



Perspectivas de Atuação em Rede para Jovens Jornalistas:

desenvolvimento de capital cultural digital diante das imposições mercadológicas¹

Cláudia Maria Moraes Bredarioli²

ESPM, São Paulo, SP

Resumo

Este artigo discute – a partir das complexidades apresentadas pelo panorama da produção de conteúdo em rede – as possibilidades apresentadas aos jornalistas recém-formados para atuar neste contexto que, muitas vezes, acaba por referendar estratégias empresariais, ainda que esses profissionais o façam por estarem em busca de novas alternativas de atuação no complexo e precário mercado de trabalho do jornalismo que se configura atualmente. Propomos que somente processos educativos que tragam o desenvolvimento de capital cultural digital poderiam agir no sentido de superar essas barreiras.

Palavras-chave: Comunicação; Educação; Jornalistas.

O processo de ‘tecnificação’ social impõe a todos a necessidade de participar da inserção tecnológica seja por qual meio for, já que se altera o cotidiano social, quase não sendo mais possível realizar tarefas rotineiras – como pagar contas ou pleitear uma vaga de emprego, por exemplo – sem envolver-se com a tecnologia. Daí o novo *sensorium*, que impinge novas maneiras de se mover no mundo e, principalmente, de sobreviver no mundo.

Há pouco tempo restrito aos estratos socioeconômicos privilegiados, o mundo digital chega aos que têm menor poder aquisitivo e cria uma massa de consumo para as tecnologias. Dentre outros fatores, isso decorre muito especialmente da competitividade tecnológica e dos usos da tecnicidade (Martín-Barbero, 2001) por onde passa hoje em grande medida a capacidade de inovar e de criar. Porque, a

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Comunicação, Educação e Consumo, do 5º Encontro de GTs - Comunicon, realizado nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2015.

² Professora da ESPM e da Fatec-SP. Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, mestre em Comunicação e Práticas do Consumo pela ESPM. cbredarioli@yahoo.com.br



tecnicidade é menos assunto de aparatos que de operadores perceptivos e destrezas discursivas. Trata-se de uma tecnicidade cognitiva e criativa (Scolari, 2004). Confundir a comunicação com as técnicas e os meios resulta tão deformador como pensar que eles sejam exteriores e acessórios à comunicação.

A estratégica mediação da tecnicidade se coloca atualmente em um novo cenário, o da globalização, e em sua conversão em conector universal do global (Milton Santos, 2009). Isso se dá não só no espaço das redes informáticas como também na conexão dos meios – televisão e telefone – com o computador, restabelecendo aceleradamente a relação dos discursos públicos e os relatos (gêneros) midiáticos com os formatos industriais e os textos virtuais. As perguntas abertas pela tecnicidade apontam, então, para o novo estatuto social da técnica, ao restabelecimento do sentido do discurso e da práxis política, ao novo estatuto da cultura e da estética.

É neste contexto que o trabalho intelectual passa a ter uma outra função e um novo peso definidos na economia, até mesmo transbordando a questão das indústrias culturais. Neste aspecto, nos interessa observar de que maneira esse panorama afeta o processo de inserção dos formandos em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo. A partir dessa perspectiva, podemos pensar que talvez nunca tenhamos acompanhado tamanho fluxo de conteúdos que perpassam as diversas mídias e, reinventando-se a partir de cada uma delas, se tornem um produto passível de trânsito em todas elas como observamos neste momento da contemporaneidade. Isso poderia significar uma grande diversidade de oportunidades para os jornalistas recém-formados. Ocorre, contudo, que o mercado de trabalho para esses profissionais se mostra cada vez mais enfraquecido, como veremos adiante.

