

## Os sintomas do Jornalismo Internacional perante o cenário do mercado de trabalho<sup>1</sup>

Mariana Grilli Lucas SILVA<sup>2</sup>

Rafael GROHMANN<sup>3</sup>

FIAM FAAM – Centro Universitário, São Paulo, SP

### Resumo

A fim de compreender o motivo pelo qual o jornalismo internacional é limitado no Brasil, este artigo analisa diversos textos que abordam o mercado de trabalho jornalístico e de que forma ele influencia a produção de matérias internacionais. A autora se baseia no jornalismo contemporâneo, a fim de traçar pontos como o jornalismo de consumo, a polivalência exigida em relação aos profissionais, as reduções de equipe e as inovações propostas pelo jornalismo atual. Desta forma, é possível caracterizar o cenário internacional e trazer algumas sugestões para a produção de notícias se tornar mais qualitativa e pluralista.

**Palavras-chave:** Cobertura internacional; Jornalismo; Mercado de trabalho; Media.

### Introdução

Ao analisarmos o cenário internacional por meio da cobertura jornalística brasileira, é possível enxergar que é predominante a presença da abordagem sobre os fatos que ocorrem nos Estados Unidos. Em seguida, são notadas matérias do continente europeu e países emergentes, quando estes se envolvem em algum conflito armado ou outros tipos de dificuldades pontuais.

Isto ocorre, basicamente, pelo o que explica as teorias sobre rotinas produtivas no jornalismo, em que os jornalistas atuais se espelharam nos profissionais anteriores, saindo do âmbito individual de ser jornalista e se inserindo no contexto em que trabalha. Isto é, o profissional se importa mais com as normas editoriais da organização do que com as próprias crenças pessoais.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior – X Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

<sup>2</sup> Estudante de Graduação do 8º. Semestre do Curso Jornalismo da FIAM FAAM, email: [mariana.grilli@hotmail.com](mailto:mariana.grilli@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Doutorando e Mestre em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo – USP. Professor do curso de Jornalismo do FIAM FAAM – Centro Universitário. Membro do Centro de Pesquisas em Comunicação e Trabalho (CPCT – ECA/USP). E-mail: [rafael-ng@uol.com.br](mailto:rafael-ng@uol.com.br)

Observa-se que o jornalista também aprende as regras da casa em que trabalha por um processo de osmose e acaba por ser socializado por meio da política editorial da organização ou, simplesmente, como são “novatos”, por um processo de observação dos colegas mais experientes e bem sucedidos, o que gera uma reprodução dos valores e normas que norteiam aquela redação. (CARDOSO;COELHO, 2009, p. 79)

No jornalismo internacional, esta ordem a ser seguida nas redações exerce uma influência em que os jornalistas recentes tendem a escrever sobre aquilo que já está pré-estabelecido na empresa, e que mesmo depois de tantas revoluções tecnológicas e modernização das redações, resulta na semelhança do trabalho daqueles jornalistas mais antigos que privilegiam todo e qualquer acontecimento dos Estados Unidos, desde a ascensão do país como potência, após a vitória da Guerra Fria diante da União Soviética.

### **Jornalismo como produto**

A diferença entre tantas gerações de jornalistas no Brasil se dá, basicamente, pela forma como estes profissionais se posicionam politicamente. Na década de 70 os jornalistas tinham um envolvimento político claro, mas com o fim das ideologias e a visão pragmática de mercado, a forma de se produzir notícia foi alterada, visando apenas à audiência, em que o leitor é quem dita o conteúdo do jornal. (ABREU, 1998) Logo, as matérias e reportagens produzidas pelos jornalistas mais novos no mercado são visivelmente feitas em busca da lucratividade, e não pelo cunho social e ideológico, muitas vezes reciclando o que já foi noticiado, apenas para garantir que televisões e rádios se mantenham ligados e jornais sejam comprados.

