



Jornalismo E Globalização: Uma Análise Dos Novos Rumos Da Profissão¹

Kelen Maria Ribeiro de BARROS²

Maurício de Medeiros CALEIRO³

Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG

RESUMO

A globalização se dissemina principalmente sob os aspectos do desenvolvimento econômico e das tecnologias de comunicação, inferindo diretamente no trabalho do jornalista, responsável pela produção de informações. Analisar de que maneira estas características atuam sobre a sociedade e as mudanças proferidas sobre o contexto do trabalho jornalístico na era global nos levam a entender os caminhos pelos quais esse processo nos levará e o que significa estar conectado à rede mundial de informações atualmente.

PALAVRAS-CHAVE: capitalismo; globalização; internet; jornalismo.

Introdução

A globalização traz à tona uma concepção de um mundo sem fronteiras, onde a livre circulação de informações, capital e mercadorias é amplamente difundida e podem ser transferidos a qualquer momento sob a mediação do mercado. Isso significa que nos primórdios da era globalizada, os primeiros impulsos provinham do desenvolvimento econômico que trazia consigo os meios de transporte modernos e baratos e tecnologias de comunicação que permitiam uma integração mundial (LASTRES, 1999).

Essa integração acontece em todos os âmbitos sociais, políticos, econômicos ou culturais. A função de ser formar uma aldeia global é criar uma grande massa de consumidores que possam ter acesso a mercadorias de qualquer lugar do mundo. Dentro desse contexto, se encontra a produção de informação e notícias, trabalho desenvolvido pelos jornalistas desde o surgimento da profissão.

Contudo, o jornalismo parte de uma concepção onde sua ética está diretamente ligada a uma função social e não necessariamente a interesses de mercado. Hoje, porém, vemos que a notícia se tornou uma mercadoria e o capitalismo trouxe aos tempos atuais

¹Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 28 a 30 de junho de 2012.

²Graduada no curso de Comunicação Social – Jornalismo na UFV em Jan/2012, email: kelenribeirodebarros@yahoo.com.br

³

Orientador do trabalho e professor de História do Cinema Brasileiro na UFF, email: mauricio_m_caleiro@yahoo.com.br.



não só um jornalismo perpetuador do sistema, mas também meios de comunicação e tecnologias que aumentam ainda a interação com o público e a difusão de grandes marcas e empresas.

Felizmente, a internet e a web 2.0 também possibilitam que o público seja mais participativo e atuante. Um leque de conteúdos é aberto e cada vez mais conectados, somos capazes de conhecer mais a fundo o mundo que nos cerca e também as pessoas que nele vivem. Passamos de meros receptores de informação para sermos também produtores e hoje, podemos também contribuir para que o remanejamento e a revisão dos fatos aconteçam de forma mais intensa e diversa.

É nesse paradoxo, entre a globalização que dispersa o sistema único e que absorve todas as opiniões ao mesmo tempo é que encontramos o profissional jornalista se adaptando ao longo do tempo.

Imprensa, jornalismo e história

A concepção da imprensa na história pode ser considerada fruto do funcionalismo, termo concebido por Émile Durkheim que explica algumas características sociais através das funções que as instituições empregam sobre a sociedade. As necessidades da elite intelectual que provinha do movimento renascentista de obter livros e a demanda das instituições da burguesia em ascensão pelas atividades de impressão foram o impulso inicial para o surgimento de algumas publicações. Contudo, devemos também considerar outro fator de grande relevância que é a necessidade social da população de manter-se em dia com os acontecimentos e fatos da época, que deu origem às publicações periódicas (GENRO FILHO, 1987).

