaram a articular a organização e fortalecimento do grupo. A primeira ação foi fundar o *Centro de Estudos da Mídia Barão de Itararé*, em São Paulo, com o objetivo principal de “contribuir na ampliação da

militância na luta pela democratização da comunicação”⁷⁴. O blogueiro e militante Altamiro Borges, o Miro, é presidente desde a fundação da entidade, que é formada por uma diretoria de sete pessoas, um conselho fiscal, com seis integrantes e um conselho consultivo de sessenta pessoas, que se reúne anualmente. A manutenção do Barão de Itararé é feita, segundo ele, com a ajuda mensal de sócios e de rendimentos advindos de doações e cursos periódicos.

Durante a assembleia de fundação do Centro, o jornalista Luiz Carlos Azenha propôs “um encontro presencial dos ativistas que se contrapõem às manipulações da mídia e que só se conhecem no mundo virtual” (Bianchi e Borges, 2014). O primeiro encontro nacional, chamado *BlogProg*, ocorreu três meses depois, em São Paulo; reuniu 330 participantes de 19 estados brasileiros, que discutiram o terrorismo midiático nas eleições e a luta pela democratização dos meios de comunicação no Brasil. O segundo encontro ocorreu em 2011 em Brasília, e contou com a participação do então Presidente Lula. As discussões giraram em torno da luta pela liberdade de expressão, das tentativas de cerceamento da blogosfera e por uma lei democrática da mídia. No mesmo ano, ocorreu o primeiro encontro internacional, em Foz do Iguaçu, com ativistas e blogueiros de 23 países, que discutiram o impacto do ativismo digital, por conta do surgimento de movimentos como a *Primavera Árabe* e *Occupy Wall Street*. Em 2012 ocorreu o terceiro encontro nacional, na Bahia, para debater a aprovação do Marco Civil na internet e denunciar o aumento da perseguição, da violência e da censura contra a blogosfera. O mais recente encontro aconteceu em 2014 em São Paulo, e contou mais uma vez com a participação do ex-Presidente Lula. Diante da proximidade de datas e temas, é comum confundir o Barão de Itararé com os Encontros de Blogueiros, como se ambos fizessem parte de uma só entidade. Mas Miro Borges faz questão de manter essa separação: diferentemente do Centro de Estudos, os encontros de blogueiros não têm entidade, sede ou diretoria formada. Possui apenas uma comissão de representantes em diferentes estados brasileiros, que se reúne fisicamente esporadicamente.

⁷⁴ Disponível em

http://www.baraodeitarare.org.br/index.php?option=com_myrsreader&view=rss&category=1&Itemid=101

É melhor que fique do jeito que está, fluido, horizontal, meio solto, porque essa comissão organizadora não tem poder nenhum, ela não se mete no blog de ninguém, cada um tem a sua opinião, fale a besteira que quiser, a única coisa que é pra fazer é organizar o encontro e ponto, só isso e mais nada. (Miro Borges, 2014)

O blogueiro teme que a constituição formal da blogosfera progressista gere conflitos de disputas internas, que acabariam com a “horizontalidade” da rede, ou seja, que os blogueiros deixem de ser considerados como iguais, e passem a disputar o poder internamente. Embora existam também divergências internas, os jornalistas blogueiros costumam se unir em prol de objetivos comuns; outra prática comum entre eles é o compartilhamento de links, textos e citações, estratégia que, segundo Magalhães e Albuquerque “contribui para validar a notícia, bem como a perspectiva adotada e defendida como certa ou ‘a verdadeira’ pelos blogueiros, promovendo coletivamente a autoridade interpretativa da blogosfera” (2014, p. 12). Além disso, os blogueiros utilizam a prática do software livre, ferramenta que, segundo Denis de Moraes, “é indispensável para viabilizar os novos tipos de veiculação, na medida em que incentiva a produção e a circulação social de acontecimentos, sem a exigência de se pagar royalties pelas patentes” (2013, p. 129).

4.2.2. A proximidade com o governo

O Presidente Lula foi um dos primeiros a prever a importância que a blogosfera progressista significaria para o movimento político do país. Iniciou o primeiro mandato em 2002, prometendo uma proximidade com os movimentos sociais e uma abertura para a democratização da mídia. Mas não cumpriu a promessa.

Todos os dias vemos ministros, secretários, e governantes de todas as instâncias não apenas subservientes aos ditames de um monopólio midiático que criminaliza movimentos sociais e todas as ações e políticas públicas de interesse nacional de seus próprios governos, como também os vemos financiar estes veículos com polpudas verbas publicitárias, assinaturas de publicações sem licitações, entre outros benefícios. (Conceição Oliveira, 2014).

A insatisfação presente na fala de Conceição Oliveira demonstra que os doze anos do governo petista não avançaram nas duas searas, causando um descontentamento por parte dos blogueiros conhecidos como progressistas, que

“lutam com leões, ou como David e Golias”, conforme a ativista comentou em outro momento. Mesmo assim, é bastante visível a admiração que os jornalistas blogueiros ditos progressistas sentem por Lula, que já participou de dois encontros nacionais do grupo. Essa proximidade foi reforçada a partir de duas entrevistas coletivas que o presidente concedeu, apenas para blogueiros, causando a ira da chamada imprensa hegemônica. A primeira entrevista foi em novembro de 2010, quando onze blogueiros foram convidados a ir ao Palácio do Planalto, em Brasília; a segunda aconteceu em abril de 2014, nas instalações do Instituto Lula, em São Paulo. Provavelmente aconselhada pelo ex-mandatário do país, a atual Presidenta Dilma Rousseff também concedeu, em setembro de 2014, em plena campanha eleitoral para a sua reeleição, uma coletiva aos blogueiros progressistas. Era o início de uma nova guerra. Bianchi e Borges contam que “após a coletiva exclusiva, a quase totalidade de jornais, revistas e emissoras de rádio e televisão tentou desqualificar os entrevistadores, rotulando-os de ‘jornalistas chapa-branca’ e outros adjetivos (2014, p. 43). O jornal “Globo” chegou a fazer uma matéria de página inteira criticando os jornalistas, chegando a apelida-los de “camaradas de Lula”⁷⁵.

Trata-se de uma Operação para intimidar aqueles que nos últimos anos – ainda que de forma limitada – criaram um contraponto ao poder da velha mídia. Os barões da imprensa velhaca não se conformam com o fato de meia dúzia de blogueiros “sujos” oferecerem outra narrativa ao Brasil. A Globo, a Abril e a Folha seguem a ter imenso poder. Mas já não falam sozinhas. Seria bom que soubessem: com essa tentativa de cerco, em vez de intimidar, vão mobilizar mais blogueiros e internautas. (Rodrigo Vianna, 2014)

O desabafo de Rodrigo Vianna, publicado no blog *O Escrevinhador*⁷⁶ sobre a reportagem publicada em *O Globo*, demonstra que os blogueiros sentiram-se desafiados a manter a sua postura diante da mídia hegemônica. Segundo ele, a intenção da reportagem, que investigou a fundo o histórico dos jornalistas, tentando entrevista-los, era intimidá-los.

⁷⁵ Texto na íntegra em <http://oglobo.globo.com/brasil/a-entrevista-dos-camaradas-saiba-mais-sobre-os-blogueiros-progressistas-12220108>

⁷⁶ Disponível em <http://www.viomundo.com.br/denuncias/rodrigo-vianna-globo-que-nao-mostrou-o-darf-tenta-intimidar-blogueiros-por-causa-de-lula.html> Acesso em 05/01/2015

A entrevista dos camaradas: saiba mais sobre os 'blogueiros progressistas'

Quem são os selecionados pelo Instituto Lula para a conversa com o ex-presidente, realizada na semana passada

POR **BARBARA MARCOLINI E THAIS LOBO**
17/04/2014 6:00 / ATUALIZADO 17/04/2014 12:11

O ex-presidente Lula com os blogueiros que o entrevistaram na semana passada - **Ricardo Stuckert / Instituto Lula**

RIO — Por mais de três horas, na terça-feira da semana passada, o ex-presidente Lula deu entrevista a [nove interlocutores escolhidos pelo instituto que leva seu nome](#). Suas declarações repercutiram por toda a imprensa nos dias seguintes. Oito dos eleitos para o encontro, em São Paulo, integram um grupo que atua em rede e se autodenomina “blogueiros progressistas”. Trajetórias profissionais diversas levaram os integrantes desse grupo a atuar no mesmo nicho: blogs que polarizam, invariavelmente, à esquerda, e são cada vez mais usados como

PUBLICIDADE

Imagem 23— Reprodução de Reportagem de O Globo sobre a entrevista coletiva concedida pelo presidente Lula a blogueiros

Imagem 24 – Comentários de Ricardo Noblat sobre a coletiva concedida por Dilma Rousseff a blogueiros progressistas (Reprodução Twitter)

Mesmo sem ter ainda grande poder sobre os “barões da mídia”, o relativo sucesso dos blogueiros progressistas parece incomodar bastante os demais. Enquanto ocorria a coletiva com Dilma Rousseff, em setembro, Ricardo Noblat criticava pelo *Twitter*; chegou, inclusive, a chamar a coletiva de “farsa mal montada” (acima). Conceição Oliveira publicou em seu blog *Maria Frô* uma resposta⁷⁷ irônica para Noblat, detalhando o custo de suas despesas para a participação na coletiva:

Os custos financeiros para gente desinformada por Noblat

Não é fácil para um blog sem recursos se deslocar para Brasília da noite para o dia. Não temos patrões que financiam nossos deslocamentos: passagens de avião, táxi, alimentação, ida ao salão para fazer as unhas, uma escova no cabelo (afinal, você não vai entrevistar a presidenta no estado que se encontra: mais parecida com um ajudante de obras que com uma blogueira).

Para aqueles trolls que, ao invés de avaliarem nossas questões à presidenta e suas respostas, ficaram nos perguntando no twitter quem pagou nossas passagens, seguem os custos. Aproveito para informar que aí do lado direito do post, tem uma conta da Caixa Econômica Federal, que tal depositar uma contribuição?

Cabelo e unha pra se ajeitar minimamente para entrevistar a elegante presidente Dilma: R\$ 117,00;

⁷⁷ Disponível em <http://www.revistaforum.com.br/mariafro/2014/09/27/coletiva-dos-blogueiros-midia-golpista-e-presidenta-dilma-que-resolveu-encarar-comunicacao-como-algo-estrategico/> Acesso em 05/01/2015

Passagens ida e volta à BSB compradas de um dia para o outro com dinheiro emprestado R\$ 1.852,68;
Ônibus e metrô até o aeroporto com bilhete único R\$ 4,65;
Um café e um pão de queijo no aeroporto R\$ 9,50 para quem acordou às 5 da matina a tempo de pegar o voo;
Almoço com os blogueiros R\$ 42,00;
Táxi do aeroporto até o restaurante R\$ 50,00, do restaurante ao Palácio do Alvorada R\$ 45,00, do Palácio do Alvorada até o aeroporto R\$ 67,00, do aeroporto de Congonhas até o metrô 30,00;
Metrô até a estação onde meu carro estava estacionado R\$ 3,00, mais combustível do carro em deslocamento de casa até o metrô.
Para ser mais precisa no meu caso: o restaurante que fomos não aceitava cartão, um blogueiro financiou meu almoço e como estava sem dinheiro na carteira, os blogueiros arcaram com os custos do deslocamento dos táxis. (Conceição Oliveira, 2014)

A resposta da blogueira, totalmente direcionada para Ricardo Noblat, demonstra a clara disputa que há entre os blogueiros. A irritação de Noblat e de outros jornalistas ligados à mídia hegemônica, se deu porque a coletiva foi feita em pleno período de campanha eleitoral e, segundo eles, a entrevista favoreceria a Presidenta diante dos eleitores, pois os blogueiros convidados eram todos favoráveis ao governo petista.

4.2.3. A luta pela democratização da mídia e das verbas publicitárias

A blogosfera progressiva se autodenomina como um “movimento em rede, horizontal, sem qualquer estrutura verticalizada e hierarquizada, e que reúne opiniões bem diversificadas” (Bianchi e Borges, 2014, p. 50). O grupo assume que, eventualmente, há divergências internas, mas que há, principalmente, três pontos em comum entre eles: a luta pela democratização dos meios de comunicação; a denúncia das manipulações da mídia e a luta pela liberdade de expressão.

Como já dissemos anteriormente, os meios de comunicação no Brasil estão concentrados nas mãos de poucos grupos empresariais familiares; além disso, há a concentração das verbas publicitárias, que também estão nas mãos de megaempresas globais. Segundo dados divulgados pela Altercom - Associação Brasileira de Empresas e Empreendedores da Comunicação⁷⁸, o governo federal investiu 2,3 bilhões de reais em publicidade no ano de 2013, sendo que, desse total, 1,5 bilhão foi para a TV, 309

⁷⁸ Disponível em <http://altercom.org.br/> Acesso em 15/01/2015

milhões para jornais e revistas; 176 milhões para rádio; 139 milhões para internet e 176 milhões para outras mídias. Ou seja, as cinco principais emissoras de TV ficaram com 86% da verba. Segundo a entidade, somente a Rede Globo ficou com 570 milhões.

Com a concentração da informação e da verba da publicidade nas mãos de grandes grupos, como exercer a liberdade de expressão, manifestar o pensamento, difundir a pluralidade de opiniões?

A democratização da mídia tem uma importância econômica. Com mais empresas de mídia, haverá mais pluralidade, mais democracia, mais gente trabalhando. Além disso, ela permitirá um fluxo mais democrático das informações, contribuindo para aumentar a produtividade do Brasil (Miguel do Rosário, 2014).

A mídia brasileira tem lado. A contribuição da blogosfera foi constrangê-los por seu posicionamento e creio que está crescendo o número de brasileiros que se dão conta de que é necessário regulamentar não a mídia escrita, mas a mídia eletrônica, que usufrui de concessões públicas (Luiz Carlos Azenha, 2014)

O enunciado dos blogueiros mostra que eles sabem exatamente onde estão pisando e com quem estão lidando: concentração da mídia e das verbas publicitárias, e o quanto é importante que ambas sejam distribuídas a pequenos grupos. Segundo a Altercom, os critérios para distribuir as verbas de publicidade no Brasil são técnicos, “baseados na audiência como definidor da aplicação dos recursos, negligenciando princípios constitucionais, como o da diversidade, da função social da comunicação, da vedação à concentração do capital e do tratamento diferenciado às empresas de pequeno porte, entre outros”. Nesse sentido, este é o maior entrave para o crescimento da blogosfera, que reivindica uma divisão mais justa dos orçamentos de publicidade, principalmente do governo, para financiar os meios alternativos e independentes de comunicação.