No âmbito das possibilidades de atuação em rede, contudo, ampliam-se os caminhos de múltiplas direções. Contudo, para Lévy (1999, p. 82), discutir “a interatividade assinala muito mais um problema, a necessidade de um novo trabalho de observação, de concepção e de avaliação dos modos de comunicação do que uma característica simples e unívoca atribuível a um sistema específico, não se limitando,



portanto às tecnologias digitais”. A partir de um quadro de interseção entre a relação com a mensagem com os dispositivos de comunicação, Lévy (1999, p. 83) trata dos diferentes tipos de interatividade que vão da mensagem linear – dada por meio de dispositivos que incluem imprensa, rádio, TV e cinema ou mesmo as conferências eletrônicas – até a mensagem participativa – por meio de dispositivos que variam dos videogames com um só participante até a comunicação em mundos virtuais, envolvendo negociação contínua dos participantes sobre suas imagens e sobre a imagem de sua situação comum. Para ele, o que caracteriza a interatividade é a possibilidade de transformar os envolvidos na comunicação, ao mesmo tempo, em emissores e receptores da mensagem.

Primo (2007) define dois tipos de interatividade³, reativa e mútua, sendo a primeira limitada às opções fornecidas ao usuário pelo produtor de conteúdo, e a segunda possibilitando a livre criação por parte do usuário. A interação reativa consiste em padrões preestabelecidos de interatividade, seguindo determinadas regras existentes no programa, exemplo disso é o vídeo game. A comunicação por meio da interação reativa torna-se simbólica e há pouca liberdade criativa. Já a interação mútua funciona exatamente ao contrário, proporcionando uma comunicação com trocas reais, criativa e aberta. Nela a influência e as interferências agem como um todo, exemplo disso: *chats, youtube*, etc.

Assim, há que se considerar ainda que o ambiente da web, sendo favorável à atuação criativa e inteligente (Orozco-Gómez, 2009), incentiva novas apropriações e, por sua vez, contribui para que, de alguma forma, se modifique a condição da comunicação, transpondo o movimento emissor-mensagem-receptor em via única. Essa mudança deve-se, em parte, à evolução técnica que possibilita cada vez mais a participação dos agentes. Mais do que isso, segundo Canclini (2008), a interatividade

³ A palavra interatividade tem origem no latim medieval, *interagere*, com o seguinte significado: “servir de mediador”. Em sua tese, Primo (2007) aponta para uso incorreto e inadequado do termo “interatividade”, utilizado muitas vezes como um apelo ao consumo, um *argumento de venda*, um *slogan*. O autor entende interação como “ação entre” os participantes do encontro (*inter+ação*), ou seja, ação, no mínimo, entre duas partes. A interatividade não é uma enorme quantidade de mensagens postadas e sim uma troca de ideias conexas. A interatividade está nas perguntas e nas respostas dos comentários e não no *post* em si, que é estático, um texto unilateral, uma vez que inexistente interação de um lado só.



da internet desterritorializa, incrementando os intercâmbios de livros, revistas e espetáculos, mas, acima de tudo, criando redes de conteúdos e formatos elaborados a partir da circulação midiático-eletrônica, permitindo, assim, o surgimento de novas interatividades.

Essas relações interativas carregam, portanto, um potencial para fundar uma nova cultura de consumo na qual a participação da audiência nos processos criativos das histórias é o ponto central. Constituem-se, então, as redes que permitem a conexão entre aqueles que dividem interesses comuns. Segundo Barreto (2009), a convergência das mídias favorece a confluência das pessoas e a organização de grupos de interessados em um mesmo assunto. Essas redes temáticas manifestam-se comunidades virtuais marcadas pela filiação voluntária, determinada pelo interesse intelectual e/ou emocional em relação a um determinado assunto. O excesso de informações nas redes implica a emergência de novos mediadores. As convergências comunicativas online vão além, portanto, das possibilidades das mídias e dos conteúdos dispersos na web.