Ainda no campo social, é possível inferir o quanto o desenvolvimento dos meios de comunicação, que vão desde o impresso à internet, introduz sobre a sociedade elementos do sistema difundidos sob uma comunicação que aumenta cada vez mais sua escala. Desde os primórdios do capitalismo, a imprensa já poderia ser vista como um objeto de manipulação:

No entanto, o jornalismo, que é o filho mais legítimo desse casamento entre o novo tecido universal das relações sociais produzido pelo advento do capitalismo e os meios industriais de difundir informações, isto é, o produto mais típico desse consórcio histórico, não é reconhecido em sua relativa autonomia e indiscutível grandeza. De um lado, ele é visto apenas como instrumento particular da dominação burguesa, como linguagem do engodo, da manipulação e da consciência alienada. Ou simplesmente como correia de



transmissão dos "aparelhos ideológicos de Estado", como mediação servil e anódina do poder de uma classe, sem qualquer potencial para uma autêntica apropriação simbólica da realidade. (GENRO FILHO, 1987, p. 14)

Por outro lado, Adelmo Genro Filho também expõe que o jornalismo pode ser visto de modo um pouco mais liberal, onde sua função social é o aperfeiçoamento das instituições através de uma descrição simples e objetiva dos fatos. Sendo assim, o caráter socializante dos meios de comunicação é colocado em evidência, se mostrando como uma necessidade primordial para a construção de uma sociedade crescente e a vigência do sistema.

Tratando da objetividade jornalística, várias discussões apontam para a ambigüidade do discurso que a envolve, tendo em vista que descrever algo de maneira objetiva é sempre questionável. O jornalista não deve emitir juízo de valor na transmissão de informação, mas qualquer ser humano sempre terá sua própria visão dos fatos, seja pela sociedade em que vive ou por suas experiências ao longo da vida. Ainda assim, o profissional deve buscar a objetividade até onde seu limite humano permite.

No entanto, é possível análise de outros aspectos da objetividade:

É claro que não se trata do simples "relato" e "descrição" de um fato, dentro de supostos "limites permitidos pela natureza humana", separado da análise e do comentário. Trata-se, sim, de uma nova modalidade de apreensão do real, condicionada pelo advento do capitalismo, mas, sobretudo, pela universalização das relações humanas que ele produziu, na qual os fatos são percebidos e analisados subjetivamente (normalmente de maneira espontânea e automática) e, logo após, reconstruídos no seu aspecto fenomênico (GENRO FILHO, 1987, p.19-20).

É a partir dessa universalização das relações humanas e a forma como ela é concebida que podemos partir para o contexto global em que vivemos atualmente e analisar quais as mudanças que o desenvolvimento humano trouxe para as práticas profissionais do jornalismo e para onde estamos caminhando.

O capitalismo e a função social do jornalismo

O jornalismo como profissão se insere em dois discursos: o humanista e o tecnicista. O primeiro pode ser visto sob uma visão romantizada que caracteriza a profissão do jornalista como um dever perante a sociedade, onde ele é seu representante e está sempre disposto a apresentar a verdade dos fatos. A segunda se sujeita aos



impasses do mercado, onde a encomenda de notícias faz com que as condições de trabalho resultem em um produto, e não no dever ético jornalístico (PEREIRA, 2004).

A funcionalidade social da profissão vem se perdendo diante da atual conjuntura prática da profissão. O papel do jornalista, as redações e produção de notícias estão mudando e junto com eles com todo um aspecto sociológico é movido e transformado ao longo do tempo, desencadeando um conjunto de relações que direciona o estudo da profissão a rumos diferentes.

A visão romantizada do jornalismo é exemplificada por algumas expressões cotidianamente usadas como “quarto poder” e “cães de guarda da sociedade”, como se o status da profissão do jornalista fosse diferente das outras profissões. A busca de modelos profissionais para o jornalismo se deu por volta do século XX na França. No Brasil, a profissão só veio a ser reconhecida muito depois do Estado Novo, em plena ditadura militar, período pós-AI5, com a Lei de Imprensa. Essa organização da profissão interferiu diretamente no conceito romantizado do jornalismo. A partir do momento em que se estabeleceram preceitos mercadológicos para o cumprimento do jornalismo, a sua verdadeira função social perdeu a força (PEREIRA, 2004).