Com a internet, os usuários exigem interação e resposta pontual aos seus questionamentos, de maneira que o fazer política sofre mudanças significativas. Cada vez mais o debate travado na rede acaba por pautar e orientar a produção de conteúdo das mídias tradicionais, sob pena delas se tornarem progressivamente obsoletas. Mesmo quando a mídia tenta disfarçar uma realidade ou um fato, sua resistência tem limites e ela acaba sendo obrigada a ser veículo de resposta oficial ao contraditório levantado pelos blogs e redes sociais. (Altino Machado, 2014)

Ao trabalhar em uma região distante dos grandes centros urbanos, a região Norte, Altino Machado sente mais de perto a recepção e também a rejeição ao seu

blog. Ele aponta em seu anúncio, que os atuais debates na rede obrigam as mídias tradicionais não só a pautar o conteúdo, como também mostrar a realidade, pois os blogs e redes sociais funcionam hoje, como fiscais da informação.

4.3. A defesa da liberdade de expressão

Fiéis à ideia de liberdade trazida pela internet e redes sociais, onde, a princípio, era possível partilhar informações a respeito de qualquer assunto ou pessoa sem restrições, os jornalistas blogueiros começaram a produzir reportagens fora da pauta da grande mídia. A repercussão desse trabalho começou a incomodar, principalmente as grandes empresas de comunicação, que detinham o monopólio até então, e os políticos, rotineiramente denunciados por corrupção. Na falta de uma legislação específica que regulasse a internet, a maneira encontrada por esses grupos para censurar a mídia digital foi recorrer ao sistema Judiciário. Este foi o início de uma série de processos contra blogueiros, por publicações próprias ou de terceiros, que se viram cerceados judicialmente e também economicamente, por conta dos altos custos com advogados e indenizações.

É o que os jornalistas chamam de “justiça da toga” ou “justiça togada”. Venício Lima descarta essa denominação, pois afirma compartilhar a posição do ex-ministro Eros Grau que, segundo ele, em julgamento no Supremo Tribunal Federal, afirmou que “o juiz está limitado pela lei. O censor não. É descabido falar em censura judicial. Não há censura. Há aplicação da lei. A imprensa precisa de uma lei.” (Lima, 2013, p.88). Censura ou não, o fato é que, pela falta de uma lei específica para a imprensa, e precisamente, para a mídia digital, a Justiça tem se utilizado de brechas para impor a vontade daqueles que querem censurar as informações. Durante as eleições de 2014, por exemplo, foram apresentados quase 200 pedidos judiciais de remoção de conteúdo na internet; além disso, até setembro do mesmo ano, foram registrados 108 casos de pessoas físicas, que foram alvo de processos movidos por candidaturas. Os partidos que mais acionaram a justiça foram o PMDB e o PSDB, que reúnem 38% do total⁷⁹.

⁷⁹ Fonte: Projeto Eleição Transparente, realizado pela ABRAJI (Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo em parceria com a Google do Brasil). Disponível em <http://www.eleicaotransparente.com.br/#/infografico/estado> Acesso em 15/01/2015

Processar blogueiros não é uma prática recente. O primeiro processo conhecido publicamente aconteceu em 2004, quando os blogueiros Cristiano Dias e Edney Souza foram processados por conta de opiniões de outras pessoas que publicaram no blog. A partir daí, os processos começaram a se multiplicar, pelos mais diversos motivos, mas principalmente por danos morais, como podemos verificar na tabela a seguir. Vale destacar que esses são os casos mais notórios; há muitos outros pelo Brasil.

Ano	Blogs e Blogueiros	Motivação dos processos
2004	Cris Dias e Edney Souza	Opiniões de terceiros publicadas em seus blogs
2004	Alessandra Félix	Uso indevido de uma marca de bebidas
2004	Gravataí Merengue (Blog Imprensa Marrom)	Opiniões de terceiros
2006	Censura a mais de 100 blogs do Amapá	O então candidato José Sarney não gostou de matérias e comentários postados nesses blogs
2008	Blog Flit Paralisante, do delegado líder da greve da polícia civil do Estado de São Paulo	Crime militar
2009	Willians de Barros (Blog Cloaca News)	Danos morais, pela postagem com o título “As taras proibidas de Ali Kamel”, que faz alusão ao jornalista Ali Kamel como ator em um filme pornô, nos anos 80, disponibilizando trecho da obra retirada do site Youtube. Kamel pede indenização de 50 mil reais.
2009	Rodrigo Vianna (O Escrevinhador)	Danos morais. Vianna teria difamado Ali Kamel ao publicar em seu blog que este trabalhara em filmes “adultos” na juventude
2010	Lino e Mário Bocchini (Blog Falha de S. Paulo)	Uso indevido da marca
2011	Paulo César Prado (Blog do Paulinho)	Danos morais, por denunciar dirigentes de um clube de futebol
2012	Luís Nassif (Blog do Nassif)	Criticar a relação de um diretor de uma revista com um banco de investimentos. Nassif possui uma dezena de processos contra ele, movidos pela editora Abril, Daniel Dantas e Ali Kamel, entre outros
2012	Fábio Pannunzio (Blog do Pannunzio)	Processado pelo então secretário de segurança pública do Estado de São Paulo, Antonio Ferreira

		Pinto, por criticar a polícia paulista.
2012	Leonardo Sakamoto (Blog do Sakamoto)	Criticar a decisão de uma juíza que suspendeu o resgate de pessoas em condições análogas a trabalho escravo
2013	Luiz Carlos Azenha (Viomundo)	Foi condenado a pagar a indenização de 30 mil reais por uma suposta “campanha difamatória” contra Ali Kamel, diretor de jornalismo da Rede Globo.
2013	Miguel do Rosário (O Cafezinho)	Processado pelo diretor de jornalismo da Rede Globo, Ali Kamel, por tê-lo chamado de “sacripanta reacionário e golpista”, num post intitulado As taras de Ali Kamel, no qual procura defender o colega Rodrigo Vianna. Ele pede 41 mil reais de indenização.
2014	Lúcio Flávio Pinto (Jornal Pessoal)	Denunciar em seu blog um proprietário de diversos veículos de comunicação que estaria usando suas empresas para pressionar anunciantes.
	Emílio Gusmão (Blog do Gusmão)	18 processos no total
	Juca Kfourri (Blog do Juca Kfourri)	Mais de 80 processos por calúnia, difamação e injúria de diversas personalidades do esporte, como Ricardo Teixeira e Vanderlei Luxemburgo, entre outros.
	Paulo Henrique Amorim (Conversa Afiada)	Mais de 40 processos, de Daniel Dantas, João Carlos Di Gênio, Heraldo Pereira, Ali Kamel, José Serra, Heráclito Fortes, Naji Nahas, Carlos Jereissati, Sergio Andrade, Nélio Machado e Fausto Macedo, entre outros.

Tabela 5: linha do tempo: os casos mais conhecidos de processos a blogueiros dos últimos dez anos

A quantidade de processos é tão preocupante que, em 2013, a ONG *Artigo 19* fez, em parceria com o Centro de Estudos de Mídia Barão de Itararé, cujo nome é *Fui processado. O que eu faço? Guia Prático de orientação a blogueiros e internautas*⁸⁰. No guia, estão relatos de processos e as principais motivações, recomendações que devem ser tomadas antes da publicação online, orientações jurídicas, argumentos que podem ser utilizados a favor dos blogueiros e dicas de como conseguir ajuda no caso de um processo, entre outros itens. Segundo o documento:

⁸⁰ Disponível em <http://artigo19.org/blog/fui-processado-o-que-eu-faco/> Acesso em 20/01/2015

Sem um vínculo institucional ou apoio de uma empresa de mídia, a maioria dos blogueiros que sofre essas sanções tem dificuldade para conseguir orientações sobre como agir após receber uma notificação judicial ou extrajudicial. Como responder ao documento? A que órgão recorrer ou que argumentos usar a seu favor? Sem resposta a essas e outras perguntas e em meio a um contexto de articulação social ainda incipiente, os blogueiros se veem isolados e intimidados. Muitas vezes esses processos resultam em censura ou geram o pernicioso efeito do medo, do receio, do cuidado excessivo, do silêncio preventivo – está instalada a autocensura. (Guia prático..., 2013, p. 13)

A partir do guia e também da tabela exibida anteriormente, é possível verificar que as principais motivações que empresas e pessoas físicas se utilizam para processar os blogueiros são: a) *a proteção da honra e da reputação*, que incluem no Brasil a calúnia, a injúria e a difamação. Nesse caso, também estão as *paródias e conteúdos humorísticos*, que podem ser considerados ofensivos à honra; b) *direitos autorais*; c) *marca* ou lei relativa à propriedade industrial; d) *privacidade*; e) *eleições*; f) *cibercrimes*. A aprovação do Marco Civil da Internet, ou Lei n. 12.695, em abril de 2014, que regula o uso e também os direitos e deveres de usuários e provedores, deve ajudar a reduzir abusos, principalmente em relação ao item “privacidade”, mas pouco ajudará a proteger os blogueiros dos processos judiciais. Ou seja, a luta pela liberdade de expressão continua.

Eu não diria que eu sou vítima da Justiça. Eu sou vítima de um processo que utiliza a Justiça para censurar. Não a mim apenas, evidentemente. Temos exemplos múltiplos, desde o Lúcio Flávio no Pará, o Esmael Morais no Paraná, aqui em São Paulo tem o Mino Carta, o Rubens Glasberg, o Luiz Carlos Azenha, o Luiz Nassif, o Rodrigo Vianna, o Juca Kfourir, que não é exatamente um blogueiro sujo, mas sofreu e sofre cerca de 50 processos movidos pelo Ricardo Teixeira. (Paulo Henrique Amorim⁸¹, 2013)

Eu tenho certeza e a minha própria vida nessa batalha na Justiça demonstra isso, que eu sou muito mais vitorioso do que perdedor. Tenho certeza de que a Justiça se faz e se fará. O problema é chegar até o fim. O problema é chegar até o final da Copa do Mundo, tantas são as etapas anteriores. E o que a gente assiste hoje é a tentativa de nos sufocar, por esse desenrolar sufocante de etapas, etapas e etapas. Quantas e quantas vezes eu já fui ao Fórum da Barra Funda. Eu já sou íntimo dos funcionários do Jecrim, que é o Juizado Especial Criminal. Eu sou íntimo, nos tratamos de você, contamos piadas uns para os outros, de tantas vezes que eu fui até lá. Tem gente que sofre quando fica ao lado de um algemado no Jecrim. Para mim isso é normal. Faz parte da minha rotina de jornalista. O meu país, lamentavelmente, criou as condições

⁸¹ Disponível em <http://www.conversaafiada.com.br/brasil/2013/03/28/a-justica-como-agente-da-censura-o-jogo-do-daniel-dantas/>

institucionais para que nós jornalistas sejamos tratados assim. Agora, paciência, eu vou lutar nessa batalha. (Paulo Henrique Amorim, 2013)

A persistência de Paulo Henrique Amorim se deve à boa condição financeira de que dispõe para enfrentar estes processos. Embora se coloque como vítima no primeiro enunciado, o jornalista, na maioria das vezes, demonstra orgulho e até certa arrogância ao tratar dos processos movidos contra ele. No blog, por exemplo, ele dispõe de um espaço dedicado apenas a tratar de seus processos, e sempre faz questão de afirmar que, até agora, “venceu todos”. Tal posicionamento faz com que Amorim não seja uma unanimidade entre os colegas blogueiros, como Fábio Pannunzio, que já declarou essa animosidade, chamando-o de “picareta” e “mercenário” em seu blog.

No fim das contas eu estava me sentindo como um Dom Quixote. Houve horas em que eu parei para refletir se não estava pesando a mão no que estava publicando. Mas pensei, não posso chegar ao ponto que chegou o Paulo Henrique Amorim, sentindo orgulho de ser processado. Quando veio o processo do secretário de segurança de São Paulo eu estava sem grana para contratar um advogado e pensei. “Daqui a pouco está uma bola de neve tão grande que vou ficar inviável financeiramente”. (Fábio Pannunzio⁸², 2012)

Embora seja, também contratado da TV Bandeirantes, como apresentador e editor de jornalismo, Pannunzio não dispõe dos recursos e da coragem de Amorim para manter o seu veículo. Foi processado em 2012 por danos morais, pelo então secretário de segurança pública do Estado de São Paulo, Antônio Ferreira Pinto, por criticar a polícia paulista. Foram oito processos pelos textos publicados e, quando a sua dívida chegou a setenta mil reais, com o processo e advogados, o jornalista resolveu encerrar as atividades do Blog do Pannunzio. O jornalista afirma que, em trinta anos de carreira, foi processado apenas uma vez antes de ter o blog. Depois de criar o blog, para ter autonomia para escrever o que quisesse, foi processado por diversas vezes. “Espero voltar ao blog, quando perceber que o país está maduro a ponto de não confundir críticas políticas com delitos de opinião”, afirmou em entrevista ao portal Imprensa⁸³. Para ele, o preço para ter liberdade de expressão é muito caro no Brasil.

⁸² Entrevista ao portal Imprensa. Disponível em

<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/55648/e+impraticavel+ser+jornalista+independente+no+brasil+sem+vender+a+alma+diz+pannunzio>

⁸³ Disponível em

<http://www.portalimprensa.com.br/noticias/brasil/53847/liberdade+de+expressao+e+muito+caro+no+brasil+diz+jornalista+fabio+pannunzio>

Blog do Pannunzio

Política, economia, cultura segundo o jornalista Fábio Pannunzio

26

SET 2012

199

Comentários

O fim do Blog do Pannunzio

Este é o último post do Blog do Pannunzio. Escrevo depois de semanas de reflexão e com a alma amarrada — especialmente porque ele representa um vitória dos que se insurgem contra a liberdade de opinião e informação.

O Blog nasceu em 2009. Veiculou quase oito mil textos. Meu objetivo era compor um espaço de manifestação pessoal e de reflexão política. Jamais aceitei oferta de patrocínio e o mantive exclusivamente às expensas do meu salário de repórter por achar que compromissos comerciais poderiam conspurcar sua essência.

Ocorre que, em um País que ainda não se habituou à crítica e está exadado de rangos antidemocráticos, manter uma página eletrônica independente significa enfrentar dificuldades que vão muito além da possibilidade individual de superá-las.

Retiro-me das empreitadas judiciais que têm como objetivo calar jornalistas que não se submetem a grupos políticos, ou a grupos de interesse que terminaram por transformar a blogosfera numa cruzada de mercenários virtuais.

Até o nascimento do Blog, enfrentei um único processo judicial decorrente das milhares de reportagens que produzi para a televisão e o rádio ao longo de mais de três décadas. E ganhei.

Do nascimento do blog para cá, passei a responder a uma enxurrada de processos movidos por pessoas que se sentiram atingidas pelas críticas aqui veiculadas. Alinho entre os algozes o deputado estadual maragossense José Geraldo Riva, o maior ficha-suja do País; uma quadrilha paraense de traficantes de trabalhadores que censurou o blog no fim de 2009; e o secretário de segurança de São Paulo, Antônio Ferreira Pinto, cuja orientação equivocada acabou por transformar a ROTA naquilo que ela era nos tempos bichudos de Paulo Maluf.

À gota d'água foi uma carta que recebi do escritório de advocacia que representa Ferreira Pinto num processo civil, que ainda não conheço, comunicando decisão final de uma juíza de primeiro grau que determinou a retirada do ar de um post cujo título é "A indolência de Aécio e o caos na segurança pública". O texto contém uma crítica dura e assertiva sobre os desvios da política adotada pelo atual secretário e pelo governador, mas de maneira alguma contém afirmações caluniosas, injuriosas ou difamatórias.