Diante da impossibilidade de lidar isoladamente com o excesso de informações disponíveis e mutantes, a integração com outras pessoas com a mesma finalidade garantem o sucesso do empreendimento e os resultados favoráveis da ação. Essas comunidades em permanente interação online mostram suas forças quando conseguem alterar as relações existentes entre tecnologias, indústrias, mercados, gêneros e audiências. Como principais consumidores dos produtos em que se modelam, elas interferem direta ou indiretamente no processo produtivo e mesmo nas definições mercadológicas sobre esses produtos.

Em tempos dessas mudanças sociais, conforme pontua Barreto (2009), é importante lembrar que elas não envolvem apenas a linguagem, “mas são constituídas de modo significativo por transformações nas próprias práticas de linguagem”. Daí a importância crescente da linguagem no entendimento das mudanças sociais e culturais. Segundo a autora, atualmente, nos textos multimidiáticos, imagens, palavras e sons são ‘capturados’ de situações reais (efeito de real) e de pessoas comuns (efeito



de interlocução), transformando qualquer coisa ou pessoa em espetáculo (efeito de hiper-real). Através desses efeitos, “a representação difundida nos textos contemporâneos pode ser inspirada pela – e pode inspirar a – realidade, ou (re) criá-la produzindo movimentos efêmeros, personalidades, formações, valores, etc.” (Barreto, 2009, p.93).

Kerckhove aponta que esse trânsito interativo foi incentivado pelas mudanças trazidas pela televisão e pelos computadores em relação à localização do processamento da informação de dentro dos nossos cérebros para telas à frente dos nossos olhos. “Com efeito, a característica essencial, a interação, a capacidade que garante a nossa autonomia individual dentro da poderosa tendência da coletivização psicotecnológica é fornecida pelos computadores e ainda mais eficazmente pelas redes de computadores” (Kerckhove, 2009, p. 24). Esse cenário promove uma nova cultura tecnológica e comunicativa que marca o cotidiano e a existência das novas gerações que vivem em contextos sociais e midiáticos digitais e promete alterações qualitativas na política, na democracia e na forma de pensar a sociedade.

Segundo Di Felice (2011), o deslocamento social nas redes digitais não anula o funcionamento dos processos no interior das arquiteturas tradicionais do espaço social (Estados, cidades, mercados), mas o ressignifica por inteiro, visto que empresas, instituições públicas, governos, universidades e atores políticos estão sendo profundamente alterados pela rede. Na concepção de Kerckhove, temos que “um social estruturado em redes de comunicações interativas tende a hibridizar suas partes e a assumir aspectos dinâmicos e não duradouros. “Um social conectivo define, portanto, suas dinâmicas e características, não mais a partir do jogo relacional de suas diversas instituições, grupos e classes sociais, mas pelas suas articulações reticulares que deslocam o significado e as características de cada entidade social na rede e, conseqüentemente, além dela mesma” (Kerckhove, 2009, p. 113). Isso permite, segundo o autor, o surgimento de um social tecnológico e em devir, continuamente redefinido e reconstituído pelas intervenções de fluxos comunicativos e de novas conexões. Tal dimensão específica leva à necessidade, conforme o autor propõe, no



interior da análise do net-ativismo, de aprofundar o significado da ação social. Em outras palavras: buscar entender e pensar a qualidade da ação na rede, que, nos contextos digitais e convergentes, acontece através das interações entre sujeitos, tecnologia e informações.

Recuero complementa tal raciocínio trazendo para a discussão a relevância do fato de as interatividades e ações em redes terem a palavra como elo básico e central. Segundo ela, no ciberespaço, pela ausência de informações que geralmente permeia a comunicação face a face, as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras. “Essas palavras, constituídas como expressões de alguém, legitimadas pelos grupos sociais, constroem as percepções que os indivíduos têm dos atores sociais (Recuero, 2009, p. 27)”.