No entanto nem sempre a função social perde para as funções de mercado do jornal. Um exemplo foi a cobertura das “Diretas Já” pela *Folha de S. Paulo*:

Este teria sido um momento em que o jornal ultrapassou sua instância mercadológica, tornando-se uma entidade social e cultural, carregada de emoções, alimentando processos complexos de comunicação com informação, análises e opiniões que podem mudar os rumos de povos e nações (PEREIRA, 2004).

Estados Unidos e Brasil sempre deram relevância ao caráter informativo do Jornalismo, já na França o caráter interpretativo sempre esteve em primeiro plano. No início do século 20, a filosofia e as ciências naturais começam a questionar a objetividade jornalística. A busca por cada vez mais leitores e mais jovens faz com que os jornalistas comecem a produzir matérias mais “atrativas”, colocando em cheque a proximidade com a verdade dos fatos.

A partir da década de 70, a maioria dos grandes jornais norte-americanos lançaram suas ações na bolsa de valores. Com isso, aumentou a pressão pela busca de lucros e benefícios a curto prazo, restringindo a qualidade do veículo, ao mesmo tempo que aumentou o poder dos departamentos de marketing. Os processos de concentração e incorporação dos veículos por grandes empresas reduziram o jornalismo a um setor subsidiário dentro das corporações midiáticas. A submissão da imprensa à lógica empresarial alterou a pauta jornalística.



As notícias sobre economia e política dão lugar à cobertura de assuntos mais vendáveis ('soft news') e com alto conteúdo emocional. O objetivo é a maximização do público (PEREIRA, 2004).

Desenvolvimento do sistema e das tecnologias da informação

No final do século 20 o advento das tecnologias de comunicação e informação é resultado claro de uma reestruturação do capitalismo. Nesse período a sociedade começa a viver um momento inédito na história, onde as pessoas são capazes de estar conectadas umas as outras através da internet, formando uma rede entre elas. Essa estrutura emergente do século 21 passa a ser global, capitalista e informacional (FONSECA, 2005).

Adotando uma vertente marxista, não devemos nos prender somente à ascensão das novas tecnologias, mas também à evolução do capitalismo que adquiriu uma forma mais flexível de acumulação do capital e uma nova concepção de tempo-espço dentro do sistema.

Essa reestruturação acontece num período pós-fordista, quando a organização do trabalho e da produção em massa dá lugar à flexibilidade. Essa flexibilidade é exemplificada pelo método *Just in time*, que direciona de maneira específica os produtos e pelo atendimento a mercados diferenciados, com públicos diversos. Isto se inicia por volta de 1970. É nesse ponto que podemos visualizar a compressão da concepção de tempo-espço (FONSECA, 2005).

Sendo assim, o desenvolvimento das tecnologias e do capitalismo deve ser visto de maneira interligada para que possamos compreender como a produção da informação passa a adotar um conceito diferenciado ao longo do tempo:

Esses fatores, preferencialmente, estruturam a nova organização social, nomeada de sociedade em rede (Manuel Castells), pós-industrialismo (Daniel Bell), pós-fordismo (David Harvey), pós-modernismo (Frederic Jameson), capitalismo tardio (Ernest Mandel), ou simplesmente globalização, expressão corrente no senso comum que tanto pode ser interpretada como o triunfo final do capitalismo (Francis Fukuyama) ou apenas como o apogeu da etapa monopólica do capitalismo mundial (FONSECA, 2005, p.67).

A mudança do sistema vista em aspectos sociológicos, é caracterizada por uma predominância maciça das mídias, da informação e da tecnologia. O resultado é uma nova forma de discurso, que procura a aceitação do fenômeno pela inserção das massas no novo contexto. É nesse viés que a palavra globalização vem sendo emitida e



representada, pois a verdadeira importância do seu significado está naqueles que a enunciam, especificamente de onde e quando emitem.

