

## **Participação e recompensas simbólicas no jornalismo digital: o caso da plataforma de blogueiros Mondoblog<sup>1</sup>**

Serge Katembera Rhukuzage<sup>2</sup>

**Resumo:** Este artigo analisa as relações conflituosas que se estabelecem no campo do jornalismo digital enquanto prática cultural das sociedades contemporâneas. Essa abordagem mostra a articulação entre crise e oportunidade nas relações mediadas pelo uso das Novas Tecnologias, especialmente no campo do jornalismo digital, onde o trabalho vem sofrendo mutações consideráveis. A partir da plataforma de blogueiros francófonos Mondoblog, da *Radio France Internationale*, exploro as noções de participação e recompensas simbólicas, olhando especialmente a crescente integração do mercado do jornalismo francês no contexto da emergência de profissionais qualificados na África.

**Palavras-chave:** Participação. Jornalismo digital. Recompensas simbólicas.

### **Participation and symbolic rewards in digital journalism: the case of the blogger platform Mondoblog**

**Abstract:** This article analyzes the conflicting relationships that are established in the field of digital journalism as a cultural practice of contemporary societies. This approach shows the articulation between crisis and opportunity in relations mediated by the use of New Technologies, especially in the field of digital journalism, where work has undergone considerable mutations. Using the French blogger platform Mondoblog, from *Radio France Internationale*, I explore the notions of participation and symbolic rewards looking especially at the growing integration of the French journalism market in the context of the emergence of qualified professionals in Africa.

**Keywords:** Participation. Digital journalism. Symbolic rewards.

### **Introdução**

A sociedade democrática implica a criação de espaços de expressão das opiniões públicas. Espaços onde os cidadãos têm seu direito de expressão garantido, mas além de tudo, significa ter cidadãos capacitados. Jurgen Habermas, filósofo alemão, explica esse processo em sua tese de livre docência intitulada *Mudança estrutural na esfera pública*. Neste texto seminal, Habermas analisa o desenvolvimento de uma esfera pública na sociedade inglesa pré-revolucionária, sendo ela uma das grandes transformações culturais ocorridas no Ocidente e que prefigurou o surgimento da democracia.

Portanto, a concepção moderna de democracia exige a existência de uma esfera pública. Na era da globalização e do “digital” (isto é, a expansão das práticas e usos da internet no

---

<sup>1</sup> O artigo traz alguns dos principais temas tratados na minha dissertação de mestrado. A pesquisa se beneficiou do apoio da CAPES. A dissertação é disponível no endereço: < <https://repositorio.ufpb.br/jspui/bitstream/tede/9742/2/arquivototal.pdf> >

<sup>2</sup> Doutor em Sociologia pelo Programa de Pós-Graduação da Universidade Federal da Paraíba (PPGS/UFPB). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4474-1738>. E-mail: skatembera@gmail.com

mundo globalizado) a necessidade de uma “esfera pública digital” faz-se imprescindível.

É nesse sentido que a iniciativa Mondoblog<sup>3</sup> da *Radio France Internationale* (RFI) deve ser compreendida. Ela se propõe a capacitar jovens internautas fazendo com que eles tenham aptidões para a utilização dos meios digitais.

A plataforma conta com blogueiros de diversas origens no continente africano, de religiões diferentes e vivendo em diferentes países do mundo; por isso tem um número importante de blogueiros expatriados. De imediato, podemos mencionar a blogueira da Tunísia, Limoune, que administra o blog “*Jeu des citrons*” (Jogo de limões). Em seu blog, a jovem mulher que usa um pseudônimo se propõe a dar a palavra a diferentes minorias que encontra em suas viagens entre a Tunísia e a França. Por exemplo, um dos temas recorrentes em seu blog é a questão da exclusão da população negra na Tunísia.

Merece também ser mencionada a blogueira do Mali, Fatouma, muçulmana casada com um homem que vive com suas três esposas. Não somente ela reivindica esse estilo de vida, por assim dizer, mas trata também de se posicionar no cenário político do Mali como uma líder de opinião a favor da democracia. Ela produz seus textos em Tombuctu, uma cidade que foi ocupada por rebeldes tuaregues no ano de 2012,<sup>4</sup> mas durante todo esse conflito, ela continua se arriscando, publicando suas opiniões acerca do futuro desse país do Sahel. No seu blog, a problemática religiosa, a corrupção do exército no Mali e outras questões políticas ligadas à fragilidade da democracia no país, bem como a questão do racismo no Islã são ressaltados com frequência. O machismo ligado à religião muçulmana faz parte dos temas recorrentes que ela aborda apesar de defender o fato de ter co-esposas em sua casa como um fenômeno cultural legítimo. Ela também prefere manter o anonimato por razões de segurança; sendo isso uma garantia que a plataforma oferece a seus blogueiros.