A despeito dessa comunicação, o post já foi retirado do ar. Determinação judicial, no entendimento deste blogueiro, é para ser cumprida. Vou discuti-la em juízo assim que apresentar minha defesa e tenho a convicção de que as pretensões punitivas de Antônio Ferreira Pinto não vão prosperar.

Ocorre que o simples fato de ter que constituir um advogado e arcar com o ônus

Pesquisar no
Blog

39

Subscribe
to RSS

Quem foi quem
na ditadura

[Uma história triste e dura. Cobin
verdes conflitantes: a do **to 2**
jornalismo e a da História. Cobin](#)

[Agradecimento a D. João do
Lopes II. A
memorização e
do **to 2**
pelo **to 2**
Hobbes](#)

O Claudio Abramo tem toda a razão do mundo. Ele dizia, a única liberdade de imprensa que existe numa redação é a do dono da empresa, o jornalista vai ter que se submeter a isso, ele até pode se submeter, mas procurando manter uma certa ética, dignidade, não produzindo coisas escrotas, tentando ver o contraditório, conferindo fontes, não dando notícias de forma de escandalização, seguindo a ética do jornalista, ou ele pode tentar ser o mais realista do meio. (Miro Borges, 2014)

Neste enunciado, Miro Borges, jornalista independente, militante e sem vínculos com empresas de comunicação, demonstra sua convicção de que o jornalista que trabalha para uma empresa, nunca terá liberdade de expressão, que é diferente, como afirma Venício Lima (2012), na liberdade de imprensa. Para ele, quem aceita trabalhar nessas condições deve, dentro do possível, ao menos ter uma postura ética e profissional.

O Cafezinho perdeu a virgindade. Eu esperava que isso fosse acontecer mais cedo ou mais tarde. Mas confesso que fiquei decepcionado, porque foi muito previsível. O diretor de jornalismo da Rede Globo, Ali Kamel, está me processando por tê-lo chamado de “sacripanta reacionário e golpista”, num post de janeiro deste ano, intitulado As taras de Ali Kamel, no qual eu procuro defender o colega Rodrigo Vianna, que fora absurdamente condenado por um chiste. A acusação, porém, é tosca e inepta. Tem um erro grosseiro logo no início, ao dizer que eu o acusei de cometer “todo o tipo de abuso contra a democracia” e “a dignidade humana”, e se empenhar dia e noite para denegrir a imagem do Brasil, aqui e no exterior” e de utilizar “métodos de jornalismo” que “fazem os crimes de Rupert Murdoch parecerem estripulias de uma criança mimada”. Kamel se identifica tanto com a empresa onde trabalha, que ele acha ser a própria empresa. (Miguel do Rosário, 2013)⁸⁴

Miguel do Rosário ironiza ao afirmar que perdeu a virgindade, porque quase todos os blogueiros progressistas foram ou estão sendo processados pelo diretor de jornalismo das Organizações Globo, Ali Kamel. Além de Rosário, ele já processou Paulo Henrique Amorim, Willians de Barros (Cloaca News), Rodrigo Vianna (O Escrevinhador), Marco Aurélio de Mello (DoLadoDeLa), que precisou ser fechado por conta do prejuízo causado pelo processo, e Luiz Carlos Azenha (Viomundo). Todos os blogueiros foram processados por danos morais e obrigados a pagar indenização a Kamel. Em janeiro de 2015, ele conquistou a vitória mais recente, contra Luís Nassif, acusado de ter feito

⁸⁴ Disponível em <http://www.ocafezinho.com/2013/11/06/ali-kamel-processa-cafezinho/> Acesso em 10/01/2015

campanha difamatória contra ele. Na decisão, a juíza Larissa Pinheiro Schueler, afirmou que o jornalista "extrapola o direito à informação, utilizando termos que certamente denigrem a imagem da parte autora"⁸⁵, e estabeleceu uma indenização de R\$ 50 mil, mas ainda cabe recurso.

Por muito pouco, Ali Kamel quase foi responsável pelo fechamento de outro blog, o Viomundo. Em 29/03/2013, Luiz Carlos Azenha publicou um desabafo no *Viomundo* intitulado "Globo consegue o que a ditadura não conseguiu: calar imprensa alternativa"⁸⁶.

The screenshot shows the Viomundo website interface. At the top, there is a navigation bar with links: HOME, DENÚNCIAS, POLÍTICA, ENTREVISTAS, OPINIÃO DO BLOG, VOCÊ ESCREVE, HUMOR, and RÁDIO. Below this is a search bar labeled 'Busca' with a 'BUSCAR' button. A banner for 'PATROCINE O VIOMUNDO' is visible, followed by a 'FAÇA PARTE!' button. The main content area features a large headline: 'Globo consegue o que a ditadura não conseguiu: calar imprensa alternativa', published on 29 de março de 2013 às 20:32. To the left of the article is a thumbnail image of a newspaper cover titled 'MOVIMENTO A greve com Lula preso'. The article is attributed to 'por Luiz Carlos Azenha'. The text of the article discusses the author's experience as a reporter for Globo and his criticism of the media's role in the 2006 election. To the right of the article, there are several advertisements, including one for 'Degiro Online Broker' and another for 'SOMOS 1283 ASSINANTES'.

Imagem 26 -Reprodução Viomundo

⁸⁵ Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/blogs/midiatico/justica-condena-nassif-a-indenizar-ali-kamel-da-globo-9202.html>

⁸⁶ Disponível na íntegra em <http://www.viomundo.com.br/denuncias/globo-consegue-o-que-a-ditadura-nao-conseguiu-extincao-da-imprensa-alternativa.html> Acesso em 16/01/2015

No texto, Azenha afirmava que estava decidido a encerrar as atividades do blog, por conta de uma ação movida por Kamel. Até aquele momento, a ação judicial estava custando, segundo ele, trinta mil reais só em honorários advocatícios para o blogueiro, que não teria condições de pagar. “A ação que Ali Kamel venceu, apenas na primeira instância, nunca foi a questão central, mas sim a incapacidade de enfrentar a ofensiva da direita sem as mais simples ferramentas para fazê-lo”⁸⁷, desabafou, em um texto no blog. Diante de grande comoção, a decisão de encerrar o *Viomundo* foi revertida pouco tempo depois, após leitores e outros blogueiros sugerirem novos arranjos econômicos alternativos, que logo foram adotados por Azenha, como o *crowdfunding*. Sem imaginar, o jornalista encontrou uma saída para manter o blog e inaugurou uma nova fase para a blogosfera, como veremos a seguir.

4.4. Os arranjos econômicos alternativos

Ao expor publicamente as dificuldades financeiras para manter o seu blog, Luiz Carlos Azenha foi aconselhado por colegas e leitores a adotar o *crowdfunding*, uma forma de financiamento virtual, em que as pessoas colaboram com doações, viabilizando, dessa forma, a permanência do Viomundo na blogosfera. A sugestão foi aceita pelo blogueiro que, além de adotar o método em seu blog, passou a dividir a direção do veículo com dois editores; também passou a receber textos de colaboradores fixos. No caso do Viomundo, o processo é feito de duas maneiras: os leitores fazem uma assinatura mensal, pagando a quantia de R\$9,90 por meio de cartão de crédito ou em conta corrente; ou o blogueiro anuncia uma ideia de reportagem, quanto custará para executá-la, e pede ajuda aos internautas, que fazem as suas doações, direcionadas para aquela matéria. Atualmente, o blog está arrecadando dinheiro para uma reportagem sobre os bastidores da Globo na eleição (R\$50.000,00), e outra sobre os índios Awá Guajá (R\$40.000,00). Azenha, que sempre se orgulhou de não aceitar recursos do governo nem de grandes corporações, adotou o método e hoje tem 1283 assinantes. Sua meta é chegar a cinco mil assinantes

⁸⁷ Disponível em <http://www.viomundo.com.br/opiniao-do-blog/o-leitor-que-me-fez-mudar-de-ideia.html>

Busca

OS + recentes

BUSCAR

HOME
DENÚNCIAS
POLÍTICA
ENTREVISTAS
OPINIÃO DO BLOG
VOCÊ ESCREVE
HUMOR
RÁDIO

Participe do Viomundo

Não aceitamos recursos de governos.

Não queremos depender de corporações.

Ajude a financiar o **Viomundo**.

Enfatizamos, a partir de agora, as assinaturas mensais. Acreditamos que elas darão o suporte necessário para a sobrevivência e manutenção de longo prazo do site.

Nosso primeiro objetivo é atingir 5 mil assinantes.

- 1) Com suas doações, os leitores já garantiram uma reportagem sobre os planos de saúde vagabundos que passaram a dominar o mercado brasileiro. O tema está sob a investigação de **Conceição Lemes**, a mais premiada repórter de Saúde do Brasil.
- 2) Com suas doações está garantido o mini-doc sobre os **Assassinatos do Araguaia**, proposta da jornalista Lúcia Rodrigues. Aguarde.

Acompanhe aqui a evolução dos números:

TEMOS 1283 ASSINANTES

Clique aqui para assinar o VIOMUNDO
R\$ 9,90 / mês

Clique aqui para financiar as reportagens abaixo
R\$ 25, R\$ 50, R\$ 100 ou mais...

Bastidores da Globo na eleição

Documentário e livro, a serem tocados por três jornalistas. Juntos somam 6 prêmios Herzog, 2 Globo, 1 Embratel e 1 do Festival Internacional de Direitos Humanos.

precisamos de R\$ 50.000,00

temos R\$ 15.345,00

30,69%

O terror dos madeireiros contra os índios Awá Guajá

Documentário, Gustavo Costa, 6 prêmios, entre os quais o de Direitos Humanos da América Latina, Embratel e Esso.

precisamos de R\$ 40.000,00

temos R\$ 7.070,00

17,67%

SOMOS

1283

ASSINANTES

PARA SOBREVIVÊNCIA E MANUTENÇÃO DESTA SITE

CONTRIBUA! CLIQUE AQUI.

Pro Graphic Designers

Ready to deliver all your design needs.

Start Now

fiverr

Paulo Moreira Leite: Desde 2004, juiz da Lava Jato pretendia fazer operação espetacular para 'deslegitimar' a política aqui

Telmo Kiguel debate com Flávio Aguiar o Charlie, tabu e laicidade

Paulo Metri: Je suis Petrobras, Je suis sociedade brasileira

Jorge Souto Maior: "Não tenho medo do grito; tenho medo do silêncio"

Renan Antunes: Dois brasileiros na balada da morte indonésia

Dez empresas abocanham 60% a 70% do que os brasileiros compram em supermercados

Indonésia executa brasileiro condenado por tráfico de drogas

Luciano Martins Costa: Jornalismo de portaria, fonte de mal-entendidos

Boaventura de Souza Santos: A Europa à beira do estado de sítio

Imagem 27 -: Reprodução Viomundo

Mais uma vez, os jornalistas estavam se reinventando. O novo processo abriu possibilidades e renovou o fôlego para a sobrevivência econômica dos blogs. Nessa fase da blogosfera, surgem os novos arranjos econômicos.

212

4.4.1. O crowdfunding

A prática do *crowdfunding* deriva da popular e velha “vaquinha”, mas os sites especializados são recentes no Brasil. É considerado também uma espécie de “mecenato⁸⁸” virtual, para designar uma atividade de incentivo e patrocínio de artistas. “Para os criadores, o *crowdfunding* abre todo um leque de novas possibilidades de financiamento das suas ideias. Para o público, oferece um sentido de participação antes impensável”, afirma Erick Felinto (2012, p. 141). Segundo o autor, o *crowdfunding* faz parte do *crowdsourcing*, um sistema mais amplo “que pode ser entendido como um modelo de criação e/ou produção baseado em redes de conhecimento coletivo na internet, que serve para solucionar problemas, criar conteúdo ou inventar novos produtos de forma colaborativa”.

A ideia é bastante simples: o proponente envia um projeto para o site de financiamento coletivo; a equipe responsável seleciona as propostas mais concretas e dá sugestões de melhorias. Com o projeto aceito, ele é colocado no ar, e divulgado na rede para engajar as pessoas interessadas. As doações começam a partir de dez reais e, se ao finalizar o prazo e o valor não for atingido, o dinheiro é devolvido e o projeto não é financiado.

O auge desse tipo de financiamento especializado aconteceu em 2009 nos Estados Unidos, com o *Kickstarter*, um dos maiores sites do gênero até hoje. No Brasil, o *Catarse* foi o primeiro site de projetos de *crowdfunding* da área cultural, e também o mais importante, em número de usuários e arrecadação.

O *Catarse* está no ar desde 2011, e até o início de 2015 teve 1508 projetos financiados, sendo quarenta na área de jornalismo. Os 14.494 apoiadores do projeto que havia em 2011 se multiplicaram e chegaram a 89.560 em 2014. O site fica com 7,5% do valor financiado, para cobrir custos com pessoal e manutenção. Sua proposta inclui trabalhar apenas com propostas criativas, não trabalhar com projetos de caridade e não financiar empresas. As três maiores categorias em números de projetos e dinheiro arrecadado do site são música, cinema e vídeo e comunidade.

⁸⁸ Termo que indica o incentivo e patrocínio de artistas e literatos, e mais amplamente, de atividades artísticas e culturais.

open in browser PRO version Are you a developer? Try out the [HTML to PDF API](#)

pdfcrowd.com

Imagem28 - Reprodução Site Catarse

Este modelo de arrecadação, que prioriza a liberdade de quem está idealizando o projeto, está atraindo cada vez mais os jornalistas. Em 2013, um grupo criou - em parceria com o Catarse - um canal de crowdfunding exclusivo para jornalismo, chamado “O Sujeito – financiamento coletivo, jornalismo independente”. É, segundo os idealizadores, uma plataforma de financiamento coletivo de produção de conteúdo jornalístico, livre e independente, aberta a qualquer pessoa ou formato – texto, vídeo, voz. A equipe é formada por seis pessoas, sendo três jornalistas: Álvaro Almeida, Renato Guimarães e Rodrigo Vieira.

O “Sujeito” nasceu após mais uma onda de demissões nas redações no Brasil e de fechamento de veículos de comunicação em vários países na metade de 2013. Nasceu do inconformismo diante da percepção de que o mundo digital e a alta conectividade já alteraram radicalmente o ambiente de negócios. O modelo jornalístico tradicional – apoiado essencialmente na venda de espaço publicitário – já não se sustenta, mesmo que insista em sobreviver a base de redução de custos e a consequente queda da qualidade da produção editorial⁸⁹.

⁸⁹ Disponível em <http://www.osujeito.com.br/>

O enunciado anterior está na página do site, e demonstra que, ao afirmar que é remanescente da precarização dos veículos de comunicação, o grupo buscou alternativas de trabalho e encontrou uma saída no financiamento coletivo, que ainda não estava direcionado para o jornalismo. Para realizar a empreitada, associou-se à empresa mais experiente do mercado, o Catarse.