A novidade é a alma do negócio na imprensa. Nessa busca pela novidade, mesmos velhos fatos devem aparecer vestidos de novos, maquiados para voltar a surpreender. (SERVA, 2001, p.50)

A geração atual mudou de perspectiva, pois enxerga o jornalista como um profissional a serviço da informação, cujo papel é apenas relatar a história que está ao seu alcance, valendo-se de técnicas de redação. Ele não se recorda, ou talvez não saiba mesmo - e a partir disto passa a se discutir o papel das faculdades de jornalismo – que a

profissão em seu princípio é valorizar o compartilhamento de conteúdo de qualidade e estimular o senso crítico da população.

A tecnologia também alterou a forma de gerar informação. Agências como Reuters e France Press produzem milhares de notícias por dia, sobre diversos acontecimentos do globo terrestre, e estas conseguem ser acessadas quase simultaneamente por mídias de vários países. Logo, o jornalista se preocupa com a agilidade de dar o fato e esta velocidade influencia, de forma negativa, a visão do público, proporcionando uma espécie de poluição visual.

A desinformação funcional, então, corresponde a um fenômeno definido pelo fato de que as pessoas consomem informações através de um ou mais meios de comunicação, mas não conseguem compor com tais informações uma compreensão do mundo ou dos fatos narrados nas notícias que consumiram. (SERVA, 2001, p. 71)

Além disso, o jornalista deve se preocupar em seguir a linha editorial do veículo de comunicação para o qual trabalha ao mesmo tempo em que deve entregar ao leitor o conteúdo antes do seu concorrente. Esta obrigação de dar a notícia de imediato vai contra o fomento da crítica, e é por isso que os jornais teriam perdido a qualidade, porque a forma de apresentar a notícia é muito pobre. (MORETZSOHN, 2007)

O profissional não consegue contextualizar seu receptor e, então, se condiciona a noticiar apenas aquilo que ele acredita que o público conseguirá entender. Isto é, conforme “não há necessidade” em preocupar-se em embasar o contexto anterior, neste tempo, o jornalista consegue produzir muito mais notícias. Assim mais uma vez se rendendo ao imediatismo. (MORETZSOHN, 2007)

Países africanos têm pouca visibilidade na mídia exatamente porque seria muito complicado contextualizar todos os acontecimentos que originam o cenário retratado e, como o Brasil pouco se interessa pela África, isto reforça a escassez de notícias de países como Angola, República Democrática do Congo ou Ruanda.

Exemplo disso são matérias às quais retratam as eleições na África do Sul pós-governo Mandela: em um quadro geral é possível analisar que as notícias não apresentam o panorama passado da política do país e mal oferecem ao público as perspectivas futuras, tanto da população sul-africana quanto dos governantes. O jornalismo poderia atentar-se para dar novo conteúdo, dedicando mais tempo à

contextualização e menos tempo para reciclar suítes de países que a todo momento estão na *media*.

O que tem acontecido na imprensa, de fato, é o que se deu na sociedade, assim confirmando a Teoria do Espelho, em que o intelectual que formula princípios e ideias se calou, deixando de lado o estímulo ao raciocínio. Portanto, se abriu espaço à importância da voz do técnico, do *expert*, que ao invés de praticar o pensamento valoriza conteúdos já prontos para “consumo”, como um produto de prateleira, sem o interesse da análise e senso-crítico. (ABREU, 1998)

Ora, se o jornalismo é uma forma de conhecimento baseada no fato singular, é preciso encarar o jornalismo em sua particularidade para vislumbrar a qualidade de reflexão que ele pode produzir e o que nos conduz necessariamente à apreciação das condições de produção desse discurso. (MORETZSOHN, 2007, p.235)

Porém, Sylvia Moretzsohn também se atenta à importância de não subestimar o receptor. Ainda que ela faça uma analogia entre o público e o personagem Homer Simpson, em que a forma de se comportar perante o jornalismo é previsível e há banalização do senso comum, é fundamental estudar o tipo de consumidor de notícias que será atingido, a fim de proporcionar não só a informação, mas principalmente a comunicação. (WOLTON, 2010)

Descarregar informações de países europeus, asiáticos ou africanos não solucionaria o problema da cobertura do jornalismo internacional. Pelo contrário, resultaria em mais ruídos, além daqueles já produzidos atualmente nas redes sociais, em que os receptores têm se tornado os novos protagonistas.