Observa-se a diversidade da plataforma Mondoblog, que engloba atores sociais muito diferentes entre si, mas que se aproximam pelo uso da língua francesa, pelo mesmo interesse pela cultura digital e a consciência política que os leva a produzir um conhecimento crítico na blogosfera do continente africano. Ademais, vale ressaltar a paridade que existe no projeto Mondoblog que se compromete em selecionar um número importante de mulheres para compor

---

<sup>3</sup> Mondoblog é uma plataforma de mais de mil blogueiros francófonos selecionados pelo programa Atelier des Médias da Radio France Internationale (RFI). A maioria dos blogueiros atuam no continente africano. Disponível em: <<https://mondoblog.org/>>

<sup>4</sup> A rebelião tuaregue de 2012 foi bastante noticiada na mídia internacional. Ver por exemplo em: <<https://www.publico.pt/2012/04/07/jornal/tombuctu-a-joia-africana-que-esta-em-risco-de-desaparecer-24330569>>

o quadro dos blogueiros.

Mesmo considerando que as Novas Tecnologias da Informação contribuem de maneira decisiva no aprofundamento da democracia na África, na ampliação das liberdades e na redução da pobreza, investindo na capacitação dos indivíduos, não podemos nos eximir de lançar um olhar crítico sobre os processos envolvidos na adoção desses modos de inscrição no debate público a partir da internet.

### **Uma esfera pública digital na África**

Os blogs surgem num contexto de heterogeneidade social. Daí que favorecem certo pluralismo na sociedade. Essa pluralidade de opinião é, portanto, o reflexo de sociedades cada vez mais inclusivas (MORAIS, 2012). Esse pluralismo de opiniões na esfera pública digital se observa, de acordo com Morais, na utilização de linguagens diversificadas, usando-se artifícios linguísticos como a ironia, o humor, a poesia, etc. (p. 119).

No entanto, a própria autora considera os limites dessa visão idílica da internet quando se refere à sua privatização, à colonização do ciberespaço pelo capital: segundo ela, a chamada “ditadura da Silicon Valley” constitui um limite ao potencial democrático da internet (p. 122).

Não é um exagero dizer que a África é um dos lugares mais afetados por essa “grande transformação” produzida pela difusão da internet numa escala global. Dados trazidos por Castells em seu livro *Redes de indignação e esperança* confirmam essa tendência. Os casos de Tunísia e Egito ilustram esse progresso:

Dado o papel da internet na difusão e coordenação da revolta, revela assinalar que a Tunísia tem uma das mais altas taxas de penetração da internet no mundo árabe. Em novembro de 2010, 67 % da população urbana tinha acesso a um celular e 37 % estavam conectados à internet (CASTELLS, 2013, p. 30).

E no caso do Egito, Castells oferece alguns dados que confirmam a penetração da internet no país pouco antes do início da chamada Primavera árabe: “no final de 2010, estima-se que 80% dos egípcios tinham um telefone celular, segundo a pesquisa do instituto Ovum. Cerca de ¼ das residências tinham acesso à internet em 2009” (idem, p. 49). Ademais, Howard conclui (apud: Castells, 2013), com base em pesquisa comparativa envolvendo 75 países do mundo árabe, mostrando o impacto das novas tecnologias da internet na transformação da sociedade que:

[...] embora estruturados por uma série de fatores contextuais, a difusão e o uso de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) favorecem a democratização, fortalecem a democracia e aumentam tanto o envolvimento cívico quanto a autonomia da sociedade civil, abrindo o caminho para a

democratização do Estado e também para os desafios à ditadura. (CASTELLS, idem, p. 82).