Comunicação globalizada

As inovações tecnológicas e comunicacionais trouxeram à atividade jornalística uma amplitude global jamais vista. Dissociar a globalização da comunicação da globalização econômica é impossível, já que a difusão de informações está diretamente ligada a manutenção do sistema capitalista onde o liberalismo econômico é seu carro-chefe. O jornalista, por atuar no campo social é responsável por grande parte do conteúdo que vem sendo propagado ao longo do tempo, seja ele de origem política, econômica, religiosa ou cultural. Contudo, a predominância do mercado sobre as suas áreas de atuação é algo que continua a ser perpetuado.

Somos bombardeados de informações com cada vez mais frequência e estamos suscetíveis àquilo que os meios de comunicação vêm nos propondo. A partir do momento em que os grandes conglomerados são detentores do poder, podemos inferir que estaremos sempre influenciados pelo que é disseminado em grande escala, ou seja, no caso do jornalismo, as maiores empresas têm uma área de abrangência maior e o que é produzido por elas geralmente adota o contexto que lhes é mais cômodo.

O desenvolvimento das tecnologias torna isso ainda mais forte, pois o advento da internet e web 2.0 ampliam ainda mais esse processo. Contudo, devemos considerar também que a participação do público na produção de conteúdo vem crescendo substancialmente e de certa forma, isso pode ser um pequeno passo para que a democratização da mídia se inicie.

O advento da internet trouxe a possibilidade de que universalização de padrões aumentasse cada vez mais, tornando o pensamento humano cada vez mais global, quebrando barreiras, conectando a tudo e a todos.

A internet

Durante a segunda metade da década de 1990 e com a comunicação mediada por computadores (CMC), um novo sistema comunicacional passou a ser formado a partir da fusão de mídias de massa personalizada e globalizada. O sistema logo foi chamado de multimídia. Governos e empresas do mundo todo iniciaram uma corrida para a instalação do sistema, que era visto como ferramenta de poder e potencial fonte de altos lucros, além de símbolo da hipermodernidade (CASTELLS, 2003).



Porém, as empresas é que davam forma ao sistema multimídia e não os governos, uma vez que a escala de investimentos impediu que o governo agisse sozinho. Também era interessante para as organizações controlarem os estágios iniciais do processo que ainda era incerto, mas apresentava grande potencial. Controlar esse primeiro momento significava conquistar vantagem estrutural competitiva.

Nesse cenário, empresas de *softwares*, como a Microsoft, e criadores de videogames, como a Nintendo, desenvolviam seu *know-how* interativo que desencadearia na fantasia de imersão na realidade virtual. Ao mesmo tempo, redes de TV, gravadoras e estúdios de cinema aprimoravam suas tecnologias visando alimentar ao sistema que era supostamente faminto por produtos audiovisuais. Já os provedores de internet tentavam conectar à rede o universo dos meios de comunicação de massa (CASTELLS, 2003).

Em fins da década de 1990, surgiam ainda novas formas de integração tecnológica, uma delas é a *WebTV*, na qual a TV fica ligada ao computador e à rede telefônica (CASTELLS, 2003). Entretanto, o processo de formação do novo sistema multimídia se deu de maneira mais lenta do que era a esperada. No ano de 1994, aconteceram alguns experimentos com sistemas multimídia interativos em vários locais do globo, mas os resultados não corresponderam às expectativas. Para concretizar a grande promessa de multimídia (vídeo de qualidade sob demanda, em modalidade interativa e por intermédio de um decodificador com *software* adequado), era necessário um grande salto na capacidade de transmissão.

O desenvolvimento completo de tecnologias que possibilitam a implantação de um sistema multimídia exigia, para além dos altos investimentos, o esclarecimento do ambiente regulador, envolvido em fortes interesses de empresas, de eleitorados políticos e de legisladores do governo. Nessas condições, apenas grupos poderosíssimos, resultantes de alianças entre empresas de comunicação de massa de massa, operadoras de comunicações, provedores de serviços de Internet e empresas de computadores, estavam em condições de dominar os recursos econômicos e políticos necessários para a difusão da multimídia.