Será preciso prestar muito mais atenção à diversidade dos pontos de vista, ou seja, às informações sobre o mundo (...). Há uma contradição: os canais e os sistemas tecnológicos são mundiais, mas nem por isso garantem o pluralismo. Em outras palavras, nada indica que a aldeia global será uma aldeia de diversidade. (WOLTON, 2010, p.67)

Outro fator que reafirma a ausência dos países citados anteriormente nas reuniões de pauta é a ideia que se faz da necessidade do furo de reportagem. Isto se tornou algo tão essencial na rotina do jornalismo, que o profissional se mantém atento (levando em consideração a editoria Internacional) novamente aos países que sempre estão em pauta. Um furo de reportagem sobre a África não daria a mesma audiência que

algo sobre a Casa Branca, tampouco estimularia a interatividade com o leitor, ouvinte ou telespectador. (CASTILHO, 2013)

Este princípio de estar à frente dos outros e estabelecer prioridades e metas como forma de produtividade e organização nada mais é do que controle de trabalho. A jornalista Michelle Roxo, em seu texto *Racionalidade e gerenciamento no trabalho jornalístico* (2007) explica que esta forma de racionalidade teve início na década de 80, com a reformulação da forma de trabalho do jornal Folha de S. Paulo.

Logo no início da imposição deste método de produção da Folha, um primeiro sintoma foi detectado: a qualificação profissional *versus* a precarização no trabalho, pois grande parte dos jornalistas teve que deixar de trabalhar da forma que estava acostumado e isto prejudicou seu desempenho na redação. Por consequência, quem o substituía deveria dedicar-se integralmente à empresa, iniciando o pensamento de sempre ser o primeiro, tanto em relação aos colegas de redação, quanto aos jornais concorrentes. (ROXO, 2007)

Naturalmente houve mais discussões sobre a produtividade do jornalista e menos espaço para críticas do projeto e isto se refletiu no jornalismo dos dias de hoje. A Folha de S. Paulo se transformou em sinônimo de capitalismo da comunicação e o propósito de produzir mais notícias em menos tempo logo foi conquistando espaço em outras redações.

A competição entre os meios de comunicação pode ser apontada como um dos fatores determinantes na mudança do comportamento dos jornalistas, que novamente se rendem às agências de notícias que fornecem informações internacionais “mastigadas”, facilitando o trabalho de pesquisa e apuração.

Aliado a esta disputa entre tempo e espaço, nos deparamos com o excesso de simplificações na linguagem da notícia, o que resulta também em pouco aprofundamento, além do controle de qualidade se tornar cada vez mais raro, devido ao processo rápido e ágil no sistema de produção do noticiário.

Assim, a velocidade acaba se transformando num fetiche: a valorização da urgência na transmissão de informações cria um fluxo contínuo que tem como efeito principal “alimentar o sistema” (...). O que levou o escritor Luís Fernando Veríssimo a um precioso comentário sobre a irracionalidade contemporânea: “Vivemos num tempo maluco em que a informação é tão rápida que exige explicação instantânea e tão superficial que qualquer explicação serve”. (MORETZSOHN. 2007, p.239)

## **Necessidade da polivalência**

O jornalismo no Brasil enfrentou dois momentos: o Taylorismo e o Toyotismo, porém nenhum dos dois conseguiu privilegiar a cobertura internacional. Isto porque, o primeiro movimento se baseia na divisão de tarefas, em que cada um da redação deveria cuidar de suas pautas e “não perder tempo” observando conteúdos de outros jornalistas; e como já foi dito, a princípio os jornalistas estavam muito ligados aos Estados Unidos por conta da vitória da Guerra Fria.