Pode-se também considerar a multiplicação de blogs na internet um reflexo da evolução do próprio jornalismo quando passou de um jornalismo de notícia a um jornalismo de opinião e depois para um jornalismo literário. Esse processo descrito por Habermas (idem, p. 214) encontra na emergência dos blogs sua mais recente expressão. No caso do continente africano em especial, a proliferação dos blogs como meio de expressão social e da produção humorística não está separada da democratização da sociedade. A onda de democratização dos anos 1990 prefigurou o que seriam os anos 2010. Primeiro, nos anos 1990, há uma abundância de novas televisões e rádios privados em todo o continente (FRÈRE, 2008). Os anos 2000 foram anos de transição como ocorreu no mundo inteiro (foram os anos pós-11 de setembro). E finalmente, os anos 2010 viram uma explosão da blogosfera africana e o desenvolvimento de comunidades de blogueiros, ou seja, a emergência de várias redes de agentes de produção de notícias na internet.

### **Cenário sócio-político na África e crise da mídia na França**

Eventos recentes da geopolítica africana mostram a grande força que constitui a internet no fortalecimento da democracia no continente. O livro *Rede de Indignação e Esperança* de Manuel Castells aponta para esses elementos de mudanças estruturais, em alguns casos enraizados, em outros circunstanciais, mas que precipitaram a queda de regimes autoritários.

A princípio Mondoblog começou como uma simples formação informal do jornalista francês Philippe Couve com alguns blogueiros que ele encontrou em uma das sessões de divulgação das práticas e usos da internet no continente africano. O que era uma sessão informal de formação sobre o uso das plataformas digitais Wordpress e Blogger se transformou num projeto maior envolvendo centenas de jovens interessados em escrever e intervir no debate público de seus países.

Involuntariamente, começava uma iniciativa de ampliação da esfera pública e de abertura democrática. Sabe-se que o continente africano enfrenta uma profunda crise democrática desde a onda de independência nos anos 1960. Portanto, a iniciativa Mondoblog se constituía como uma (e)-revolução na esfera pública digital africana contribuindo na abertura da sociedade, intensificando o acesso à informação que vinha avançando no continente apesar das experiências políticas traumáticas, principalmente depois da década de 1990.

Castells deixa claro que a internet, especialmente através da atuação dos movimentos sociais, faz emergir uma nova cultura baseada na “*utopia da autonomia*” (idem, p. 166);

revelando dessa forma uma nova característica das gerações presentes, a saber, a evidente *cultura de autonomia* que permeia a sociedade contemporânea<sup>5</sup>.

No entanto, é necessário discutir o contexto global no qual se insere o projeto Mondoblog e as possibilidades que se abrem para o campo do jornalismo neste início de século, considerando tanto a crise do capitalismo global e informacional, quanto às oportunidades que a dita crise oferece.

A mídia passa por crise que não está totalmente desvinculada da crise geral do capitalismo global. Para Antoine Schwarz (2003, p. 9), autor de um relatório sobre o estado do audiovisual na França, a crise no setor está relacionada à contínua desindustrialização no país. O autor do relatório lembra que o setor midiático – tanto a televisão quanto à rádio – se beneficiou das novas políticas culturais que favorecem, entre outras medidas, o incentivo à produção audiovisual. Neste ramo, se encaixam tanto os programas tradicionais de entretenimento quanto as ficções televisivas. Porém, a exportação da indústria para mercados mais baratos continua sendo a maior dificuldade do setor.

Essa nova política nacional que visa proteger o setor da cultura consiste, entre outros aspectos, em oferecer incentivo à produção nacional. Discutiu-se na França a questão da *exception culturelle* – prioridade à produção nacional –, ou seja, uma série de leis que visam proteger a produção audiovisual nacional ao invés dela se submeter completamente à legislação cultural da Europa. Nesses anos se discutiu também a proteção do setor cultural francês frente à pressão norte-americana e sua forte indústria cultural, isto porque a iminência do *Pacto Transatlântico* abriria completamente o mercado francês às produções americanas que já se beneficiam de uma conseqüente força financeira. Assim, entende-se que “as produções cujas 80% das despesas de situam na França se beneficiam de um bônus de 25% do COSIP atribuído” (SCHWARZ, idem, p. 10).<sup>6</sup>

Desde os anos 1980 o poder político enxergou a necessidade de remodelar o setor cultural na França:

A televisão, até agora, desprezada pelos intelectuais e os políticos, foi considerada como um poderoso instrumento de formação e de cultura. A televisão francesa da época, embora exclusivamente político, era cada vez mais dependente das séries americanas em suas programações e, portanto, dos valores que elas veiculavam (é a grande época de difusão das séries em prime

---

<sup>5</sup> Castells explica que a característica desses movimentos sociais em rede é constituir redes de sujeitos autônomos que tenham a capacidade de se emancipar das instituições da sociedade em situações de crises estruturais recorrentes que elas mesmas falham em resolver. Para o autor, a mudança se alcança pela transformação das relações de poder, da emancipação das subjetividades bem como na constituição de redes de atores (sujeitos) autônomos.