Dessa maneira, o sistema multinacional será moldado, muito provavelmente, pelos interesses comerciais de poucos e grandes conglomerados ao redor do mundo. A questão, porém, é se esses grandes conglomerados têm capacidade de “identificar de maneira precisa o que a população realmente quer de cada sistema de comunicação de massa” (CASTELLS, 2003).



A internet e o jornalismo: novas práticas

A internet mudou a rotina de produção do jornalismo. Jornalistas atualmente se encontram em um cenário de tecnologias inseridas no cotidiano e devem, portanto, ter um letramento digital e o domínio das técnicas e das ferramentas mais adequadas para dar a informação (LOPEZ, 2009). Na internet, as fontes encontram-se inseridas num ambiente mais democrático para a transmissão de informações. As fontes podem ser encontradas em blogs pessoais ou institucionais, perfis de redes sociais, newsletter, servidores de áudio e vídeo (como o Youtube) e em contas do Twitter.

Muitos dos sites disponíveis têm validade para o jornalismo como fonte, tanto na busca de personagens, como na busca por especialistas. Além disso, organizações, instituições, bancos de dados e outros meios de comunicação, como agências de notícias e assessorias de comunicação têm seu espaços na rede, que ampliam para o jornalista a variedade e a abrangência das fontes com que se pode buscar informações.

Embora a internet aumente em grande escala o acesso a fontes, elas muitas vezes são utilizadas de maneira padronizada (LOPEZ, 2009). Isso porque existe uma defasagem da compreensão dos jornalistas da necessidade de variação de fontes e das possibilidades propiciadas pelas ferramentas digitais, fazendo com que os enormes bancos de dados da internet sejam subutilizados.

Hoje a internet é vista como espaço para ampliação de informações, no qual se pode dar voz a novos atores sociais, mas nem sempre foi assim. Da mesma maneira que a televisão pareceu, nos seus primeiros momentos, uma ameaça ao rádio, a internet foi vista muitas vezes como uma ameaça aos demais canais de comunicação. Isso fez com que os empresários demorassem a potencializar as redes em seu favor: as primeiras versões de páginas de emissoras apresentavam apenas informações institucionais e textos de poucas notícias que já haviam ido ao ar, além de que a ampliação de conteúdos e a disponibilização de áudio e vídeo ou exploração da memória não estavam presentes nos sites e portais (LOPEZ, 2009).

Essa realidade foi se transformando aos poucos, mas ainda na atualidade os conceitos e usos de áudio e vídeo pelas emissoras na internet são polêmicos, gerando diversas compreensões e debates na esfera acadêmica. Podemos dizer que a presença do áudio e vídeo na internet aconteceu de forma gradual e incipiente (LOPEZ, 2009). As emissoras de rádio, por exemplo, utilizam o áudio na web de três maneiras distintas: como ferramenta de interação, de aprofundamento e de banco de dados; algumas



emissoras de rádio são criadas especificamente para a internet e exploram todas as potencialidades desse canal; outras emissoras utilizam a web como mera repetidora de seu conteúdo normal.

Além disso, até pouco tempo, a baixa velocidade das conexões era um fator que desestimulava os jornalistas a utilizarem a internet. Por conta dessa dificuldade, as técnicas de utilização das ferramentas da web e a experimentação com tais recursos permaneceram quase que estagnadas. Mais tarde, com a disseminação das conexões em banda larga, o quadro foi mudando de figura, fazendo com que os empresários investissem mais nas potencialidades da rede (LOPEZ, 2009).