Seguindo o modelo da Catarse, a empresa oferece orientação para enriquecer o projeto e também para a publicação. Eles destacam que a palavra final é sempre do autor, desde que respeite os Direitos Humanos e a qualidade jornalística: “isenção, correção, diversidade de pontos de vista e confidencialidade”.

Imagem 29 -Reprodução site O Sujeito

Quase todos os blogueiros progressistas adotaram o crowdfunding. Segundo eles, a quantidade de leitores assinantes ou colaboradores ainda está longe do ideal, mas a aceitação das pessoas ao novo método demonstra o grande interesse dos leitores por uma informação imparcial, por opinião e por uma boa reportagem investigativa. Com o financiamento coletivo, o poder sai das mãos dos grandes grupos de comunicação e passa para outros financiadores, ou seja, os leitores.

4.4.2. Os midiativistas e os midialivristas

Além do financiamento coletivo, a produção coletiva de jornalismo também tem atraído a atenção de profissionais em busca de novas alternativas. A inspiração vem dos coletivos culturais, que começaram a surgir no Brasil a partir dos anos 2000, quando o então ministro da Cultura, Gilberto Gil, democratizou os recursos oficiais de incentivo à produção cultural por meio de editais, reduzindo a burocracia exigida pela Lei Rouanet.

O coletivo mais conhecido, e também o mais polêmico, é o *Fora do Eixo*, que começou em 2005 em Goiânia e hoje tem uma rede de grupos culturais espalhados por todo o país. Define-se como Criado pelo produtor cultural Pablo Capilé, a polêmica em torno do grupo se dá por dois motivos: os produtores do *Fora do Eixo* são jovens que moram e trabalham em casas coletivas do grupo, que chegou a ser acusado de promover o trabalho escravo e a exploração sexual⁹⁰; o segundo motivo de polêmica é o gasto feito com dinheiro público e a proximidade do grupo com o Partido dos Trabalhadores (PT), que, segundo a imprensa hegemônica, é considerado a principal renovação da militância jovem do PT.

Para Ivana Bentes⁹¹, da Universidade Federal do Rio de Janeiro, o *Fora do Eixo* “é um laboratório de experiências culturais e de invenção de tecnologias sociais radicais, que conseguiu transformar precariedade em autonomia. Ele inventou uma forma de viver coletiva e restituir o tempo que o capital nos rouba de uma forma que me toca e mobiliza”. Segundo ela, o grupo defende a mídia livre, governança, democracia direta, a liberdade e a economia colaborativa, entre outros valores.

O Fora do Eixo possibilita que jovens dispensem empregos “escravos” ou precários na mídia tradicional, em produtoras comerciais, agências de publicidade, ou qualquer emprego fordista, e passem a inventar a sua própria ocupação. Conheço o Fora do Eixo desde 2011. Na prática, são uma rede de mais de mil jovens que reverterem seu tempo e vida para um projeto comum com um caixa coletivo único que paga comida, roupa e casa coletiva, sem salário individual e um projeto comum. Eles não têm medo de dialogar com os poderes instituídos, ao contrário de um certo discurso midiático que procura criar um grande horror à política, que só afasta os jovens e muitos de nós das disputas. (Ivana Bentes, 2014)

⁹⁰ Segundo reportagem publicada na revista Carta Capital, em 16/08/2013. Disponível em <http://www.cartacapital.com.br/sociedade/fora-do-eixo-6321.html>

⁹¹ Entrevista à revista Cult n. 188, em março de 2014. Disponível em <http://revistacult.uol.com.br/home/2014/03/respeitosamente-vandala/>

É nesse contexto, a partir de relações com o grupo *Fora do Eixo* que surge um novo modelo de jornalismo, a *Mídia NINJA* (*Narrativas Independentes, Jornalismo e Ação*). A relação entre o *Fora do Eixo* e o *Mídia Ninja* ficou conhecida nacionalmente, quando Pablo Capilé e o articulador da *Mídia NINJA*, o jornalista Bruno Torturra, participaram juntos de uma edição do programa *Roda Viva*, da TV Cultura, em agosto de 2013. O grupo, lançado em 2013 no Fórum Social Mundial na Tunísia, ganhou expressão nacional e internacional a partir de sua cobertura das manifestações de junho do mesmo ano, provocando um debate sobre os rumos do jornalismo. Os recursos para a manutenção do *Mídia NINJA* vêm do coletivo *Fora do Eixo*. A equipe é formada por repórteres “ninja”, que não se identificam, e gravam por meio de celulares e transmitem as notícias em tempo real pela internet, sem texto nem edição. Publica ainda fotos pelo *Facebook* e *Twitter*.

Nosso principal objetivo é retomar para a causa do jornalismo e da comunicação seu papel ativista de servir como olho público e fornecer informações cada vez mais qualificadas para defender a democracia. Não sei se vamos ter um manual de redação, acho que o bom senso vai se tornar o nosso manual. (Bruno Torturra⁹², 2013)

Bastante simples e com baixo custo produtivo, o *Mídia NINJA* foi um sucesso instantâneo, principalmente por mostrar os protestos a partir de uma realidade nunca vista de tão perto. “Foram utilizados vídeos, *posts*, associados a *hashtags*, *tweets* e *memes online*, para criar ondas de intensa participação em experiência de tempo e espaço” (Malini e Antoun, 2013, p. 14), combinação essa que potencializou o engajamento nas ruas e marcou, segundo os autores, “um novo momento do midiativismo” (Idem, p.15).

Um dos efeitos dos protestos de 2013 no Brasil foi a explosão das ações midiativistas. A Mídia Ninja fez essa disputa de forma admirável, amplificando a potência da multidão nas ruas. Ela passou a pautar a mídia corporativa e os telejornais ao filmar e obter as imagens do enfrentamento dos manifestantes com a polícia, a brutalidade e o regime de exceção. O papel dos midialivristas e dos coletivos e redes de mídias autônomas não pode ser reduzido ao campo do jornalismo, mas aponta para um novo fenômeno de

⁹² Disponível em

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed757_jornalistas_independentes_da_midia_ninja_ganham_atencao

participação social e de midiativismo (que usa diferentes linguagens, escrachos, vídeos, memes, para mobilizar). A cobertura colaborativa obtém picos de milhares de pessoas online, algo inédito para uma mídia independente. Nesse sentido a comunicação é a própria forma de mobilização. (Ivana Bentes, 2014)

Ao falar em *midiativismo* e *midialivrismo*, a professora mostra uma nova face do ativismo, voltada para o digital. O *midialivrismo* é o ativismo de mídia, que pode ser praticado, segundo Malini e Antoun, de duas maneiras: o *midialivrismo de massa*, por movimentos sociais organizados, por meio de programas comunitários e populares, geralmente de rádios livres e comunitárias, imprensa alternativa e produção de vídeos e documentários, “se afirmando como práticas da sociedade civil alternativas e antagonistas em relação ao modo de se fazer comunicação dos conglomerados empresariais transnacionais e nacionais de mídia” (Malini e Antoun, 2013, p. 22). O segundo modo de praticar o *midialivrismo* é o *ciberativista*, a partir de dispositivos digitais, tecnologias, colaboração social em rede e compartilhamento de informações, objetivando uma produção livre, sem intermediários. Os dois modos de midialivrismo se inspiram nas lutas libertária dos anos 1960 e 1970 e, para os autores, “conjugam o mesmo verbo: liberar-se”.

O midialivrismo de massa quer se liberar do poder concentrador da propriedade dos meios de comunicação; o ciberativista quer radicalizar os direitos fundamentais (ou mesmo subverter o sentido liberal destes), sobretudo a liberdade de expressão. Ambos reivindicam uma outra economia política dos meios, em que a propriedade dos meios deve ser comum, isto é, que a cooperação na produção social de conteúdos midiáticos seja regida por uma estrutura decisória coletiva da sociedade civil e por um direito de autor que permita que os conteúdos circulem livremente pela sociedade, e não apenas se torne uma máquina arrecadadora de patentes.
(MALINI E ANTOUN, 2013, p. 22).

Imagem 30 – Reprodução Página do grupo Midia Ninja

Diante dessa concepção, o Mídia Ninja utiliza o poder das redes para divulgar o que está fora do controle das empresas de comunicação, praticando o exercício da liberdade de expressão. Ou seja, o objetivo final, é o mesmo dos jornalistas blogueiros progressistas.

4.4.3. O colaborativismo: coletivos de jornalistas

Recentemente, a migração de jornalistas para blogs se acentua, com uma novidade: os jornalistas oriundos de grandes grupos de comunicação estão partindo para experiências em coletivos de jornalistas. É, também, um novo arranjo econômico alternativo, também apropriado por jornalistas interessados em contrapor-se aos grandes meios de comunicação hegemônicos.

Baseados no *colaborativismo*, ou *criação colaborativa*, os coletivos de jornalistas propõem a produção de conteúdo de forma colaborativa. Segundo Malini e Antoun (2013, p.115), já existem faz algum tempo diversas experiências, “que atuam de forma

independente através de modelo aberto (sem a presença de jornalistas profissionais) ou híbrido (usuários e jornalistas profissionais), inventando um conjunto de novas práticas para a produção noticiosa”. Os autores citam como exemplos o *Wikinews*, dos Estados Unidos, o *Bottom UP*, da Espanha, o *Ágora Vox*, da França, e o *OhMyNews*, da Coreia do Sul, como pioneiros, ao “dar visibilidades a um conjunto de notícias que não aparecem em grandes jornais” (idem). No Brasil, o pioneiro em colaborativismo foi o Overmundo⁹³, fundado em 2006 por Hermano Vianna, Ronaldo Lemos, José Marcelo Zacchi e Alexandre Youssef. O site, mantido com recursos do governo federal, recebeu diversos prêmios pela iniciativa pioneira, mas não é especializado em jornalismo. É, segundo eles, voltado para a cultura brasileira e a cultura produzida por brasileiros em todo o mundo, em especial as práticas, manifestações e a produção cultural que não têm a devida expressão nos meios de comunicação tradicionais”.

No final de 2013, Bruno Torturra afastou-se da Mídia NINJA para estabelecer um novo projeto, o Fluxo⁹⁴ Estúdio de Jornalismo, provavelmente, de olho nesse filão que começa a ser explorado por jornalistas brasileiros. A proposta do Fluxo é, segundo o site da empresa, produzir streamings⁹⁵, reportagens, artigos, entrevistas em texto e vídeo, *podcast* e publicações, financiados por apoiadores ou membros em troca de recompensas.

O Fluxo é também um campo de testes de uma nova viabilidade econômica para a produção de informação. Dispensando anunciantes comerciais e buscando sua independência financeira na relação direta com sua audiência. Sempre em conexão com outras iniciativas e projetos de comunicação, o Fluxo pretende tecer redes interdependentes de mídia. (Site O Fluxo)

O site apresenta leveza e descontração no visual, além de reportagens e entrevistas alternativas. Há duas formas de contribuição: como *apoio*, com quinze reais mensais, que dá direito a ganhar descontos nos produtos, cursos e festas oferecidos pela empresa; ou como *membro*, que a um custo mensal de cem reais, poderá, além dos benefícios oferecidos anteriormente, ganhar brindes, e participar de festas do grupo e entrar para o conselho online da empresa. Além disso, o Fluxo aceita doações

⁹³ Disponível em <http://www.overmundo.com.br/>

⁹⁴ Disponível em <http://www.fluxo.net/>

⁹⁵ Forma de distribuição de dados, geralmente de multimídia em uma rede através de pacotes.

de computadores, smartphones, e demais equipamentos que auxiliem na infraestrutura da empresa. O que o leitor teria a ganhar com a contribuição?

Colaborando com o Estúdio Fluxo você está apoiando um projeto específico. Mas, mais importante do que isso, está fazendo parte de um movimento global, de uma importante tarefa dessa geração: testar e estabelecer novos modelos econômicos para uma imprensa mais plural, democrática e conectada com o presente. (O Fluxo).

The screenshot displays the Fluxo website's promotional page for the program 'TAPETÃO! COM PAULO ANDRÉ'. The layout includes a top navigation bar with a 'CONHEÇA O ESTÚDIO' link. The main content area features a large video player showing Paulo André speaking, with the title 'FLUXO APRESENTA: TAPETÃO! COM PAULO ANDRÉ' overlaid. To the left, a sidebar lists 'FLUXO. Estúdio de Jornalismo' and various services: 'STREAMING · VÍDEO · TEXTO · FOTOGRAFIA · PUBLICAÇÕES · DEBATES · CURSOS · ENCONTROS'. Below this is a smaller video player. To the right, a section titled 'LAERTE E A POLÍTICA DA SUTILEZA' contains a quote from Laerte and a paragraph about the LGBT rights debate. The bottom of the page has a footer with a 'pdfcrowd.com' watermark and a small text block: 'open in browser PRO version Are you a developer? Try out the HTML to PDF API'.

CONHEÇA O ESTÚDIO

FLUXO.
Estúdio de
Jornalismo

STREAMING · VÍDEO ·
TEXTO · FOTOGRAFIA
· PUBLICAÇÕES ·
DEBATES · CURSOS ·
ENCONTROS

FLUXO APRESENTA: TAPETÃO!
COM PAULO ANDRÉ

Fluxo apresenta Tapetão. Seu programa sobre esporte e política. Na primeira entrevista, Ronaldo Bressane e Michi Provensi recebem o jogador Paulo André. Fundador do Bom Senso F.C., é uma das mais importantes e articuladas vozes pela reforma do futebol brasileiro. E talvez por isso um dos mais incômodos jogadores aos olhos da CBF e Rede Globo.

Câmeras: Renata Ursaia, Fernanda Ligabue e Bruno Torturra.

Dec 1, 2014

LAERTE E A
POLÍTICA DA
SUTILEZA

"Tem um modo de ver as coisas que é árido, que é azedo. Que busca a defesa de bandeiras absolutamente legítimas, mas de uma forma em que você exclui todo mundo que não está na sua cartilha. Eu acho isso um perigo."

Na semana em que direitos LGBT tomam o debate eleitoral, e Marina Silva é apontada por muitos como uma representante do conservadorismo evangélico nas urnas,

open in browser PRO version Are you a developer? Try out the HTML to PDF API

pdfcrowd.com

Imagem 31- Reprodução do site O Fluxo

Há ainda, duas propostas totalmente focadas no jornalismo independente: A *Ponte - Segurança Pública, Justiça e Direitos Humanos* foi criada em 2014 com jornalistas oriundos da grande mídia, como André Caramante, Bruno Paes Manso e Laura Capriglione, entre outros. Ao apresentar a *Ponte*, durante o evento "Rebelião Jornalística"⁹⁶, realizado em novembro de 2014 em São Paulo, as jornalistas Maria Carolina Trevisan e Laura Capriglione destacaram o modo horizontal de ser do coletivo, "em que tudo é decidido junto", e o modo como o site busca usar a reportagem como

⁹⁶ <http://ponte.org/rebeliao-jornalistica-mostrou-nova-fase-do-jornalismo-independente/>

uma peça importante no quebra-cabeças da justiça social. Para Laura, “com uma narrativa correta, a partir da vida concreta das pessoas, o jornalismo é capaz de produzir mudanças”, enunciado que demonstra a preocupação do grupo em resgatar e produzir um jornalismo independente voltado para as transformações humanas e sociais. O grande diferencial da Ponte em relação aos demais sites coletivos de jornalismo, é que o trabalho é totalmente feito de forma voluntária, ou seja, não há apoiadores institucionais ou *crowdfunding* para manter o site. Há pedidos de colaboração apenas de reportagens, como podemos ver a seguir:

Colabore

Para colaborar com a **Ponte** envie a pauta da reportagem que quer produzir para o email reportagem@ponte.org. Queremos nos tornar um para-raios das melhores e mais sinceras colaborações de jornalistas e fotógrafos.