<sup>6</sup> COSIP designa um fundo especial para o setor do audiovisual público francês.

time como “Dallas” e “Dynasty”). O “plano TV a cabo” de 1982 implicava que os novos programas pudessem alimentar o setor (SCHWARZ, idem, p. 31).

Schwarz lembra a peculiaridade dessa nova legislação que tem uma finalidade cultural e constitui um dos raros casos na Europa. O mesmo relatório distingue três tipos de ajuda ao setor audiovisual francês: a ajuda automática que representa mais de 70% dos casos entre 1997 e 2003, a ajuda seletiva que varia de 12 a 14% no mesmo período e, enfim, os adiantamentos que são reservados às empresas que acabaram sua ajuda automática. Ela é a menos recorrente, segundo o relatório Schwarz (p. 34). Vale ressaltar que a lei francesa se adequa à legislação comunitária da União Europeia que prevê os incentivos prioritários para o patrimônio cultural de cada país. Essas políticas culturais se aplicam também ao setor midiático.

Nesse mesmo cenário, o setor midiático francês continua a se deteriorar em decorrência da crise econômica. Na verdade, não se trata apenas da França, mas de uma tendência mundial da precarização do trabalho e do aumento do desemprego. Ademais, observa-se que a contratação dos jornalistas se tornou um luxo no setor. Denis Ruellan tratou abundantemente desse tema. Ele constata, por exemplo, um aumento significativo dos jornalistas *freelance* nas redações:

[...] Esta jurisprudência consistentemente favoráveis aos trabalhadores precários do jornalismo não é estranha ao aumento constante da taxa de *freelance* entre os titulares do cartão profissional; que foi de 5,6% em 1965 (CEREQ, 1975); para 6,3% em 1973 (CEREQ 1975), ela sobe para 9% em 1985 (CCIJP, 1986), 14,7% em 1990 (Devillard et al., 1991) e situou-se em 17,9% em 2000 (Devillard et al., 2001), esta tendência reflete um fenômeno da fragmentação do trabalho, o que confirma a análise do rendimento (A renda média dos *freelancers* em 2000 foi de 10.700 francos contra 14.300 francos para base mensal paga, ou dois terços dos jornalistas que não são cobrados para supervisionar um ensaio ou um serviço (Devillard et al., 2001). O status de *freelance* está se tornando a regra para entrada no ramo (cerca de 16% em 1973, a taxa sobe para 27,7% em 1990 e 31,2% em 1998 (e Ruellan Marchetti, 2001) e poderia chegar a 38% em 2003, de acordo com CCIJP, com um prolongamento significativo do período de “sas”, durante o qual o requerente espera, a estabilização do emprego que vem depois de vários anos (de um a dez anos), ou nunca chega; um número muito importante, e provavelmente crescente de jovens abandonam a profissão, porque eles não podem se encaixar em condições aceitáveis tendo segurança de renda (Devillard et al., 2001). A insegurança afeta muitas imprensas generalistas (38% dos novos cartões de trabalho emitidas em 1998) (RUELLAN, 2005, p. 4)<sup>7</sup>.

A precarização do setor, a queda das vendas dos jornais, o crescente aumento do acesso à internet obriga a mídia tradicional a se adaptar, a cortar gastos, muitas vezes a reduzir seu

---

<sup>7</sup> Tradução minha.

quadro de profissionais contratados e a oferecer contratos de trabalho a tempo limitado. É preciso também relevar a necessidade hoje, para os sites tradicionais como os dos jornais *Le Monde*, *Libération*, *Le Figaro* ou até mesmo para rádios como a *RFI*, de ter uma base importante de correspondentes no exterior visando, sobretudo, manter a influência e o *soft power* francês, que também forma parte da herança colonial do país europeus.