A web 2.0

A web 2.0 versa sobre a mudança das práticas de recepção e emissão de conteúdo na internet. Antes a estrutura era: emissor → receptor, o que se reconfigura nesse novo contexto: agora quem antes era apenas receptor, pode ser também produtor e emissor de seu próprio conteúdo. Segundo ANTOUN e PECINI a web passou por três etapas de transformação. A web 2.0 seria a presente:

Esta seria uma terceira etapa da *Web*, que teria passado de uma rede para compartilhamento de pesquisa acadêmica, no início de sua existência, para uma rede de empresas **pontocom**, e depois do estouro da bolha para uma ferramenta que une milhões de pequenas contribuições feitas por pessoas comuns de modo que estas façam a diferença (ANTOUN e PECINI, p.8).

Nota-se uma mudança estrutural nos fluxos informacionais nunca vista antes. O ciberespaço configura-se como um novo espaço potencializador de trocas e compartilhamento de informações, as quais passaram a ser traduzidas em uma linguagem digital.

Algo que facilita e dá suporte a esse quadro é a popularização e barateamento das tecnologias digitais, como câmeras fotográficas e filmadoras, gravadores, conexão sem fio, notebooks, etc. Além da simplificação das plataformas difusoras de conteúdo como blogs, microblogs, redes sociais, etc. É muito fácil para um leigo difundir conteúdo na rede. A revolução tecnológica vem enfatizar o processo de colaboração e a rede proporciona o espaço para essa colaboração:

(...) o que a revolução tecnológica introduz em nossa sociedade não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos – que



constituem o cultural – e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar (BARBERO 2006, p.54).

Jornalismo *open source*

Essas novas formas de se relacionar com a informação abrem uma porta para novas formas de produzi-las, daí vem a idéia do jornalismo *open source* ou cidadão. Esse formato vem muito de um ideal que luta pela livre circulação de idéias e informações, batendo de frente com o modelo corporativista que domina a comunicação. Se antes somente grandes empresas tinham voz e poder na dinâmica da troca informacional, a web 2.0 dá espaço a outras vozes, antes excluídas desses processos.

Tal direcionamento defende que o conhecimento deva ser visto não como mercadoria, mas como um bem coletivo que, portanto, precisa ser sempre compartilhado. O sistema operacional Linux, de código-fonte aberto e desenvolvido cooperativamente, é o principal tótem desse movimento. O processo de desenvolvimento contínuo e cooperado de programas de código aberto têm servido de metáfora para alguns projetos em jornalismo. No contexto jornalístico, alguns projetos e autores adotam o conceito *open source* para designar a construção participativa de notícias (BRAMBILLA, 2005, p.6).

Esses projetos tendem a reduzir ao máximo (quando não é ausente) a figura do jornalista ou um editor, modificando até mesmo a dinâmica da produção jornalística. Muitos falam que o conceito de *gatekeeper*, o porteiro em um topo hierárquico que escolhe aquilo que será notícia, transforma-se em *gatematching*, aquele que observa o que está sendo discutido na rede e que deve ser retratado de maneira mais profunda. Seu papel de muro passa a ser o de um filtro.

Mas grande parte desses projetos se baseia na ausência total de uma hierarquia. Exemplos são a Wikipédia e O Centro de mídia independente (CMI), onde qualquer um pode facilmente cadastrar-se e enviar conteúdo, o qual pode ser editado (no caso do Wikipédia) por qualquer outra pessoa. Esse formato permite que mais vozes que estão a par do assunto agreguem informação, fazendo com que o produto final seja mais rico.

O cidadão se vê instigado a participar de projetos assim, pois segundo BRAMBILLA (2005): “No jornalismo *open source*, o sujeito que lê é o mesmo que escreve as notícias, compartilhando responsabilidades e tendo no envolvimento pessoal sua principal moeda de troca”.