Em outras palavras, apesar de o jornalismo não ser uma atividade dominada por movimentos e operações mecânicas, tampouco ter como característica a separação rígida entre planejamento e execução do trabalho, é possível observar que o processo de racionalização operado pela Folha agiu no sentido de padronizar condutas profissionais e fixar normas rígidas, que contribuíram, tal qual o taylorismo, para a intensificação do processo produtivo e retirada de parte do poder de decisão do trabalhador sobre aspectos da atividade. (ROXO, 2007, p.6)

Após a reformulação no gerenciamento do mercado de trabalho, instalou-se o movimento do Toyotismo, já com uma proposta completamente diferente, praticada pela geração chamada Yuppie: a de defender a liberdade para o mundo do trabalho, em que todos podem fazer um pouco de tudo.

O Toyotismo trouxe com ele o jornalismo que apresenta ao profissional a necessidade de ser polivalente, ou seja, dominar, ou pelo menos entender, de três ferramentas: a tecnológica, que exige a capacidade do jornalista em lidar com programas de escrita, diagramação e edição; a midiática, a qual o jornalista precisa estar “antenado” com as mídias atuais e a cultura de convergência; e a ferramenta da temática, em que o profissional não pode se limitar a escrever apenas sobre um assunto. (ROXO, 2007)

O ponto da temática certamente é um dos mais discutidos atualmente, pois há ideias que se confrontam neste cenário: ao mesmo tempo em que o estudante deve se preocupar em procurar um estágio e estudar, ele é cobrado para saber sobre todas as editorias e acompanhar a grande maioria dos veículos de comunicação. Ora, ele consegue obter um leque diversificado de temas para discorrer. Em contraponto, jornalistas experientes dizem que o ideal é se especializar em algum tema, assim é

possível conquistar um espaço importante no mercado, de referência e prestígio, por entender de algo que se presume ser novo ou inovador.

Além destes dois pontos de vista sobre a temática, o jornalista ainda deve lembrar-se de que o regime de visibilidade (PRADO, 2012) é que dita, majoritariamente, “os parâmetros e limites segundo os quais estamos habituados a ordenar o ver o ser visto” (CAETANO, 2011; SOUZA, 2011). Ou seja, no jornalismo internacional muitas informações são selecionadas a partir deste regime, que já direciona o que deve ser noticiado, por consequência mantendo outros países (e até continentes) na invisibilidade.

### **Reduções e corte de gastos**

A polivalência exigida pelo mercado de trabalho está também diretamente relacionada à redução das redações, uma vez que o profissional faz o trabalho de dois jornalistas e, muitas vezes, concorda em receber o salário de um, ou até menos. Assim, ele deve estabelecer prioridades para dar conta de todas as pautas e mais uma vez se apoia no conteúdo das agências de notícias para reproduzir ao público aquilo de mais urgente e essencial. (ROXO, 2007)

Aceitar um pagamento inferior àquilo que seria compatível a dois ou mais jornalistas é uma prática também trazida como herança da reformulação da Folha de S. Paulo nos anos 80. Isto funciona como uma espécie de “chantagem” aos que amam a profissão e não medem esforços para entregar conteúdo de qualidade ao consumidor. Os jornalistas se sujeitam ao mínimo pago pela empresa de comunicação, a fim de continuar fazendo aquilo que gostam.

Este corte de gastos, ou investimentos, dependendo do ponto de vista, também afeta diretamente o desenvolvimento do jornalismo internacional no Brasil. Seria completamente contraditório suspender um grande número de jornalistas e simultaneamente manter um correspondente internacional em cada país tido como potência, que dirá arcar com os custos de um profissional em outras nações menos comentadas, que também merecem atenção.

Por consequência, a primeira estratégia de economia é dispensar os correspondentes e fazer a cobertura por meio de redes de comunicação como BBC e CNN. Outra maneira de poupar tempo e dinheiro, e esta vale para qualquer editoria, é a

desterritorialização da produção, ou seja, a valorização de profissionais que concordam em trabalhar em *home office*, assim produzindo os conteúdos em casa, sem precisar de subsídios da empresa para transporte e alimentação. Freelancers e colaboradores também têm sido muito aproveitados no jornalismo, já que a terceirização também priva os veículos de comunicação de alguns comprometimentos burocráticos. (ROXO, 2007)

Ao se preocupar com o cenário internacional, as empresas de comunicação, principalmente voltadas à internet, têm um fluxo de informações muito intenso, pois é preciso acompanhar os principais noticiários diariamente e ininterruptamente para selecionar o que deve ou não ser replicado no Brasil. Este fluxo é o que Michelle Roxo denomina como *deadline contínuo*, a ideia de que os momentos de fechamento nunca são atingidos, pois sempre há outra matéria para ser feita, criando um ciclo vicioso.