Salientamos que nosso site baseia-se em trabalho voluntário, ninguém é remunerado pelas matérias que produz, mas creditaremos todo trabalho publicado.

Obrigado,

Equipe da Ponte

Imagem 32– Reprodução site Ponte

Produzindo jornalismo politicamente correto, em pouco tempo a equipe da *Ponte* trouxe a credibilidade e a experiência adquiridas no trabalho na grande imprensa e tem se destacado com um jornalismo independente e grandes reportagens, voltadas para o local, como a falta de leite em ambulatórios da grande São Paulo, ou para o global, sobre a omissão da imprensa a respeito dos atentados na Nigéria. Além das reportagens, há análises, vídeos e indicações culturais. Provavelmente, para sobreviver, esses jornalistas mantêm outros empregos, ou produzem *freelas*. Mas têm a consciência e a satisfação de produzir um jornalismo diferenciado dos demais.

/PONTE

SEGURANÇA PÚBLICA, JUSTIÇA E DIREITOS HUMANOS

DESTAQUES

open in browser PRO version Are you a developer? Try out the [HTML to PDF API](#)

NOTÍCIAS

'Ainda não sei se vou voltar a enxergar', diz nova vítima de bala de borracha

Luís Adorno

Docentes e ativistas de Direitos Humanos lançam rede de proteção contra ataques nas

pdfcrowd.com

Imagem 33- Reprodução Site Ponte

A mesma motivação está presente na *Agência Pública de Jornalismo Investigativo*, que foi a pioneira no modelo de jornalismo sem fins lucrativos para manter a independência. Fundada por Marina Amaral, Natália Viana e Tatiana Merlino (atualmente trabalhando na Ponte), elas afirmam⁹⁷ “valorizar o repórter, que é o ‘sangue nos olhos’ do jornalismo”. Todas as reportagens do site, pautadas pelo interesse público, são livremente reproduzidas sob licença *creative commons*. Segundo Natália, “a Pública trabalha como um laboratório de experimentação jornalística”, com rigorosa apuração dos fatos e defesa dos direitos humanos.

A *Agência Pública* e a *Ponte* têm objetivos e métodos produtivos comuns; a diferença está na sustentação econômica. A primeira é financiada pela *Fundação Ford*; pela *Omidyar Network*, e pela *Open Society Foundation*, além de contar com o *crowdfunding* (cujos nomes de todos os colaboradores estão disponíveis no site). A *Pública*

⁹⁷ <http://ponte.org/rebeliao-jornalistica-mostrou-nova-fase-do-jornalismo-independente/>

também desenvolve um trabalho de formação de jovens jornalistas, oferecendo bolsas de reportagem e incubação de projetos inovadores de jornalismo independente.

A partir de 2015, a Pública lançou, em parceria com a *Catarse*, o seu segundo projeto de crowdfunding; onde leitores não só poderão escolher os temas das reportagens, como também acompanhar a produção, participando de um conselho editorial. As doações serão de, mínimo, vinte reais, e a meta é arrecadar cinquenta mil reais até o mês de março de 2015, para financiar dez reportagens ao longo do ano. Essa iniciativa mostra que o jornalismo está cada vez mais preocupado em se aproximar e interagir com o leitor, mesmo o independente. Essa não deixa de ser uma inovação.

Reportagem Pública 2015: agora os leitores ocupam a redação

Categoria : [Da Redação](#)

Data : 21 de janeiro de 2015

Imagem 35 - Reprodução Agência Pública de Jornalismo Investigativo

Esses exemplos de arranjos econômicos não são novos; são modelos inspirados no cooperativismo e no jornalismo alternativo, que foram adaptados à sociedade em rede e (re)apropriados pelos jornalistas. Mas servem para demonstrar o quanto é fértil a busca por alternativas nesse momento, de surgimento de novos meios e, ao mesmo tempo, de crise no jornalismo.

Os jornalistas blogueiros selecionados aqui deram início a esse processo de busca por alternativas. Foram os primeiros a se aventurar na blogosfera, um meio ainda associado aos diários virtuais, levaram para os blogs, primeiro o jornalismo opinativo; depois o investigativo, procurando, em alguns casos, fazer um jornalismo crítico e independente e contra hegemônico. Foram, também, os primeiros a encontrar valores, dificuldades, e a sofrer represálias e censura da parte dos grandes grupos de comunicação e de anunciantes; organizaram a blogosfera política e começaram uma luta pela democratização dos meios de comunicação no Brasil. Esse tema que deveria ser do conhecimento e ter o apoio de toda a população, mas que infelizmente não é do interesse dos grandes barões da mídia.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo principal dessa tese é responder às seguintes questões de pesquisa: por que os jornalistas migraram para os blogs? O blog é um meio jornalístico? Os blogs mudaram o modo de produzir jornalismo? Os jornalistas encontraram a independência e a liberdade de expressão nos blogs? Para tanto, retomamos o desenvolvimento dos meios de comunicação e do jornalismo ao longo do século XX e início do século XXI, à luz das mudanças ocorridas a partir da globalização, do mundo do trabalho do jornalista e da organização das empresas de comunicação na contemporaneidade. No contexto da chamada rede digital, discutimos a utilização, o poder e a base econômica dos meios de produção; também tratamos dos valores baseados nas redes sociais, além das atuais formas de controle e censura. E, a partir da fala dos jornalistas blogueiros, identificamos os problemas e também os novos arranjos econômicos encontrados por esses profissionais para a prática de um jornalismo independente e contra hegemônico.

Como resultados, constatamos que os jornalistas migraram para os blogs por diversos motivos. A busca pela experimentação de novas tecnologias e a revitalização profissional foi a principal motivação dos profissionais maduros, que, cansados das rotinas produtivas dos meios de comunicação tradicionais, viram no novo meio uma possibilidade de aproximação com o mundo digital e virtual. Eles são migrantes da comunicação, uma geração que se formou na época do jornalismo analógico, migrou e, assim como os mais novos, adaptou-se ao digital. Mas a resposta recorrente de todos os jornalistas pesquisados, sobre a motivação de ter um blog, foi que se sentiram atraídos pela possibilidade de gerar uma informação diferenciada daquela publicada na grande mídia, conciliando assim a aparente liberdade proporcionada pelo meio com o exercício da profissão.

O blog é, a nosso ver, um meio jornalístico. O baixo custo e a facilidade de acesso deram condições para que os jornalistas levassem para a blogosfera a experiência e o mesmo valor notícia que adotavam nos jornais e revistas impressos. O novo meio atraiu a atenção dos leitores e chegou inclusive a incomodar os grandes grupos de comunicação, que começaram a criar os próprios portais para abrigar os seus blogueiros, reconhecendo assim a sua importância. Há, também, na maioria dos blogs, a

aproximação com o gênero opinativo, embora os novos coletivos de jornalistas blogueiros apresentem uma forte tendência para o jornalismo investigativo.

O jornalismo que é feito nos blogs é diferente do que se fazia nos meios impressos e analógicos; embora os jornalistas adotem nos blogs a mesma ética e conceitos deontológicos apreendidos ao longo da carreira, nas rotinas produtivas as prescrições são outras, o trabalho é individual ou em equipes pequenas, além da necessidade de ter outro trabalho, ou de buscar um meio de subsistência. Esses profissionais também levam para os blogs valores como a reputação, a credibilidade, a popularidade e a visibilidade, que hoje são potencializados pelas redes sociais e se transformaram em capital social.

A total independência e liberdade de expressão desejada pelos blogueiros é ilusória. Como sobreviver, dentro da lógica capitalista, sem um meio de subsistência? Os jornalistas ligados aos portais de grandes empresas de comunicação mantêm uma relação contratual estável, recebem salários e são considerados trabalhadores produtivos. Aqueles profissionais que não têm esse vínculo, nem a estabilidade contratual, são improdutivos perante o sistema, ou seja, para a reprodução do capital; dependem de anúncios e arranjos econômicos para a manutenção do blog e da própria subsistência.

Malini e Antoun (2013, p. 195) afirmam que a blogosfera “reposiciona o tipo de passado que importa na decisão de ação”, ou seja, a publicidade que antes ditava a moda, agora está à mercê dos interesses de leitores e das recomendações dos blogueiros. Segundo os autores, o jornalista, o intelectual e o crítico detinham “por séculos o poder de representar a informação e a ideia, a partir de uma produção baseada na produção da verdade por meio do pensamento” e, por esse motivo, foram os primeiros “a serem colocados em cheque por essa nova ordem textual”, com as corporações de mídia tentando descredenciar e desacreditar esses novos agentes de informação (idem).

Sendo assim, a publicidade é uma realidade viável apenas para os blogueiros mais conhecidos, que conseguem reproduzir a imagem de sucesso e credibilidade conquistada anteriormente em outros meios, ou para aqueles que dão lucro para os portais. Para manter a total independência, alguns jornalistas optam por não ter anúncios em seus blogs. Esses “novos agentes da informação” investiram em fazer um

jornalismo contra hegemônico e começaram a incomodar, principalmente as grandes corporações de comunicação, que encontraram na justiça um meio de censura. A falta de uma legislação atualizada, que regule a atuação do blogueiro deixa brechas para o controle e a censura, por meio de ações judiciais. Os blogueiros que dispõem de recursos, como outros empregos e fontes, conseguem sobreviver a esses problemas; aos demais, que são maioria, resta encerrar o blog, ou aceitar a ajuda financeira dos companheiros e leitores, por métodos alternativos, como o *crowdfunding*.

A articulação de um movimento contra hegemônico, que se contrapõe às manipulações da mídia hegemônica, levou os jornalistas blogueiros a se organizarem e formarem a chamada *blogosfera progressista*, baseada na autocomunicação de massas (Castells, 2013), o grupo afirma não ter qualquer estrutura verticalizada, além de possuir opiniões diversificadas. O combate pela democratização dos meios de comunicação, a denúncia das manipulações da mídia e a luta pela liberdade de expressão são as pautas principais do movimento, que viu no apoio coletivo e no financiamento virtual, com contribuições de leitores e simpatizantes - novos arranjos econômicos para a subsistência dos blogs.

Diante dessas conclusões, consideramos que nossas hipóteses estão confirmadas: os profissionais do jornalismo migraram das mídias tradicionais (impresso, rádio e TV) para novas mídias, principalmente para os blogs. Eles adotaram e migraram para o novo meio em busca de maior autonomia, independência, liberdade de expressão e realização profissional, entre outras motivações. Sendo assim, podemos afirmar que ainda estamos em pleno processo de transição do jornalismo que, em sua essência, nasceu como difusor de informação e se transformou em meio de contra hegemonia; repete-se, assim, a sua narrativa.

Na história da humanidade, poucas vezes a comunicação foi neutra. Para Vito Gianotti, nem a prensa de Gutenberg foi inventada como um instrumento neutro; ao reproduzir a Bíblia, o ourives já tinha a clara intenção de conquistar a adesão de mais fiéis, mas na realidade seu principal objetivo era “difundir ideias contrárias ou não alinhadas automaticamente ao sistema dominante” (2014, p.11). Da prensa vieram os jornais, criados para informar, mas utilizados principalmente como instrumentos de convencimento; no século XVII para difundir o liberalismo e os ideais de Revolução Francesa, e no século XIX, para divulgar as ideias e valores burgueses, levando a

informação e a civilização europeia para o “restante do mundo não civilizado”. E foi graças ao jornal, segundo o autor, “e à força dos exércitos que sempre iam junto com os jornais, que essas ideias e valores se tornaram dominantes. Ideias dominantes para garantir exércitos dominantes” (idem, p. 12), completa. Mais tarde, os comunistas também investiram no jornal para divulgar sua visão de mundo e se contrapor às ideias da burguesia. E assim o jornal se estabeleceu como o veículo de convencimento para disputar a hegemonia, sendo utilizado ao longo da História por revolucionários como Robespierre, Danton, Marat, Marx, Lênin, Gramsci, entre outros.

Este rápido percurso traçado por Gianotti, nos faz refletir que a história é sempre cíclica porque, de algum modo, acaba retomando as mesmas questões, embora o faça em outras condições. Vimos que, ao longo do século XX, o avanço do capitalismo, a globalização e a introdução das tecnologias, reconfiguraram o papel da comunicação e da informação na sociedade contemporânea. São protagonistas das relações de poder, colocando a mídia no centro das discussões políticas, econômicas e sociais. O mundo do trabalho também se modificou, com as relações flexíveis e precarizadas. Ao mesmo tempo, os meios de produção tornaram-se acessíveis para a produção da comunicação. “Agora, com a nova tecnologia, jornalistas que ‘escrevem’ podem também, em um processo direto, tipografar”, afirmou Raymond Williams (2005, p. 81). Para ele, essa mudança ameaça as habilidades tradicionais, onde há um tipo de disputa, em que “a realidade do acesso estará em relação direta com as formas de controle do capital e com a ordem social geral a elas relacionada”. Nesse sentido, a partir da internet, o jornalismo tomou fôlego e produziu novas mídias, em concorrência direta com o jornalismo tradicional. E proporcionou a cada cidadão, jornalista ou não, maior acesso à informação.

No Brasil, diante de um cenário de dominação e controle hegemônico dos meios de comunicação, uma parcela dos jornalistas buscou alternativas para a prática de um jornalismo a favor da liberdade de expressão, independente, contra hegemônico e imparcial. E, diante das dificuldades advindas da reestruturação produtiva, buscaram novos meios de subsistência. Migraram do jornal impresso para os blogs e chegaram a “um estágio do desenvolvimento social no qual a apropriação geral dos meios de produção comunicativa pode ser praticamente atingida, com meios integrados de revolução social e de utilização de novas capacidades técnicas” (Williams, 2005, p. 84).

Nesse processo, encontraram empecilhos financeiros para desenvolver o seu trabalho, e buscaram outros arranjos econômicos baseados na autogestão e no cooperativismo: o *crowdfunding* e o colaborativismo. Raymond Williams previu que “o modo de autonomia e autogestão comunitárias avançarão consideravelmente, conforme os processos transformativos intrínsecos, para a alteração do caráter geral existente de tais produções” (idem). Desse modo, os jornalistas vão, aos poucos, reorganizando o trabalho, a subsistência e o novo espaço para a prática da liberdade de expressão.