É preciso, assim, defende a autora, colocar rostos, informações que gerem individualidade e empatia, na informação geralmente anônima do ciberespaço. “Este requisito é fundamental para que a comunicação possa ser estruturada. Essas questões são importantes porque trazem a necessidade de que um blog identifique, de alguma forma, o indivíduo que se expressa através dele”. A construção pessoalizada é visível em muitos elementos utilizados no ciberespaço. Para ela, é preciso operacionalizar a ideia de capital social, ou, como propomos, desenvolver um capital cultural digital, para trabalhar com as redes sociais (enquanto aspectos do capital social que dispõem). Outro elemento relevante, segundo Recuero, é a verificação dos valores construídos nos ambientes das redes sociais, que auxiliam também na percepção do capital social – ou, conforme nossas observações, do capital cultural digital – construído nesses ambientes e sua influência no desenvolvimento e na estrutura das redes sociais.

Consideramos o conceito de capital cultural digital a partir da proposição de Bourdieu (1998, 2005, 2008) para capital cultural e social, que envolve a formação e qualificação dos cidadãos a partir das diferentes experiências de aprendizado às quais estão expostos, não apenas no ensino formal. A ideia do capital cultural digital (Bredarioli, 2014) propõe trazer esse conceito de Bourdieu para o uso das novas



tecnologias e para a capacidade de produção e mobilidade diante delas – algo que toma como base a formação dos cidadãos.

Bourdieu pontua que as necessidades culturais são fruto da educação. Para ele, “o ‘olho’ é um produto da história reproduzido pela educação” (2008, p. 10). Nesse contexto, vemos que novas regras sociais, econômicas, políticas e culturais têm se imposto aos processos de inserção social dos cidadãos. E isso se percebe cada vez com mais clareza na fase que antecede a entrada no mercado de trabalho. Essas regras agora já não se restringem mais a dar mais oportunidades a quem frequentou bons colégios, viajou bastante, domina diferentes idiomas ou recebeu incentivos dentro de espaços artísticos e culturais ao longo da vida. Evidentemente que condições assim são centrais e catapultam a um patamar mais alto aqueles que delas desfrutam. Porém, outras interferências apontam para cenários mais rígidos e complexos de inclusão, o que ampliaria ainda mais a metragem dos degraus de separação. Transgredir esses limites envolve a capacidade de apropriação cultural que tem “valor de sagrado”, segundo Bourdieu.

Ele destaca que as diferenças de acesso à cultura e de aquisição desta entre os grupos sociais conferem aos mais privilegiados um poder real e simbólico que os habilita a apresentar os melhores desempenhos escolares. Diante do advento das novas mídias, o que vemos, contudo, é que vários outros agentes estão em ação além dos tradicionais (escola, família, igreja). Dessa forma, as questões envolvidas nesses processos de acesso também mudam, configurando novas condições para a formação, inclusive do gosto e, conseqüentemente, da construção de capital cultural.

Segundo Recuero (2009), o uso de sites de redes sociais para a construção de capital social é eficiente e modificador para influenciar os valores mais direcionados à construção e à manutenção da rede dos indivíduos. Assim, teríamos aqui outra das expressões contemporâneas possíveis para estabelecer conexão com nossa ideia de capital cultural digital no sentido que as relações sociais (e também as econômicas e políticas) têm se estabelecido na esfera das redes, exigindo cada vez mais o desenvolvimento desse capital cultural digital.



É sob esse aspecto que propomos a ideia de “atualizar” o conceito de capital cultural de Bourdieu para as novas tecnologias – vistas enquanto sustentação do capitalismo global –, conceituado por nós como capital cultural digital, algo que está relacionado à capacidade de os cidadãos atuarem na rede (e conseqüentemente na sociedade) e apreenderem o potencial de uso desse espaço virtual. No nosso entender, esse seria um dos processos centrais para que, neste mundo contemporâneo, o homem consiga alcançar sua condição de “ser da práxis, da ação e da reflexão” (Freire, 2011, p.30). Segundo o educador, somente a partir desta possibilidade de atuar, o sujeito seria capaz de transformar e criar uma realidade que, por sua vez, condiciona sua própria forma de atuar. “O homem que não pode ser compreendido fora de suas relações com o mundo, de vez que é um ‘ser-em-situação’, é também um ser do trabalho e da transformação do mundo” (Freire, 2011, p. 30).