Os chamados *playbors* (*play and labor*) também são muito explorados nestes momentos, afinal, a aliança entre trabalhar e fazer o que ama torna-se uma armadilha, a partir do momento em que o profissional se torna um escravo da rede, por não largar a redação e manter-se alienado naquela rotina.

Terranova (2013) cunha o termo “escravos da rede” (*netslaves*) para compreender a exploração do trabalho digital atualmente. Para ela, os escravos da rede não são somente uma forma típica de trabalho na internet, mas deve-se considerar a relação complexa com o trabalho nas sociedades capitalistas tardias. Nas empresas mais conhecidas e valorizadas, o trabalho é visto como uma breve experiência e que, nem sempre, se parece com trabalho. (GROHMANN, 2013, p.5)

Apesar da ideia dos “*playbors*” e “escravos da rede” ser fundamentada no tipo de profissional atual, Karl Marx já enxergava a possibilidade dos sujeitos transformarem a realidade. Isto é, o cidadão nunca é livre por completo, sempre há um controle (que também não é total) que pretende colocá-lo em determinada situação ou que obrigue a seguir determinadas regras.

No jornalismo, as brechas citadas por Moretzsohn (2007) têm a função de suspender a cotidianidade. O profissional não deve se deixar levar pelo amor sobre a profissão e esquecer-se de sua vida social; é necessário encontrar intervalos entre o controle imposto pelo veículo de comunicação, e também pelos consumidores de informação, e a liberdade de se expressar onde trabalha.

No caso da relação entre jornalista e público consumidor de notícias, o jornalismo se depara com o controle das regras, novamente no conceito de Brechas, por



meio do regime de visibilidade e pelos chamados dispositivos, estabelecidos por Foucault. (PRADO, 2009) Estes dispositivos são um conjunto de relações de racionalidade e conhecimento.

Nesse sentido o dispositivo se liga a “um conjunto de práticas, corpos de conhecimentos, medidas e instituições que visam administrar, governar, controlar e orientar – de modo que pretende ser útil – os comportamentos, gestos e pensamentos dos seres humanos. Nessa direção, os media são dispositivos convocadores e orientadores de ação de primeira ordem no capitalismo contemporâneo. (PRADO, 2009, p. 6;7)

Estes dispositivos, ao mesmo tempo em que convocam o receptor a se informar sobre determinados países e situações no panorama internacional, também o orientam (de forma sutil, quase imperceptível aos olhos do receptor) a sempre se preocupar apenas com estas mesmas nações, direcionando o pensamento dos seres humanos a não enxergar outras comunidades internacionais e resultando em mais audiência e lucratividade (palavra de ordem no capitalismo, já citada por Prado).

### **Jornalismo de inovação**

Como solução para a otimização de tempo, o jornalismo tem se visto na necessidade de produzir conteúdos de fácil e rápido acesso em plataformas adaptáveis, que consigam atingir diferentes tipos de público. O desafio cotidiano do jornalista é oferecer esclarecimento com comprometimento, por isso, ele fornece matérias em diversas plataformas, para garantir que todos possam entender o que está sendo passado.

Esta cultura de convergência, em que em apenas uma matéria de site é possível se deparar com texto, vídeo, infográfico e fotos (um servindo de complemento ao outro, sem haver repetições), propiciam ao leitor agilidade, além de tornar a informação mais fácil de ser entendida. No jornalismo internacional feito no Brasil, isto nem sempre é possível de ser produzido, visto que os jornalistas devem se limitar a redigir um texto com as informações acessadas de agências ou emissoras do próprio país em questão, e os vídeos, áudios e fotos devem passar por um processo burocrático de direitos autorais.