Sendo assim, em resposta às nossas questões iniciais, uma parcela dos jornalistas migraram naturalmente para os meios digitais, principalmente para os blogs, por ser considerado um meio democrático e de baixo custo para a prática da profissão. Além de conciliar tecnologia e facilidade de acesso, entre outros motivos, a busca por um espaço da prática da liberdade expressão foi uma resposta recorrente dos jornalistas blogueiros pesquisados, confirmando assim as nossas hipóteses. Os blogs se constituem em novo espaço de prática de um jornalismo independente e contra hegemônico, com novas narrativas apoiadas em apuração jornalística.

A liberdade de expressão e a independência almejadas não são totalmente alcançadas; primeiro, pela difícil relação com os anunciantes e, segundo, porque a falta de uma legislação específica abre brechas para medidas judiciais e cerceamento econômico contra os jornalistas blogueiros. A censura sai das mãos de um órgão específico do Poder Executivo e passa a ser controlada por decisões judiciais. Consequentemente, aqueles que têm mais recursos conseguem sobreviver ao enfrentamento com a Justiça; aos demais, resta procurar apoio, novas soluções, ou simplesmente encerrar o blog. A estabilidade financeira está nas empresas de comunicação e a dificuldade econômica e jurídica desses arranjos econômicos se constitui em se manterem com seu discurso contra hegemônico.

A política é tema recorrente e de interesse comum entre esses blogueiros. O Brasil está atravessando a fase mais longa da democracia brasileira, e há uma clara disposição para a discussão política; além disso, essa abertura incentiva o surgimento de novas formas de ativismo e de movimentos sociais, que se organizam horizontalmente em prol de causas políticas, culturais e sociais. Esses embates políticos e ideológicos criaram uma polarização entre os jornalistas blogueiros hegemônicos

(ligados às empresas de comunicação) e contra hegemônicos. Para Venício Lima, a comunicação é um agente político importante para o processo de transformação social. “Na verdade, você não pode ter uma teoria democrática que não contemple as questões relacionadas à comunicação no mundo contemporâneo. E você não pode também ter uma teoria da comunicação que não contemple as implicações e o papel central que, por exemplo, a liberdade de expressão no seu conceito histórico, grego e humanista moderno, representa na construção democrática. (Lima, 2014, p.87)

A sociedade em rede nos mostra que a internet é um espaço privilegiado de luta política para a sociedade civil; mas, na mesma proporção que surgem movimentos em prol da democracia e da liberdade de expressão, nascem organizações contrárias, de incitação ao ódio e desrespeito aos direitos humanos, além de uma preocupação constante em torno do controle e da vigilância. O embate do jornalista com o leitor agora é direto, e ambos têm o poder de disseminar a informação nas redes sociais ou nos próprios blogs, mas apenas os jornalistas de maior fama e tempo de carreira conseguem se manter. O jornalista precisou se adaptar aos novos desafios da profissão.

Diante dessas constatações, torna-se evidente a necessidade de maior pluralidade de mídia. A linha ideológica e editorial apresentada pela mídia hegemônica não representa a diversidade política e cultural da população brasileira. E essa pluralidade só será alcançada com a democratização dos meios de comunicação, que dará oportunidades a novos veículos e grupos de comunicação, favorecerá rádios e tevês comunitárias, jornais alternativos e aumentará as opções de informação, criando diversas visões no espaço público. Além disso, é importante que as verbas publicitárias dos governos federal, estadual e municipal sejam aplicadas em mídias e plataformas não vinculadas a grandes grupos de comunicação. Vale destacar a importância da maior participação popular, por meio de entidades como o Fórum Nacional pela Democratização da Comunicação (FNDC), a Frente Parlamentar pela Liberdade de Expressão e o Direito à Comunicação com Participação Popular (Frentecom), entre outros grupos e coletivos, extremamente importantes para a formatação, acompanhamento e fiscalização de políticas públicas.

Nessa relação política e plural, há espaço para o crescimento da comunicação comunitária e participativa, com o surgimento de produtores locais de informação, prática que já vem sendo aplicada com sucesso nos Estados Unidos. Para Carlos

Castilho⁹⁸ (2014), os nichos especializados e o jornalismo comunitário são alternativas atraentes. Jornalistas que perderam o emprego utilizam a sua experiência, dados, informações e contatos acumulados durante tempo de trabalho nas redações para produzir matérias locais e vender os textos para as próprias empresas que os demitiram, transformando-se em uma espécie de “correspondente local”. Além disso, o autor aponta o ressurgimento da pequena imprensa local, que segundo a pesquisa “Grande Pequena Imprensa”, do Instituto Projor⁹⁹ – Instituto para o Desenvolvimento do Jornalismo, em parceria com o *Observatório da Imprensa*, “gerou um aumento de vendagem das publicações locais da ordem de 2,78%, apesar da crise na indústria da comunicação jornalística”.

Embora já exista uma quantidade razoável de blogs e diversos coletivos de jornalistas, essa ainda não é uma realidade para as pequenas localidades brasileiras. Recuperar a essência do jornalismo comunitário talvez seja uma saída para enfrentar a crise e a grande onda de demissões que acometem as empresas de comunicação nos últimos anos. Utilizando poucos recursos, esses pequenos veículos podem oferecer noticiário regional, mostrar problemas, soluções e culturas diferentes para outros lugares. E o jornalista continuaria a cumprir o seu papel, de mediador e transmissor da informação, mas também de formador de opinião. Ao receber a informação, a comunidade terá condições de analisar e refletir sobre os problemas do seu cotidiano e procurar soluções para resolvê-los.

Para a formação de uma mídia democrática, é importante também investir na formação dos jornalistas. Hoje esses jovens são preparados pelas universidades para trabalharem como empregados de empresas tradicionais, seja nas redações ou em assessorias de imprensa. Mas essa não é a realidade do mundo do trabalho dos jornalistas: somente ao chegar ao mercado eles descobrirão que não há emprego para todos, ao menos do modo convencional. Há trabalho, físico e virtual, onde a criatividade e a ousadia são bem recebidas. Mas eles não são preparados para isso. É preciso, a partir da formação, fazer com que esses jovens entendam toda a nossa problemática contemporânea, para que eles possam vencer preconceitos e lutar por um caminho

⁹⁸ Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/posts/view/demissoes_e_a_alternativa_comunitaria_no_jornalismo_contemporaneo Acesso em 25/01/2015.

⁹⁹ Disponível em <http://www.projor.org.br/projor/> Acesso em 25/01/2015.

alternativo, buscando pessoas e temas esquecidos pela grande mídia. Mas as soluções não são individuais.

As transformações abordadas nessa tese, principalmente a migração para o jornalismo digital, os obstáculos e soluções econômicas encontrados pelos jornalistas blogueiros, e a luta pela democratização dos meios de comunicação são recentes e, a nosso ver, encontram-se em transição. Desse modo, como sugestão de pesquisas futuras, consideramos ser extremamente importante acompanhar o desenvolvimento das novas mídias alternativas e contra hegemônicas não só do Brasil, mas também grupos de países da América Latina, que seguem a sua tradição em comunicação alternativa e atualmente dispõe de uma grande gama de agências virtuais de notícias (Moraes, 2013). É interessante observar se os jornalistas latino americanos compartilham das mesmas dificuldades (econômicas e judiciais) e arranjos econômicos que os colegas brasileiros.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa (1970-2000)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. (Coleção Descobrindo o Brasil).

ADGHIRNI, Zélia L. **Blogs: a invasão dos profanos do mundo digital na esfera sagrada do jornalismo**. Anais do VI SBPJOR, São Paulo, 2008. Disponível em:

<http://sbpior.kamotini.kinghost.net/sbpior/admior/arquivos/coordenada12zelialealadghirni.pdf> Acesso em 05/04/2013.

_____; PEREIRA, Fábio Henrique. **Perfil profissional no ciberjornalismo: o blog como espaço de autoria e identidade na web**. Anais do IV SBPJOR, Porto Alegre, 2006. Disponível em

http://sbpior.kamotini.kinghost.net/sbpior/admior/arquivos/coord3_zelia_adghirni_e_fabio_pereira.pdf Acesso em 29/11/2014.

ALBORNOS, Suzana. **O que é trabalho**. São Paulo: Brasiliense, 2008. (Coleção Primeiros Passos)

ALMEIDA, Alexandre Cruz. **Os jornalistas e os blogs**. Texto publicado no Observatório da Imprensa, edição n. 274, em 27/04/2004. Disponível em

<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/os-jornalistas-e-os-blogs> Acesso em 08/01/2015.

ALVES, Giovanni. **Trabalho e subjetividade**. O espírito do toyotismo na era do capitalismo manipulatório. São Paulo: Boitempo, 2011.

AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. Blogs: mapeando um objeto. In: _____. (Orgs). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p. 27-54.

_____; QUADROS, Claudia. **Agruras do Blog: o jornalismo cor-de-rosa no ciberespaço?** Revista Eletrônica Razón y Palabra n. 53. México, outubro-novembro de 2006. Disponível em

<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n53/amaralquadros.html> Acesso em 29/11/2014

AMORIM, Henrique. **As teorias do trabalho imaterial: uma reflexão crítica a partir de Marx**. Cad. CRH, Salvador, v.27, n.70, Apr. 2014.

Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-49792014000100003&lng=en&nrm=iso>. Acesso em 17/12/2014
<http://dx.doi.org/10.1590/S0103-49792014000100003>.

AMORIM, Paulo Henrique. In FREITAS, Eduardo L. V. **Política e internet: quatro jornalistas (blogueiros) em novos tempos**. Tese de doutorado em Ciências Sociais –

anexos – PUC/SP – 2010. Disponível em http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=188746 Acesso em 29/11/2014

_____. Conversa Afiada: desmascarando o PIG. In BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

ASSANGE, Julian et al. **Cypherpunks**. Liberdade e o futuro na internet. Tradução Cristina Yamagami. São Paulo: Boitempo, 2013.

ASSIS, Francisco e CARNIELLO, Mônica Franchi. **Geografias da comunicação: espaços reflexivos no território latino-americano**. Artigo publicado na edição n. 12 da Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIIC) em 2010. Disponível em <http://www.alaic.net/revistaalaic/index.php/alaic/article/view/181> Acessos em 29/11/2014

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**. Ensaio sobre a afirmação e negação do trabalho. 6ª ed. São Paulo: Boitempo, 2003.

_____. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as Metamorfoses e a Centralidade do Mundo do Trabalho. São Paulo: Cortez Editora, 1995.

_____. **O continente do labor**. São Paulo: Boitempo, 2011 (Coleção Mundo do Trabalho).

_____; BRAGA, Ruy. **Infoproletários**. Degradação real do trabalho virtual. São Paulo: Boitempo, 2009.

AZENHA, Luiz Carlos. BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

BACCEGA, Maria A. **Palavra e discurso**. História e literatura. São Paulo: Ática, 1995.

_____. e COSTA, Maria Cristina Castilho (organizadoras). **Gestão da comunicação: epistemologia e pesquisa teórica**. São Paulo: Paulinas, 2009.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Discursos e ciência. São Paulo: Hucitec, 1988.

BAUMAN, Zygmunt, **Globalização: as consequências humanas**; tradução Marcos Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BERNARDO, Marcia Hespanhol. **Trabalho duro, discurso flexível**. Uma análise das contradições do toyotismo a partir da vivência de trabalhadores. São Paulo: Expressão Popular, 2009.

BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

BORGES, Juliano. **Webjornalismo político e a cobertura online das eleições presidenciais de 2002**. *Revista Matrizes*, São Paulo, Ano 2, n. 1, segundo semestre 2008. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/viewFile/182/305> Acesso em 29/11/2014.

BRAGA, Adriana. Todo mundo pode ter um blog? Práticas de legitimação na blogosfera. In RODRIGUES, Carla (org.). **Jornalismo on-line: modos de fazer**. Rio de Janeiro: Editora PUC Rio: Editora Sulina, 2009.

BRANDÃO, Helena Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2ª ed. rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp: 2009.

_____. **Enunciação e construção do sentido**. In FIGARO, Roseli (org.). *Comunicação e Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2012.

BRESCIANI, Luis Paulo. **Flexibilidade e reestruturação: o trabalho na encruzilhada**. Perspectiva. São Paulo, Fundação Seade, v. 11, n.1, jan./mar., 1997.

BRIGGS, Asa& BURKE, Peter. **Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet**. 2ª ed. - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

BUCCI, Eugenio. **A imprensa e o dever da liberdade**. A independência editorial e suas fronteiras com a indústria do entretenimento, as fontes, os governos, os corporativismos, o poder econômico e as ONGs. São Paulo: Contexto, 2009

_____. **O desejo de censura**. Publicado na edição 653 do site Observatório da Imprensa em 01/08/2011. Disponível em http://observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o_desejo_de_censura Acesso em 29/11/2014.

CANAVILHAS, João. **Blogues Políticos em Portugal: o dispositivo criou novos actores?** Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação (BOCC), 2005. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-politica-e-weblogs.pdf> Acesso em 18/11/2014

CARNEIRO, Maria Luiza Tucci. Imprensa irreverente, tipos subversivos. In CARNEIRO, Maria Luiza Tucci ; KOSSOY, Boris (Orgs.). **A imprensa confiscada pelo DEOPS, 1924-1954**. São Paulo: Ateliê Editorial; Imprensa Oficial; Arquivo do Estado, 2003.

CARDOSO, Ana Claudia Moreira. **Tempos de trabalho, tempos de não trabalho**. Disputas em torno da jornada do trabalhador. São Paulo: Annablume, 2009. (Coleção Trabalho e Contemporaneidade)

CARTA, Mino. In FREITAS, Eduardo L. V. **Política e internet: quatro jornalistas (blogueiros) em novos tempos**. Tese de doutorado em Ciências Sociais – anexos – PUC/SP – 2010. Disponível em

<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp141550.pdf> Acesso em 29/11/2014

CASQUINI, Vander. **Empreendedorismo social em perspectiva global: bem comum, trabalho e engajamento na retórica do capitalismo contemporâneo**. Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura (EPTIC) v. 17, n. 1 (2015)

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

_____. **A Galáxia da internet**. Reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

_____. Inovação, liberdade e poder na era da informação. P. 225 a 231. In MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade midiaticizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2004.

_____. **Comunicación y poder**. Madri: Alianza Editorial, 2009.

_____. **Redes de indignação e esperança**. Movimentos sociais na era da Internet. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

CAVENAGHI, Beatriz de A; BALDESSAR, Maria José. **Jornalismo móvel** – espaço de lugares e não-lugares e de novas práticas profissionais. Artigo publicado nos anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), 2012. Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2012/resumos/R7-2055-1.pdf>. Acesso em 05/11/2014.

CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria A.; LOPES, Maria Immacolata V. de; FRANÇA (Orgs.). **Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014.

COELHO, Claudio Novaes Pinto. **Mídia e poder na sociedade do espetáculo**. Artigo publicado na Revista Cult – Edição 154 –fevereiro de 2011. Disponível em <http://revistacult.uol.com.br/home/2011/02/midia-e-poder-na-sociedade-do-espetaculo/> Acesso em 02/11/2014

COSTA, Cristina. **Ficção, comunicação e mídias**. São Paulo: editora SENAC, 2002. (Série Ponto Futuro)

_____. (Org.) . **Seminários sobre Censura**. 1. ed. São Paulo: Balão Editorial, 2012.

COUTINHO, Eduardo Granja (org.). **Comunicação e contra hegemonia**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

DAL ROSSO, Sadi. **Mais trabalho!** Intensificação do labor na sociedade contemporânea. São Paulo: Boitempo, 2008.