Pensamos na construção de um capital cultural digital que permitia o desenvolvimento de habilidades e condições para reduzir barreiras, constituído por outras esferas ligadas especialmente à capacidade de produção em rede – algo que se tornou central na era digital. A construção e o desenvolvimento desse capital poderia permitir, então, alcançar o nível de autonomia de atuação no mundo contemporâneo do qual trata Castells (2013). Cabe-nos pensar, porém, em como romper as barreiras interpostas no trajeto para chegar a essa autonomia? Por isso, referendamos a relevância dos processos de aprendizado e apreensão a partir das colocações de Paulo Freire. Em *Extensão ou comunicação?*, o educador coloca que:

Conhecer é tarefa de sujeitos, não de objetos. E é como sujeito, e somente enquanto sujeito, que o homem pode realmente conhecer. Por isso mesmo é que, no processo de aprendizagem, só aprende verdadeiramente aquele que se apropria do aprendido, transformando-o em apreendido, com o que pode, por isso mesmo, reinventá-lo; aquele que é capaz de aplicar o aprendido- apreendido a situações existenciais concretas. (Freire, 2011, p. 29)

Todas essas questões recaem sobre o fazer jornalístico de maneira a obrigar sua reconfiguração na contemporaneidade e, conseqüentemente, sobre a formação dos profissionais que atuam nesta área. Neste contexto, Scolari aponta esse tipo de



jornalismo como aquele caracterizado pelo aproveitamento da inteligência coletiva dos leitores. Essa visão caracteriza a notícia como viral e expansível, espalhada espontaneamente pelos usuários em suas redes sociais, ampliando o alcance para além do veículo que a gerou. Esta notícia estaria também marcada pela possibilidade de exploração, por meio da qual é possível aprofundar-se no conteúdo, buscando complementá-lo nas redes sociais ou em outras plataformas como celular ou *tablet*.

Além da transmidiação, tal condição tem trazido ao jornalismo também a característica de liquidez. Essa ideia toma como base o conceito de ‘modernidade líquida’ proposto pelo sociólogo polonês Zygmunt Bauman, a partir do qual ele defende a tese de que a sociedade contemporânea já não vive mais agarrada a coisas sólidas e tem que se acostumar com uma realidade fluida, na qual tudo é mutável e multifacetado. Bauman define modernidade líquida como um momento em que ocorre o enfraquecimento dos sistemas, gerando um permanente ambiente de incerteza. Segundo ele, tal condição aponta para questões como a finitude da perspectiva do planejamento de longo prazo, visto que a liquidez impede a continuidade.

A ideia do jornalismo líquido transplanta para a profissão toda a complexidade do novo ambiente social no qual estamos começando a viver. Um exemplo é o processo de contextualização de uma notícia, na qual o jornalista pesquisa causas, consequências, beneficiados e prejudicados. Neste processo, geralmente o profissional acaba enfrentando uma grande perplexidade, porque descobre diferentes percepções e interpretações de um mesmo fato ou processo, sem ter tempo para examiná-los em detalhe. Um dos principais pesquisadores que se debruçam sobre os estudos deste jornalismo líquido é o holandês Mark Deuze, que analisa a crise na imprensa mundial e a desorientação que tomou conta de muitos jornalistas em consequência das mudanças radicais no ambiente de trabalho provocadas pela inovação tecnológica e pela internet.