Plataformas como áudio, vídeo e foto também se tornaram algo muito comum de se produzir pelo consumidor das notícias. (ROXO, 2007) A auto-comunicação de massa é cada vez mais frequente, já que as pessoas se sentem confortáveis para compartilhar

fatos que veem em seu dia-a-dia. O usuário consegue produzir (*producer*) conteúdo com seu celular e divulgar nas redes sociais, mas ainda não tem noção do alcance destas informações.

Como nos blogs, em sites de jornalismo participativo – ancorados ou não em veículos tradicionais – se dá uma quebra do padrão discursivo midiático, num ambiente que foge à lógica da autoridade cognitiva dos jornalistas, já que o leitor passa a ser também um potencial produtor de notícia. (MENDES, 2009, p.316)

Reinventar o direito à informação é um exercício praticado diariamente pelos jornalistas contemporâneos. Uma ferramenta que vem sendo muito explorada é a cultura de Transmídia, cujas relações de mais de uma mídia estão interligadas. Esta ideia, em ascensão, ainda é muito discutida por não ter bem definido seu propósito: democratizar a comunicação ou servir como instrumento de marketing.

É importante manter sempre o pensamento de que contextualizar as informações requer conhecimento e tempo e obter conhecimento requer conteúdo e processos de comunicação. Logo, a cultura Transmídia deve se atentar quando o objetivo for mais jornalístico, para que o conteúdo passado realmente alie funções de comunicação e informação.

Novas responsabilidades passam a ser exigidas do profissional, no contexto de uma sociedade de mercado cada vez mais complexa. Já não basta mais organizar a informação como antes, mas também “torná-la mais compreensível em seus nexos e articulações” (...). Ou seja, são exigências nada razoáveis para uma atividade submetida a um ritmo de produção cada vez mais veloz, desafiada por horas de fechamento mais “apertadas” e obrigada a tratar volumes cada vez mais significativos de informação. (ROXO, 2007, p.14)

### **Interpretativismo versus Jornalismo Internacional**

Ainda falando sobre as polivalências que o jornalista é obrigado a desenvolver atualmente, é necessário retomar um conhecimento que jamais deve ser esquecido: o olhar e a escuta como ferramentas de trabalho. (GALLI, 2013) O jornalismo internacional praticado no Brasil seria muito melhor estruturado se as redações deixassem de lado o relativismo cultural, a prática do etnocentrismo, e voltassem suas atenções para outros acontecimentos ao redor do mundo.

Em seu texto *O Etnógrafo e o Jornalista* (2013), Karina Galli reforça a necessidade de destreinar o olhar, não se submeter a uma visão condicionada, sempre buscando outras perspectivas, até mesmo do fato mais comum. Porém, ao incentivar o interpretativismo, ela reforça um dos motivos pelo qual o jornalismo internacional não recebe atenção:

Para analisar veículos que transmitem significados e que, portanto, dizem muito da cultura e da vida de um povo, o repórter, da mesma forma que o etnógrafo, precisa se inserir na vida e na rotina do grupo analisado e, convivendo com eles, eleger o(s) detalhe(s) que revela(m) muito do mundo daquele grupo. (GALLI, 2013, p.4)

Estudar nos locais e não os locais, como o particular, como uma situação concreta que nos levam a questões gerais é um desafio para os veículos de comunicação, já que não há orçamento o suficiente para manter um correspondente internacional, a menos que esta seja uma situação única, como uma reportagem especial.

Mais uma vez, ao estudar o público em sua forma mais direta de viver, nos remete ao uso massivo das tecnologias. A internet atua como uma ferramenta comunitária, com o objetivo de proporcionar comunicação entre pessoas. (ASSANGE, 2013) Porém, o interpretativismo tem se confundido com a ideia de vigilância, em que as pessoas perdem sua individualidade pois todo mundo compartilha tudo *full time*.

Assim que é estabelecida a extrema visibilidade, por consequência, passa a ser fornecido o extremo controle, quando a população, sem perceber, permanece conectado a todo momento (*online*). Desta forma, tudo acaba virando notícia (útil ou não), já que o conteúdo fornecido na rede tem visibilidade constante.