DANTAS, Marcos. **Trabalho com Informação**. Valor, acumulação, apropriação nas redes do capital. Rio de Janeiro: Centro de Filosofia e Ciências Humanas da UFRJ (CFCH-UFRJ), 2012.

_____. **Capitalismo na era das redes: trabalho, informação e valor no ciclo da comunicação produtiva**. In: Lastres, H. M. M.; Albaji, S. (orgs.) *Informação e globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1999. p. 216-261.

_____. **Mais-valia 2.0: produção e apropriação de valor nas redes do capital**. Revista Eptic Online. Vol. 16, n.2, p. 89 a 112, mai - ago 2014. Disponível em <http://www.seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/2167> Acesso em 29/10/2014

_____. Canavarro, Marcela; Barros, Marina. **Trabalho gratuito nas redes**: de como o ativismo de 99% pode gerar ainda mais lucros para 1%. Liinc em Revista, Rio de Janeiro, v.10, n.1, p. 22-43, maio 2014b.

Disponível em <http://revista.ibict.br/liinc/index.php/liinc/article/view/696> Acesso em 04/12/2014.

DARBILLY, Leonardo Vasconcelos Cavalier. **Blogosfera, estratégias de subversão e o campo da comunicação no Brasil**: uma análise do Movimento dos Blogueiros Progressistas sob uma perspectiva de estudos organizacionais. 2014, 297 f. Tese (doutorado). Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas da Fundação Getúlio Vargas (FGV). Defendida em 14/02/2014. Meio digital e impresso. Disponível em <http://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/11553/Tese.pdf?sequence=5> Acesso em 05/01/2015.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. E-book digitalizado por Coletivo Periferia e e-books Brasil, 2003. Disponível em <http://www.ebooksbrasil.org/adobeebook/socespetaculo.pdf>. Acesso em 31/10/2014

DELEUZE, Gilles. **Conversações** (1972-1990). Tradução de Peter Pelbant. São Paulo: Editora 34, 2007 (6ª reimpressão).

DOCTOR, Ken. **Newsonomics**. Doze novas tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial. São Paulo: Cultrix, 2011.

DOWNING, John D. H. **Mídia Radical**. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2004.

ESCOBAR, Juliana. Blogs como nova categoria de jornalismo. In: AMARAL, Adriana; RECUERO, Raquel; MONTARDO, Sandra. (Orgs). **Blogs.com: estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo: Momento Editorial, 2009, p.217-236.

_____. **Blog do Noblat e escândalo midiático: jornalismo sobre novas bases**. In:

Unirevista. Vol. 1; n.3; julho de 2006. Disponível em <http://www.portcom.intercom.org.br/navegacaoDetalhe.php?id> Acesso em 29/11/2014.

_____. Blogs como nova categoria de webjornalismo. IN: AMARAL, Adriana. MONTARDO, Sandra. RECUERO, Raquel (orgs.). **Blogs. com: Estudos sobre blogs e comunicação**. São Paulo, 2009.

FÁVERO, Leonor L e ANDRADE, Maria Lúcia C. V. O. Os processos de representação da imagem pública nas entrevistas. In PRETI, Dino (org.). **Estudos de língua falada: variações e confrontos et AL.** 2 ed. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2006.

FELINTO, Erick. **Crowdfunding: entre as multidões e as corporações.** Revista Comunicação, Mídia e Consumo (ESPM). São Paulo, ano 9, vol. 9 n. 26 p. 137-150 nov. 2012. Disponível em <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/view/347> Acesso em 10/01/2015.

FIGARO, Roseli (coord.); NONATO, Claudia; GROHMANN, Rafael. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista.** Prefácio de José Marques de Melo. São Paulo: Atlas, 2013.

_____. (org.); BRAIT, Beth; Brandão, Helena Nagamine; FIORIN, José Luiz; BACCEGA, Maria Aparecida; SOUZA-E-SILVA, Maria Cecília. **Comunicação e Análise do Discurso.** São Paulo: Contexto, 2012.

_____. **Comunicação e Trabalho: estudo de recepção:** o mundo do trabalho como mediação da comunicação. São Paulo: Anita Garibaldi, 2001.

_____. (coord.) **O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo:** um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo. Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho CNPq/ECA-USP. São Paulo: Fapesp (2009-2012) Pesquisa concluída. Disponível em <http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2009-2012/> Acesso em 05/11/2014

_____. (coord.) **Comunicação e trabalho:** as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação. Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho CNPq/ECA-USP. São Paulo: Fapesp. Pesquisa concluída. Disponível em <http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2005-2007/Acesso em 05/11/2014>

_____. **Vigilância e controle à comunicação no mundo do trabalho.** In: COSTA, Maria Cristina C. (org.) Diálogos sobre censura e liberdade de expressão. Brasil e Portugal. São Paulo: ECA/USP, 2014, p.129-146.

_____. **Considerações sobre os resultados da pesquisa de recepção:** a construção dos sentidos do trabalho pelos receptores dos meios de comunicação. Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación. Año II, n.2 enero/junio, 2005. P.138-148. ISSN 1807-3026

_____. **Atividade de Comunicação e Trabalho.** Revista Trabalho, Educação e Saúde, v. 6, n.1, p. 107-145, mar/junho 2008. Disponível em <http://www.revista.epsjv.fiocruz.br/upload/revistas/r200.pdf> Acesso em 03/12/2014.

_____. **Comunicação e trabalho para mudanças na perspectiva sociotécnica.** Rev. USP, São Paulo, n. 86, ago. 2010. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13816/15634>. Acesso em 18/10/2014

_____. **Relações de comunicação no mundo do trabalho e a comunicação das organizações.** In: MARCHIORI, Marlene (org.). Faces da cultura e da comunicação organizacional. São Caetano do Sul, São Paulo: Difusão editora, 2010.

_____. **Estudo de Recepção e Ergologia:** novos desafios teórico-metodológicos. E-Compós, Vol. 12, No 3, 2009.

_____. A abordagem ergológica e o mundo do trabalho dos comunicadores. **Trab. educ. saúde (Online)**, Rio de Janeiro, v. 9, supl. 1, 2011. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1981-77462011000400014&lng=pt&nrm=iso>. Acessos em 20 jan. 2015.
<http://dx.doi.org/10.1590/S1981-77462011000400014>.

FIGUEIRAS, Rita. **Intelectuais e redes sociais: novos media, velhas tradições.** In: Revista MATRIZES, ano 6 – N. 1 Jul/dez 2012 – p. 145-160. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/263> Acesso em 15/04/2013.

FOLCHER, Viviane; RABARDEL, Pierre. Homens, artefatos, atividades: perspectiva instrumental. In: FALZON, Pierre. **Ergonomia.** São Paulo: Blucher, 2007.

FONSECA Bruno; RODRIGUES, Camila; BODENMÜLLER; Luiza, VIANA Natalia. **A revoada dos passaralhos** (online). Reportagem publicada em junho de 2013 no portal Pública – agência de reportagem e jornalismo investigativo. Disponível em <http://apublica.org/2013/06/revoada-dos-passaralhos/> Acesso em 13/11/2014.

FONSECA, Virgínia e SOUZA, Paulo H. Rodrigues de. **O pós-fordismo na produção jornalística.** Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v.2, n.15. p. 1-18, julho/dezembro 2006. Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4264/4426>. Acesso em 18/10/2014

FRANÇA, Vera Veiga. **O objeto da comunicação/A comunicação como objeto.** In HOHLFELDT, A; MARTINO, L; FRANÇA, V. Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

FREITAS, Eduardo L. V. **Política e internet: quatro jornalistas (blogueiros) em novos tempos.** Tese de doutorado em Ciências Sociais – anexos – PUC/SP – 2010. Disponível em http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=188746 Acesso em 29/11/2014

FUMERO, Antonio. **Un tutorial sobre blogs.** El abecé del universo blog. In:TELOS – Cuadernos de Comunicación y Innovación. Octubre – diciembre 2005, n. 65. Disponível em <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articulocuaderno.asp@idarticulo=1&rev=65.htm> Acesso em 04/04/2013.

GIANNOTTI, Vito. **Comunicação dos trabalhadores e hegemonia**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2014.

GENTILLI, Victor. **Democracia de massas: Jornalismo e cidadania**. Estudo sobre as sociedades contemporâneas e o direito dos cidadãos à informação. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2005.

GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**; tradução de Raul Fiker – São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GRAMSCI, Antonio. **Obras escolhidas**. Tradução de Manuel Cruz. São Paulo: Martins Fontes, 1978.

_____. **Cadernos do Cárcere** – volume 2. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 2011.

_____. **Os intelectuais e a organização da cultura**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1999.

GUAZINA, Liziane Soares. **Jornalismo que tem lado: o caso dos blogueiros brasileiros “progressistas”**. BRAZILIAN JOURNALISM RESEARCH - Volume 9 - Número 2 – 2013. Disponível em <http://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/545/492> Acesso em 09/01/2015.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro, 2003.

_____. **Técnica e ciência como “ideologia”**. Coleção Os Pensadores, São Paulo: Editora Abril, 1975.

HALL, Stuart. **A identidade cultural da pós-modernidade**. 10ª ed. Rio de Janeiro: DP&A Editora, 2005.

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna**. São Paulo: edições Loyola, 1996.

_____. **Para entender o capital**. Livro I. São Paulo: Boitempo, 2010.

HOBBSBAWM, Eric. **Globalização, democracia e terrorismo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

HOHLFELDT, A; MARTINO, L; FRANÇA, V. **Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

HUWS, Ursula Elin. **Vida, trabalho e valor no século XXI: desfazendo o nó**. Caderno CRH, vol. 27, núm. 70, janeiro-abril, 2014, pp. 13-30. Universidade Federal da Bahia. Salvador, Brasil. Disponível em <http://www.redalyc.org/pdf/3476/347632193002.pdf>. Acesso em 29/12/2014.

_____. A construção de um cibertariado? Trabalho virtual num mundo real. In ANTUNES, Ricardo; BRAGA, Ruy. **Infoproletários**. Degradação real do trabalho virtual. São Paulo: Boitempo, 2009.

_____. **O que mudou foi a divisão do trabalho** (Entrevista). Revista do Instituto Humanitas Unisinos - IHU (On-line). Ano VII, N. 216, 23/04/2007. Disponível em

http://www.ihuonline.unisinos.br/index.php?option=com_content&view=article&id=854&secao=216 . Acesso em 03/12/2014.

IANNI, Octavio. **A sociedade global**. 15ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2013.

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

KARAM, Francisco J. C. e CHRISTOFOLETTI, Rogério. Fundamentos jornalísticos para novos cenários éticos da informação. In SILVA, Gislene; Künsch, Dimas; BERGER, Christa.; ALBUQUERQUE, Afonso.(Orgs.) **Jornalismo Contemporâneo. Figurações, impasses e perspectivas**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2011.

KELLNER, Douglas. Cultura da mídia e triunfo do espetáculo (p 119 a 147). In MORAES, Dênis de (Org.). **Sociedade Midiatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

KOTSCHO, Ricardo. **Guerra na web. A nova onda de intolerância**. Publicado no Observatório da Imprensa, edição 664, em 20 de outubro de 2011. Disponível em http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/a_nova_onda_de_intolerancia Acesso em 09/01/2015.

_____. O balaio e a “segunda vida profissional”. In BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

KUCINSKI, Bernardo. A primeira vítima: a autocensura durante o regime militar. In In: CARNEIRO, Maria Luiza Tucci (Org.). **Minorias silenciadas: história da censura no Brasil**. São Paulo: EDUSP; Imprensa Oficial do Estado, 2002. p. 533-551.

_____. **A síndrome da antena parabólica**. Ética no jornalismo brasileiro. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 1998.

_____. **A nova era da comunicação**: reflexões sobre a atual revolução tecnológica e seus impactos no jornalismo. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. 9, No. 1 – janeiro a junho de 2012, p. 4 a 16. Disponível em:

<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/19846924.2012v9n1p4/2223> Acesso em 18/10/2014

_____.; LIMA, Venício A. de. **Diálogos da perplexidade**. Reflexões críticas sobre a mídia. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2009.

KUSHNIR, Beatriz. **Cães de Guarda**. Jornalistas e censores, do AI5 à Constituição de 1988. São Paulo: FAPESP; Boitempo, 2004.

LEIGH, D; HARDING, L. **WikiLeaks: a guerra de Julian Assenge contra os Segredos de Estado**. Tradução de Ana Resende. Campinas, SP: Verus, 2011.

LEITE, Marcia de Paula. **A economia solidária e o trabalho associativo: teorias e realidades**. Rev. bras. Ci. Soc., São Paulo, v. 24, n. 69, Feb. 2009.

Available from <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092009000100003&lng=en&nrm=iso>. access on 28 Jan. 2015.
<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092009000100003>.

LEMOS, André. Tecnologia e Cibercultura. In CITELLI, Adilson; BERGER, Christa; BACCEGA, Maria A.; LOPES, Maria Immacolata V. de; FRANÇA (Orgs.). **Dicionário de Comunicação: escolas, teorias e autores**. São Paulo: Contexto, 2014. Pag. 412 a 420.

LEONTIEV, Alexei N. **O desenvolvimento do psiquismo**. São Paulo: Centauro, 2004.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. Trad. de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999 (1ª ed.); 2010 (3ª ed.)

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **Comunicação e mundo do trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação /São Paulo: C. do C. N. Lima, 2010.313 p. : il. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes/Universidade de São Paulo. Orientadora: Profª Drª Roseli Aparecida Fígaro Paulino. Disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-30112010-160410/pt-br.php> Acesso em 04/12/2014.**

_____ **Do Impresso aos blogs: a busca de jornalistas pela liberdade de expressão em novos métodos e processos produtivos**. In STRELOW, A; FILHA, E; Pena, F; ASSIS, F; COUTINHO, I. (Orgs.). **Jornalismo: História, Teorias, Gêneros e Práticas**. São Paulo: INTERCOM, 2012 – (Coleção GP'S : grupos de pesquisa; vol. 4)

LIMA, Venício A. de. **Mídia. Teoria e política**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2001.

_____ **Mídia. Crise política e poder no Brasil**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2006.

_____ (Org.). **A mídia nas eleições de 2006**. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

_____ **Comunicação e Cultura: as ideias de Paulo Freire**. 2ª ed. rev. Brasília: Editora Universidade de Brasília; Fundação Perseu Abramo, 2011

_____ **Liberdade de expressão x liberdade de imprensa: direito à comunicação e democracia**. 2.ed. revista e ampliada. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

_____ ; GUIMARÃES, Juarez. **Liberdade de expressão**. As várias faces de um desafio (orgs.). São Paulo: Paulus, 2013.

_____ **Os falsos paladinos da liberdade de expressão**. Publicado na edição 705 do site Observatório da Imprensa em 31/07/2012. Disponível em

http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/os_falsos_paladinos_da_liberdade_de_expressao

_____. **O silêncio como forma de censura.** Publicado no Observatório da Imprensa em 22/03/2011. Disponível em <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/o-silencio-como-forma-de-censura> Acesso em 22/06/2014

LOJKINE, Jean. **A classe operária em mutações.** Tradução José Paulo Netto, Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em Comunicação.** São Paulo: Edições Loyola, 1997.