Journalism has engaged the individualized and networked society in terms of its presupposed “audience fragmentation,” which, in turn, has reified professional journalism’s position as the primary gatekeeper and information provider in society. Instead of acknowledging the



contingent and co-creative context of the society and forms of community it intends to serve, the social system of journalism has consistently translated external realities into editorial processes and professional values that have served to reinforce its boundaries toward the outside world (Weber, 2000). Thus, we see how journalists around the world embrace “autonomy” as the sole value they all share, regardless of political context (Scholl & Weischenberg, 1999), while, at the same time, increasingly privileging explaining and interpreting the news as a more important role in their jobs than reporting or “breaking” the news⁴. (Deuze, 2008, p. 10)

Aparentemente, há diversos caminhos que os jornalistas recém-formados poderiam traçar para atuar neste cenário, de acordo com Antoun (2013). Um deles seria o net-ativismo, ou cobertura colaborativa, que tem sua genealogia quando determinado acontecimento público é transformado em fato jornalístico pelo trabalho de engajamento coletivo dos perfis nas redes sociais, difundindo, ao vivo via streaming, material escrito, fotográfico e audiovisual.

Os sites institucionais e a adesão dos interagentes às mídias sociais e às redes sociais que estas abrigam estão entre as iniciativas que mais crescem na web, inclusive para ações de viés noticioso. Propiciam práticas jornalísticas desvinculadas das redações profissionais, não necessariamente com o intuito de competir com essas; embora o façam, no mínimo quanto ao tempo e a atenção do leitor, dois bens escassos e não renováveis. Se pensado pelo viés da construção da atualidade, potencializa-se a possibilidade de que acontecimentos jornalísticos sejam publicizados por indivíduos, por entidades coletivas de interesse social (associações comunitárias, entidades filantrópicas, sindicatos, organizações não-governamentais), por organizações de

⁴ Tradução da autora: ‘O jornalismo tem envolvido a sociedade individualizada e em rede em termos de sua suposta “fragmentação da audiência”, que, por sua vez, reifica a posição do jornalismo profissional como principal fornecedor de informações da sociedade. Em vez de reconhecer o contingente e o contexto co-criativo da sociedade e formas de comunidade que pretende servir, o sistema social do jornalismo tem consistentemente traduzido realidades externas em processos editoriais e valores profissionais que serviram para reforçar as suas fronteiras em direção ao mundo exterior (Weber, 2000). Assim, vemos os jornalistas de todo o mundo abraçarem a “autonomia” como o único valor que todos compartilhamos, independentemente do contexto político (Scholl & Weischenberg, 1999), enquanto, ao mesmo tempo, cada vez mais a notícia emerge em seu importante papel de desenvolver relatórios’.



comunicação independentes, bem como pelas tradicionais fontes oficiais ou personalidades (artísticas, políticas, desportivas), dependendo do número de seguidores e da visibilidade que este ou aquele site detém, e do próprio valor-social de notícia que a postagem agrega. Assim, a produção das notícias estaria em franco processo de repaginação, a partir da porosidade entre leitor, jornalista e fonte como instâncias de enunciação, onde processos que escapam às redações profissionais efetivamente se inserem no circuito da notícia. Trata-se, do ponto de vista puramente jornalístico, de uma mudança por justaposição de procedências e adoção de novos formatos de notícias que passam a ser aceitos e praticados também no âmbito das redações profissionais.

Segundo Figaro (2013), o tempo e o espaço, comprimidos pelas possibilidades das tecnologias de comunicação e de informação, foram assimilados nos processos de produção de modo a reduzir o tempo para a reflexão, a apuração e a pesquisa no trabalho jornalístico. O espaço de trabalho encolheu e ao mesmo tempo diversificou-se, transformando as grandes redações em células de produção que podem ser instaladas em qualquer lugar com internet e computador. O jornalismo on-line, em tempo real, os blogs e as ferramentas das redes sociais são inovações nas rotinas profissionais.