A globalização e expansão da conectividade na internet exige uma mídia reativa capaz de noticiar os fatos instantaneamente. Esse fato se agrava com o uso cada vez mais popular de mídias sociais digitais como o site de micro-blogging Twitter. Ademais, os canais de notícias, bem como os jornais que têm uma vocação internacional precisam estar presentes em todos os lugares do planeta. Além disso, a internet aumentou tanto o acesso à informação que não é raro um internauta visitar um site de notícia e considerar a si mesmo como mais informado e até mesmo melhor informado do que o jornalista (EVRARD, 2012, p. 17). Por isso, criou-se uma necessidade de valorizar a informação produzida localmente por pessoas que conhecem o contexto e têm certa legitimidade para relatar esses fatos.

Na mesma linha, Patrick Champagne (2000) explica que a precariedade do *freelancer* é tanta que “ele nem tem tempo de exercer seu trabalho de jornalista na medida em que passa mais tempo correndo atrás da encomenda” (p. 5). Sendo assim, ele se torna um profissional mais dócil e pronto a fazer tudo aquilo que o chefe de redação mandar.

É neste contexto de precarização que o papel dos blogueiros ganha importância. Um exemplo para ilustrar isso é o fato de que uma rádio como *RFI* ter apenas um correspondente permanente no Brasil. O jornal *Le Monde*, por sua vez, tem dois correspondentes no Brasil<sup>8</sup>. Neste contexto, ter um, dois ou três blogueiros num determinado país se torna uma vantagem. Obviamente, a atividade do blogueiro é limitada na medida em que ele não tem acesso às mesmas fontes oficiais que o jornalista tradicional. Mas a notícia que ele se dispõe a tratar e divulgar é tão específica que prescinde dessas exigências do jornalismo tradicional. De acordo com Damas (2005-2006), os blogueiros não estão submetidos às mesmas exigências de escrita e de verificação de notícias e tampouco dispõem dos instrumentos metodológicos que são exigidos no jornalismo tradicional. Eles são os primeiros que reivindicam essa forma de trabalhar que é também uma forma de independência. Embora os jornalistas tradicionais lembrem essa dimensão para diminuir o prestígio do trabalho dos blogueiros. Damas lembra, por exemplo, que um blogueiro não precisa se preocupar com o número de caracteres que seu

---

<sup>8</sup> Informação concernente ao ano 2016.

texto terá, quando, ao contrário, o jornalista não pode escrever com 100% de liberdade e precisa subordinar sua escrita ao espaço disponível no jornal (DAMAS, 2005-2006, p. 20). Há, portanto, uma exigência material, além da linha editorial e das questões relacionadas ao estilo de escrita jornalístico ou à verificação das notícias. Em 2011, dois sociólogos sul-coreanos, Jinyoung Min e Heeseok Lee realizaram um estudo com trezentos blogueiros na qual revelaram que 52% deles consideram que seu trabalho é feito em primeiro lugar para eles mesmos, ao passo que 32% afirmam praticar uma forma de jornalismo (MIN & LEE, 2011, p. 2340).

A situação não é muito diferente na Bélgica. Evrard (2012) descreve uma crise que atinge a todos no setor midiático, mesmo que todos não estejam “morrendo” da mesma maneira. Mas além de uma crise puramente econômica, a pesquisadora belga cita também um “encolhimento da legitimidade e autoridade dos jornalistas” (p. 5). De acordo com a autora, os jornalistas perderam sua aura.

Recentemente, um episódio monopolizou o debate jornalístico na França quando um jornalista francês teve que fazer uma entrevista com um jogador de futebol Zlatan Ibrahimovic tendo que segurar a câmera ao mesmo tempo em que fazia as perguntas. O jogador, sarcástico, o indagou sobre o caráter *low cost* de sua profissão<sup>9</sup>. Isto ilustra os cortes sofridos pelo setor, mas tampouco significa que os que ainda são empregados sejam melhor remunerados. Evrard conta que o jornal inglês: “*Financial Times* paga seus redatores apenas três dias por semana”.

Em vários países do primeiro mundo, o quadro é o mesmo:

Jornais exigem que seus repórteres produzam tanto quanto ou até mais do que no passado, contribuam para novas edições digitais, para se tornarem fotógrafos e cinegrafistas, além de jornalistas, mas com uma equipe reduzida [...]” (EVRARD, 2012, p. 6).