Por outro lado, o movimento de consumismo que se estabelece juntamente com este fluxo de conectividade provoca a chamada censura de mercado, pois o jornalista não pode entrar em conflito com o anunciante de sua página, logo ele não se sente livre para escrever o que pode, mas sim o que dá. (ASSANGE, 2013)

Como solução, o jornalismo internacional deveria aproveitar-se desta situação de *online* para estimular o consumismo de notícias de outros países, aliando-se à publicidade, que atualmente divide o espaço das páginas com o jornalismo. É necessário um processo de reflexão, em que o jornalismo internacional de qualidade receba

subsídios através da publicidade, para produzir mais matérias e atrair o receptor gradativamente.

Outra opção para que o jornalismo internacional tente escapar dos regimes de visibilidade e encontre seu espaço e público interessado é disponibilizar matérias, em diversas plataformas, através do recurso de crowdfunding (DOCTOR, 2011). Isto é, o leitor doa a quantia que desejar depois de ler a matéria e assim paga pelo trabalho do jornalista e ainda aumenta os recursos para que outras matérias, que necessitam de mais subsídios, possam ser produzidas.

### **Referências bibliográficas**

ABREU, Alzira Alves de. Jornalistas: de românticos a profissionais. **Antropolítica**. Niterói, n. 5, 1998, p.7-20.

ASSANGE, Julian. **Cypherpunks**: liberdade e o futuro da internet. São Paulo: Boitempo, 2013, p. 43-50/71-97.

CAETANO, K.; SOUSA, J. **Resenha**: Passando em revista o universo visível e invisível das revistas. Curitiba, v.12, n. 2, jul./dez. 2011.

CARDOSO, M.; COELHO, C. N. P. A homogeneização das notícias: a ditadura dos índices de audiência e o poder da ideologia. **Revista Líbero**. São Paulo, v. 12, n. 24, p. 71-80, dez. 2009.

DOCTOR, Ken. Local: remapeamento a atualização. Os repórteres se tornam blogueiros. In: **Newsonomics**: doze tendências que moldarão as notícias e o seu impacto na economia mundial. São Paulo: Cultrix, 2011, p. 71-108/ 175-187.

GALLI, Karina. O Etnógrafo e o jornalista: o olhar e a escuta como ferramentas de trabalho. **Estudos em Jornalismo e Mídia**. Vol. 10, n. 1, jan/jun. 2013, p. 41-51.

GROHMANN, Rafael. O trabalho dos jornalistas como sintoma da lógica dos conglomerados. **Revista Alterjor**. V. 02, n. 08, jul/dez. 2013, p. 1-15.

MENDES, Larissa de Moraes Ribeiro. Do leitor para a web e da web para o impresso: dilemas do jornalismo participativo no Globo. **Revista Galáxia**. São Paulo, n. 18, p.311-328, dez. 2009.



MORETZSOHN, Sylvia. Jornalismo e naturalização das rotinas. O jornalismo ‘Homer Simpson’. Um cotidiano exercício de suspensão. Conclusão. **In: Pensando Contra os Fatos: jornalismo e cotidiano – do senso comum ao senso crítico.** Rio de Janeiro: Ed Revan, 2007, p. 235/254/285-289.

PRADO, José Luiz Aidar. A política de imagem na era da convocação. **In: Significação.** São Paulo, n. 37, p.167-186, jun/jul 2012.

\_\_\_\_\_. Dispositivo midiático e modalização convocadora: a construção do “a mais” em revistas segmentadas. **In: VII Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo,** São Paulo/SP, Nov. 2009.

ROXO, Michele. Racionalidade e gerenciamento no trabalho jornalístico: o caso Folha de S. Paulo na década de 80. **In: V Congresso Nacional de História da Mídia,** São Paulo/SP, 2007.

SERVA, Leão. **Jornalismo e desinformação.** São Paulo: Editora SENAC, 2001.

WOLTON, Dominique. A nova fronteira da incomunicação. Informação e conhecimento: a convivência indispensável. **In: Informar Não é Comunicar.** Porto Alegre: Sulina, 2010, p. 59-85.