Ainda conforme Figaro (2013), é exigida hoje do jornalista atualização constante no uso de ferramentas digitais de prospecção, apuração e edição de informações. É fundamental ter habilidades e competências que permitam a atuação em diversas plataformas – impressa, tevê, rádio, internet – e em diferentes linguagens – verbal, escrita, sonora, fotográfica, audiovisual, hipertextual. São necessárias ainda noções de marketing e de administração, visto que se prioriza a visão de negócio/mercadoria já inserida no produto cultural, por meio do tratamento dado às pautas e à segmentação de públicos. Ao que Deuze completa:

With news workers across the globe under tremendous pressure, with mass lay-offs of journalists and buy-outs of news companies dominating the corporate agenda (especially in the U.S., across Europe, Australia, and South America), and audiences retreating from



commercial news products, it is safe to say that any study of journalism has to take into account the precarious context of its object of study. And that context must be seen in terms of a liquid journalism for a monitorial citizenry⁵. (Deuze, 2008, p. 14)

No entanto, segundo Castells (2006) é preciso focar nossa atenção também em outras tendências. O jornalismo militante, ideológico, a mídia engajada, por exemplo, foi por muito tempo tido como uma mídia sem a qualidade da “objetividade” – logo, sem consumidores. Além disso, há outra tendência observada atualmente, de acordo com o autor catalão, que está na perda da autonomia por parte dos jornalistas profissionais com relação aos seus empregadores. Nesse âmbito joga-se boa parte do complexo jogo das “manipulações” midiáticas, conforme Castells (2013). E isso interfere diretamente na constituição das expectativas de trabalho e carreira dos jornalistas, em especial no momento de inserção desses profissionais no mercado de trabalho. Quase que obrigatoriamente a atual condição do mercado lhes imputa a necessidade de empreender e estabelecer desde o princípio as conexões que poderão permitir boa parte de seu desenvolvimento profissional. A construção dos blogs transita neste espaço.

De acordo com Castells (2013), a quantidade de blogueiros no planeta dobra de seis em seis meses. Ele coloca ainda que como, no início, a língua inglesa era o idioma dominante na internet, mais de um-terço dos sites da web são em inglês. O chinês vem em seguida, depois o japonês, o espanhol, o russo, o francês, o português e o coreano. De acordo com o autor, contudo, “o que realmente importa não é tanto a existência de todos esses blogs, mas a ligação que há entre eles, e o que eles condensam e difundem com a totalidade de interfaces comunicacionais” (2006, online). É isso que permite, conforme o sociólogo catalão, a constituição da “Mass

⁵ Tradução da autora: ‘Com os trabalhadores de notícias em todo o mundo estão sob uma tremenda pressão, com as demissões em massa de jornalistas, as aquisições de empresas de notícias que dominam a agenda corporativa (especialmente os EUA, em toda a Europa, Austrália e América do Sul) e audiência voltada a produtos noticiosos comerciais, é seguro dizer que qualquer estudo do jornalismo é preciso ser considerado o contexto precário de tal objeto de estudo. E esse cenário deve ser visto em termos de um jornalismo líquido para uma cidadania monitorada’.



Self Communication” como uma nova forma de comunicação em massa – porém, produzida, recebida e experienciada individualmente.

Castells (2006) ainda esclarece que isso não quer dizer que tenhamos de um lado a mídia aliada ao poder, e de outro, as Mass Self Media, associadas aos movimentos sociais. Ao contrário: cada uma opera sobre uma dupla plataforma tecnológica. Isso mostra que, para romper com o distanciamento social, é necessário enfrentar outro elemento relacionado com o desenvolvimento da “capacidade educativa e cultural de utilizar a internet” (Castells, 2013, p. 266), explorando o potencial oferecido pelas características funcionais das TIC. Assim, o acesso às tecnologias da informação e da comunicação e o seu uso proficiente pelos cidadãos são condições essenciais para o desenvolvimento da sociedade da informação e do conhecimento, especialmente por parte dos que atuam profissionalmente no Jornalismo e na Comunicação.