Resistência e ativismo

Essa produção e circulação de notícias feitas e produzidas pelo internauta, seja ele jornalista ou não, tem também um sentido político, atuando como um instrumento de resistência e ativismo. É sem dúvida uma plataforma entusiasmadora para grupos de ativistas, que acham na internet uma facilitadora e base organizadora de suas ações, como aponta Castells:

Os ambientalistas também estão presentes na vanguarda das novas tecnologias de comunicação, utilizando-as como ferramentas de organização e mobilização, principalmente pela Internet. Por exemplo, uma coalização de grupos ambientais nos Estados Unidos, Canadá e Chile, formada a partir dos *Friends of the earth*, *Sierra Club*, *Greenpeace*, *Defenders of Wildlife*, *The Canadian Environment Law Association* e muitos outros, mobilizou-se contra a aprovação da Associação Norte-Americana de Livre Comércio (NAFTA) (...) Eles usaram a internet para coordenar ações e trocar informações construindo uma rede permanente que passou a traçar as linhas de batalha da ação ambiental transnacional nas Américas na década de 90. (...) Mediante o acesso a essas redes, grupos locais em todo o mundo passaram a ter condições de agir de forma global, exatamente no mesmo nível em que surgem os principais problemas relativos ao meio ambiente (CASTELLS, 2000, p.162).

Conclusão

Há uma discussão de grande complexidade no que diz respeito ao jornalismo global que é produzido atualmente. A integração de idéias, pessoas, informações e também mercadorias, se é que podemos separá-las umas das outras, promove uma diversidade e um modo diferenciado de se obter acesso às notícias.

Se por um lado, o jornalismo colaborativo dá oportunidade de participação social em altíssima escala, de outro temos o bombardeamento de informações que saem de todo e qualquer lugar, que nem sempre merecem credibilidade. Ainda assim, existe a possibilidade de alguma democratização midiática.

No entanto, não se deve negar o fato que ainda somos movidos pelos grandes conglomerados de empresas e querendo ou não, estaremos sempre à mercê de suas idéias e preconizações difundidas em larga escala. É um grande paradoxo saber que aquilo que nos engloba também nos exclui.

Ser jornalista atualmente é estar à frente de um grande impasse. Estar conectado e integrado é um requisito, mas utilizar-se desses meios para um fim específico é uma grande dúvida. Podemos nos render aos propósitos do sistema e disseminá-lo, seguindo



suas propostas e sua visão do mundo ou buscar promover o diálogo que remonte a ética e a verdadeira função social que a profissão nos permite exercer.

REFERÊNCIAS

ANTOUN, H.; PECINI, A. C.. A web e a parceria: projetos colaborativos e o problema da mediação na internet. *E-Compós* (Curitiba), 2007.

BRAMBILLA, Ana Maria. Olhares sobre o jornalismo colaborativo. In: CAVALCANTI, Mario Lima (org). *Eu, mídia: A era cidadã e o impacto da publicação pessoal no jornalismo*. 2008.

CASTELLS, Manuel. *O Poder da identidade vol. 2*. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. 7. Ed. Trad. Roneide Venâncio Majer. São Paulo: editora Paz e Terra, 2003.

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira. 2005. *O Jornalismo no conglomerado de mídia: a reestruturação produtiva sob o capitalismo global*. Tese de Doutorado em Comunicação e Informação, Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS.

GENRO FILHO, Adelmo. *O segredo da pirâmide - para uma teoria marxista do jornalismo*. Porto Alegre, Tchê, 1987.

LASTRES, H. M. M.; ALBAGLI, S. (eds.). *Informação e globalização na era do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

LOPEZ, Débora. *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica*. Covilhã, UBI, LabCom, Livros LabCom, 2010.

MARTÍN-BARBERO, Jesus. Tecnicidade, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In: MORAES, Dênis. (Org.) *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006b, p.51-79.

PEREIRA, Fábio Henrique. *Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão*. Corvilhão (Portugal): BOCC - Biblioteca On-line das



Ciências da Comunicação, 2004. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidadejornalista.html>> Acesso em 30 abril 2011.