LORENZOTTI, Elizabeth. **Jornalismo Século XXI.** O modelo #mídia Ninja. E-book, 2014.

MACHADO, Arlindo. Os desafios midiáticos no Acre. In BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

MAGALHÃES, Eleonora de; ALBUQUERQUE, Afonso, de. **Jornalistas sem jornal: a “blogosfera progressista” no Brasil.** Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Política do XXIII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal do Pará, Belém, de 27 a 30 de maio de 2014. Disponível em http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT05_COMUNICACAO_E_POLITICA/compos2014_jornalistassemjornal_eleonoraefonso_2171.pdf Acesso em 09/01/2015.

MALINI, Fábio; ANTOUN, Henrique. **@ Internet e # Rua.** Ciberativismo e mobilização nas redes sociais. Porto Alegre: Sulina, 2013.

MAMAN, Armando. **O impacto da comunicação em rede nas relações de trabalho capitalistas.** Dissertação de mestrado defendida em 2008 na ECA/USP, sob orientação de Cristina Costa. Disponível em http://www.dominiopublico.gov.br/pesquisa/DetalheObraForm.do?select_action=&co_obra=106206

MARCONDES FILHO, Ciro. **Ser jornalista.** O desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009. (Coleção Comunicação)

_____. **Ser jornalista.** A língua como barbárie e a notícia como mercadoria. São Paulo: Paulus, 2009. (Coleção Comunicação)

MARSHALL, Leandro. **O Jornalismo na era da publicidade.** São Paulo: Summus, 2003.

MARTÍN - BARBERO, Jesús. **Ofício de Cartógrafo.** Travessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo: edições Loyola, 2004.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação**: ideias, conceitos e métodos. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MATTERLART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1999.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **Cultura, arte e literatura**. Textos escolhidos. São Paulo: Expressão Popular, 2010.

_____. **Manuscritos econômicos filosóficos**. São Paulo: Boitempo, 2006.

_____. **Liberdade de imprensa**. Tradução de Claudia Schilling e José Fonseca. Porto Alegre: L&PM, 2007.

MATTOS, Sérgio. **Mídia controlada**. A história da censura no Brasil e no mundo. São Paulo: Paulus, 2005. (Coleção Comunicação).

_____. O jornalismo brasileiro continua sob censura. In COSTA, Cristina (Org.): **Seminários sobre censura**. Núcleo de pesquisa em comunicação e censura (NPCC/ECA/USP). São Paulo: Fapesp; Balão Editorial, 2012.

MEDINA, Cremilda. As múltiplas faces da censura. In In: CARNEIRO, Maria Luiza Tucci (Org.). **Minorias silenciadas: história da censura no Brasil**. São Paulo: EDUSP; Imprensa Oficial do Estado, 2002. p. 421-434.

MICK, Jacques (Org.); BERGAMO, Alexandre; LIMA, Samuel. **Perfil do jornalista brasileiro**. Características demográficas, políticas e do trabalho (2012). Síntese dos principais resultados. Disponível em <http://perfildojornalista.ufsc.br/>. Acesso em 29/11/2014.

MORAES, Dênis de (Org.) RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**. Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

_____. (Org.) **Sociedade Mediatizada**. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

_____. (Org.) **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização cultural e poder. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004.

_____. **Vozes abertas da América Latina**. Estado, políticas públicas e democratização da comunicação. Rio de Janeiro: Mauad X Faperj, 2011.

_____. **Comunicação alternativa, redes virtuais e ativismo**: avanços e dilemas. Eptic Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación, vol. IX, n. 2, mayo – ago. / 2007.

Disponível em http://obs.postbox.com.br/download/Comunicacao_alternativa.pdf
[Acesso em 04/12/2014.](#)

_____. **Comunicação, hegemonia e contra hegemonia**: a contribuição teórica de Gramsci. Revista Debates (UFRGS), Porto Alegre, v.4, n.1, p. 54-77, jan.-jun. 2010. Disponível em <http://www.seer.ufrgs.br/debates/article/viewFile/12420/8298> Acesso em 04/12/2014.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos**. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

_____. **Repórter no volante**. São Paulo: PubliFolha, 2013.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem feita**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000

NASSIF, Luís. Entrevista. In FREITAS, Eduardo L. V. **Política e internet: quatro jornalistas (blogueiros) em novos tempos**. Tese de doutorado em Ciências Sociais – anexos - PUC/SP – 2010. Disponível em <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp141550.pdf> Acesso em 29/11/2014.

_____. 2011. Entrevista com a autora em 16/05/2011 no escritório dele, em SP.

_____. Entrevista. **O mercado de notícias**. Um documentário sobre jornalismo. Roteiro e Direção: Jorge Furtado. HD, 94 min, 2014. Site disponível em <http://www.omercadodenoticias.com.br/> Acesso em 10/01/2015

_____. O desafio de competir com os jornalões. In BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

NOBLAT, Ricardo. Entrevista. In FREITAS, Eduardo L. V. **Política e internet: quatro jornalistas (blogueiros) em novos tempos**. Tese de doutorado em Ciências Sociais – anexos - PUC/SP – 2010. Disponível em <http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cp141550.pdf> Acesso em 29/11/2014.

NONATO, Claudia. **Venício Lima: em defesa da democratização dos meios de comunicação**. Entrevista. Revista Comunicação & Educação (ECA/USP). V. 19; n.1; 2014. Disponível em <http://www.revistas.usp.br/comueduc/article/view/78571/82623>

OLIVEIRA, Cândida de; NICOLETI, Janara e Christofolletti, Rogério. **Jornalismo, ética e liberdade de expressão na web: implicações, limites e contradições do uso de mídias sociais por jornalistas**. Artigo publicado nos anais do Confibercom 2011. Disponível em <http://www.confibercom.org/anais2011/pdf/167.pdf> Acesso em 29/11/2014.

OLIVEIRA, Conceição. Reverberando os silenciados. In BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

ORLANDI, Eni P. **As formas do silêncio**. No movimento dos sentidos. Campinas, SP: Editora Unicamp, 2007 (6ª edição).

ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.

PALACIOS, Marcos. **Blogosfera e jornalismo online no Brasil ou porque Noblat, Josias e cia. não fazem Blogs**. In: Revista LUPA, Salvador, 2006. Disponível em:

http://docs.google.com/View?docid=adf4grpvm38_28gc7rm9 . Acesso em: 29/11/2014

_____. “Ruptura, continuidade e potencialização no jornalismo on-line: o lugar da memória”. In: MACHADO, E.; PALÁCIO, M. **Modelos de jornalismo digital**. Salvador: Calandra, 2003.

PENTEADO, Cláudio L. de C.; SANTOS, Marcelo B. P. dos; ARAÚJO, Rafael de P. A. **Metodologia de pesquisa de blogs de política**. Análise das eleições presidenciais de 2006 e do movimento “Cansei”. Revista de Sociologia Política, v. 17, n. 34, p. 159-181, out. 2009. Disponível em <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs2/index.php/rsp/article/viewFile/29356/19119> Acesso em 29/11/2014

POCHMANN, Marcio. **O emprego na Globalização**. A nova divisão internacional do trabalho e os caminhos que o Brasil escolheu. São Paulo: Boitempo, 2012.

PRENSKY, Marc. **Nativos Digitais, Imigrantes Digitais**. *On the Horizon* (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, Outubro 2001), disponível em <http://crisgorete.pbworks.com/w/file/fetch/58325978/Nativos.pdf> Acesso em 29/11/2014

PRIMO, Alex. **Blogs e seus gêneros**: avaliação estatística de 50 blogs em língua portuguesa. Revista Matrizes – ECA/USP. V. 4; n.1; 2010. Disponível em <http://www.matrizes.usp.br/index.php/matrizes/article/view/171>. Acesso em 29/11/2014

_____. **Os blogs não são diários pessoais online**: matriz para a tipificação da blogosfera. Revista FAMECOS. Porto Alegre, n. 36, agosto de 2008. Disponível em http://www.ufrgs.br/limc/PDFs/revista_famecos.pdf Acesso em 29/11/2014.

_____. **Transformações no jornalismo em rede**: sobre pessoas comuns, jornalistas e organizações: blogs, Twitter, Facebook e Flipboard. Revista Intexto. Porto Alegre, UFRGS, v. 02, p. 130-146, dez. 2011. Disponível em <http://seer.ufrgs.br/intexto/article/viewFile/24309/14486> Acesso em 04/04/2013
Acesso em 29/11/2014.

QUADROS, Claudia; ROSA, Ana Paula; VIEIRA, Josiany. **Blogs e as transformações do jornalismo**. Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (E-Compós). V. 3; 2005. Disponível em <http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/38/38> Acesso em 29/11/2014.

RAMONET, Ignacio. In MORAES, Dênis de (Org.). Meios de comunicação: um poder a serviço de interesses privados? In **Mídia, poder e contrapoder**. Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013

_____. A explosão do jornalismo na era digital. In **Mídia, poder e contrapoder**. Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura)

RODRIGUES, Catarina. **Blogs e a fragmentação do espaço público**. Covilhã (Portugal): Livros Labcom, 2006.

ROSÁRIO, Miguel do. O cafezinho e a indigestão da Globo. In BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

ROSSO, Sadi Dal. **Mais trabalho!** A intensificação do labor na sociedade contemporânea. São Paulo: Boitempo, 2008.

ROVAL, Renato. Outro jornalismo em debate. In BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

ROXO, Michelle; GROHMANN, Rafael. **Sentidos do Empreendedorismo no Campo Profissional Jornalístico**. Artigo publicado no 4º Congresso Internacional em Comunicação e Consumo (Comunicon 2014). Disponível em

http://www.espm.br/download/Anais_Comunicon_2014/gts/gtum/GT01_Grohmann.pdf Acesso em 11/11/2014

RÜDIGER, Francisco. **As teorias da cibercultura**. Perspectivas, questões e autores. Porto Alegre: Sulina, 2011. (Coleção Cibercultura)

SAKAMOTO, Leonardo. **O que nos une como jornalistas não é a ética, mas o medo de ser demitido**. Disponível em <http://blogdosakamoto.blogosfera.uol.com.br/2014/11/09/o-que-nos-une-como-jornalistas-nao-e-a-etica-mas-o-medo-de-ser-demitido/> Acesso em 09/11/2014.

SANTOS, Milton. **Por uma outra globalização**: do pensamento único à consciência universal. 23ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2013.

_____. **A natureza do espaço**. São Paulo: Hucitec, 1996.

SANTOS, Vinícius Oliveira. **Trabalho Imaterial e teoria do valor em Marx**. São Paulo: Expressão Popular, 2013.

SCHAFF, Adam. **Linguagem e conhecimento**. Coimbra: Almedina, 1976.

SCHITTINE, Denise. **Blog: comunicação e escrita íntima na internet**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

SCHWARTZ, Y. e DURRIVE, L. (Orgs.). **Trabalho e Ergologia**. Conversas sobre a atividade humana. Tradução de Jussara Brito e Milton Athayde. Niterói: EdUFF, 2003 (1ªed.); 2007 (2ª ed.)

_____. DURRIVE, L. A atividade humana, simultaneamente intelectual e vital: esclarecimentos complementares de Pierre Pastré e Yves Schwartz. In **Trabalho, Educação e Saúde** (revista) – v. 9, supl. 1 (2011) – Rio de Janeiro: Fundação Oswaldo Cruz, Escola Politécnica de Saúde Joaquim Venâncio, 2011. Páginas 47 a 68.

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

SERRANO, Pascual. Democracia e liberdade de imprensa. In MORAES, Dênis de (Org.) RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. **Mídia, poder e contrapoder**. Da concentração monopólica à democratização da informação. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.

SILVA, Carmen Lucia Souza da. **Embates sobre o webjornalismo brasileiro**: censura, controle e resistência na midiatização do jornalismo na internet. 2012, 329 f. Tese (doutorado) Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Defendida em 19/02/2012. Meio digital e impresso. Disponível em <http://biblioteca.asav.org.br/vinculos/tede/CarmenLuciaSouzadaSilva.pdf> Acesso em 05/01/2015.

SILVEIRA, Sérgio Amaral da. **Combates na fronteira eletrônica**: a internet as eleições de 2006. In LIMA, V. (Org.). A mídia nas eleições de 2006. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo, 2007.

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

SODRÉ, N.W; **História da imprensa no Brasil**. 4. ed. (atualizada) – Rio de Janeiro: Mauad, 1999

SOUZA-e-SILVA, M. Cecilia Pérez e FAITÁ, Daniel (orgs.). **Linguagem e Trabalho**: construção de objetos de análise no Brasil e na França. Tradução Ines Polegatto e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.

THOMPSON, John. **A mídia e a modernidade**. Uma teoria social da mídia. 15ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo volume I**. Porque as notícias são como são. Florianópolis: Insular. 3ª ed. rev. 2012.

_____. **Teorias do Jornalismo volume II**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular. 3ª ed. rev. 2013.

VALIATI, Vanessa Amália Dalpizol Valiati. **Crowdfunding e Indústria Cultural: as novas relações de produção e consumo baseadas na cultura da participação e no financiamento coletivo**. Artigo Revista Verso e Reverso (Unisinos), XXVII(64). P. 43-49, janeiro-abril 2013. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2013.27.64.07>
Acesso em 10/01/2015.

VIANA, Rodrigo. Escrevinhador: política e crítica da mídia. In BIANCHI, Felipe; BORGES, Altamiro. **Blogueir@s, uni-vos** (mas nem tanto). São Paulo: Centro de Mídia Barão de Itararé, 2014.

VIEIRA, Livia de Souza; CHRISTOFOLETTI, Rogério **Reflexões sobre o erro jornalístico em quatro portais noticiosos de referência**. Revista Verso e Reverso, vol. XXVIII, n. 68, maio-agosto 2014, p. 91 a 100. Disponível em <http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2014.28.68.04>
Acesso em 12/11/2014.

VYGOTSKI. L.S. Pensamento e linguagem. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

VILCHES, Lorenzo. **A migração digital**. Rio de Janeiro: PUC-Rio; São Paulo: Edições Loyola, 2003

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. Tradução André Glaser. São Paulo, Editora Unesp, 2011.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação**, 2ª ed. Lisboa: Presença, 1992

WOLTON, Dominique. **Internet, e depois?** Uma teoria crítica das novas mídias; trad.: Isabel Crossetti. Porto Alegre: Sulina – 3ª edição, 2012.

WU, Tim. **Impérios da Comunicação**: do telefone à internet, da AT&T ao Google. Tradução Claudio Carina. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

Yin, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**; trad. Daniel Grassi - 2.ed. - Porto Alegre: Bookman, 2001.