Há, porém, quem observe com bastante cautela todas essas possibilidades otimistas trazidas pela tecnologia para a atuação dos internautas diante das tendências de desenvolvimento do conteúdo colaborativo. Segundo Fuchs (2011), por exemplo, é possível considerar como uma ideologia a “cultura participativa” ensejada pelas novas tecnologias e pelo desempenho de papéis como o do prossumidor. Para Fuchs, a noção de classe precisa ser expandida para incluir todo mundo que cria e recria espaços de experiência comum, como o conteúdo gerado pelos usuários na internet, por meio de suas práticas. Compreender a internet hoje, portanto, de acordo com ele, significa entendê-la também na chave da luta de classes, da exploração e do trabalho digital. O usuário é, em sua visão, “por si só uma mercadoria, e através desta mercantili- zação sua consciência torna-se permanentemente exposta à lógica da mercadoria enquanto ele está on-line sob a forma de publicidade” (Fuchs, 2012, p. 712).

Pensando no que propõe Fuchs, dentro da lógica da comoditização do usuário, há que se considerar que o internauta nas redes sociais exerceria um trabalho não-pago ao fornecer espontaneamente seus gostos pessoais e ao criar, compartilhar e



curtir os conteúdos mais diversos. O autor considera que empresas envolvidas com redes sociais exploram os usuários ao incentivar o engajamento dos usuários em atividades de produção de conteúdo. E aqui nos caberia perguntar se o desempenho dos jornalistas recém-formados para atuar em rede não se opõe completamente ao papel que acabam por exercer, de referendar essa estratégia empresarial, ainda que o façam por estarem em busca de novas alternativas de atuação no complexo e precário mercado de trabalho do jornalismo que se configura atualmente.

Referências

ANTOUN, Henrique. Mobilização nas redes sociais: a narratividade do #15M e a democracia na cibercultura. **Anais XXII Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal da Bahia, 04 a 07 de junho de 2013

BARRETO, Raquel Goulart. **Discursos, tecnologias, educação**. Rio de Janeiro: UERJ, 2009.

BREDARIOLI, C. **Processos educativos e formação de jornalistas: redirecionamento das práticas profissionais a partir das possibilidades interativas das redes digitais**. Tese (Doutorado). São Paulo: ECA-USP, 2014.

BREDARIOLI, C. Construção de capital cultural digital a partir das possibilidades interativas das redes. In: XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, PR, **Anais Intercom**, 2014.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2008.

BOURDIEU, P. **Los tres estados del capital cultural**. Disponível em: <http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>. Argentina, 1998.

BOURDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2005.

CASTELLS, M. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Rio de Janeiro: Zahar, 2013.

DEUZE, Mark. The Changing Context of News Work: Liquid Journalism and Monitorial Citizenship. **International Journal of Communication** 2 (2008), Feature 848-865. Direito de uso licenciado pelo Creative Commons Attribution Non-commercial No Derivatives (by-nc-nd). Disponível em: <http://ijoc.org>.



DI FELICE, Massimo. As redes e as dimensões tecnocolaborativas do social. In: CARRASCOZA, João Anzanello; ROCHA, Rose de Melo (orgs.). **Consumo midiático e culturas da convergência**. São Paulo: Miró Editorial, 2011

FIGARO, R (org.). **As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas**. São Paulo: Atlas, 2013.

FREIRE, P. **Extensão ou comunicação?**. 15.ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011

FUCHS, C. **Foundations of critical media and information studies**. New York: Routledge, 2011

FUCHS, C. Dallas Smythe today - the audience commodity, the digital labour debate, marxist political economy and critical theory: prolegomena to a digital labour theory of value. **Triple C**, 10, 2, 692-740, 2012

OROZCO GÓMES, Guillermo. Comunicação, educação e novas tecnologias: a tríade do século XXI. In: CITELLI, Adilson; COSTA, Maria Cristina Castilho (orgs.). **Educomunicação**: construindo uma nova área de conhecimento. São Paulo: Paulinas, 2011.

PRIMO, Alex. **Interação mediada por computador**: comunicação, cibercultura, cognição. Porto Alegre: Sulina, 2007.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.