Mudam também os hábitos de trabalhos, os jornalistas acostumados a ir a campo são agora obrigados a escrever diante de seus computadores, tratando das notícias que as agências de notícias mandam. Evrard explica que há uma tendência em dispensar o uso dos correspondentes por causa dos gastos que isso representa. Numa situação de crise, “o primeiro corte financeiro ocorre em geral no *desk* internacional”<sup>10</sup>.

Yannick Estienne e Emmanuel Vandamme (2010, p. 158-161), pesquisadores da Escola de Jornalismo de Lille (ESJ Lille) fazem um diagnóstico do estado atual do jornalismo à luz

---

<sup>9</sup> A entrevista inusitada pode ser vista no site de compartilhamento de vídeos Youtube. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=CqmjswNFmBw>>, acessado em 12 de junho de 2020.

<sup>10</sup> Essa afirmação foi feita pelo co-fundador do jornal *Libération*, convidado do programa *Une Fois Pour Toute* na rádio *France Culture* no dia 7 de julho de 2015. Disponível em: < <https://www.franceculture.fr/emissions/une-fois-pour-toutes/serge-july>>.



das inovações tecnológicas e constatam que o jornalista do século XXI precisa ser um técnico de informática que domina os códigos de informática, um especialista em manipular as novas redes sociais (Twitter, Facebook, etc.) ao ponto de saber captar e mobilizar a atenção dos leitores até criar uma “comunidade de leitores”, além de dominar os múltiplos suportes tais como o texto, o som e a imagem.

Os autores constatam igualmente uma “*convergência numérica*”<sup>11</sup> – uma tendência geral em migrar para o “*tout numérique*”, ou seja, a adoção generalizada do jornalismo digital como padrão na profissão – da qual talvez não haja uma saída. O ensino do jornalismo não escapa a esse imperativo do digital. As escolas de jornalismo na França, revelam os autores, tratam de formar profissionais flexíveis, maleáveis e adaptáveis às necessidades da economia do capitalismo digital. Para eles, essa tendência remete àquilo que Luc Boltanski e Chiapello chamaram de *Novo espírito do capitalismo*:

[...] eles relevam de um léxico popularizado pela *new-management* que se esforça a fazer a apologia da mudança, do risco e da mobilidade, inspirando-se do *ethos* do artista, como mostram Boltanski e Chiapello em seu estudo sobre o novo espírito do capitalismo. Tanto mais à vontade com esse registro discursivo que ele conforta seu vínculo ao imaginário do jornalista independente e aventureiro, os estudantes são incitados a se espelhar no modelo-tipo do trabalhador autônomo, que preza a inovação, é curioso e capaz de tomar a iniciativa (ESTIENNE & VANDAMME, 2010, p. 165).

Não se trata de outra coisa senão de uma tentativa de minimizar o estágio avançado da precariedade no setor do jornalismo. Estienne e Vandamme denunciam a instauração de uma espécie de “*tecno-darwinismo*” fora do qual nenhum jornalista poderia sobreviver.

### **Internet e a reconfiguração do mercado do jornalismo**

Não se trata aqui de profetizar sobre o que será o trabalho jornalístico daqui a vinte ou trinta anos. Trata-se, na medida do possível, de descrever as tendências já visíveis no setor e a forma como a internet modifica os hábitos dos jornalistas, assim como os comportamentos do público que querem cada vez mais interagir com os jornalistas.<sup>12</sup>

Apesar do quadro descrito acima, a internet constitui uma oportunidade para a mídia tradicional tanto estatal, quanto privada na França (rádio, televisão e imprensa). A situação de

---

<sup>11</sup> A noção de *convergence numérique* consiste na digitalização das informações em todas as áreas tais como a telefonia, a informática ou o audiovisual. A palavra *numérique* corresponde ao uso português do termo digital.

<sup>12</sup> Práticas como o *Social TV* ilustram bem essa tendência no aumento de interação com o público. Essa prática consiste em comentar nas redes sociais um programa que está passando ao vivo na televisão. Ela ganhou uma enorme repercussão quando a protagonista do seriado americano *Scandal*, Kerry Washington, começou a comentar semanalmente os episódios da série através de sua conta Twitter enquanto a série era retransmitida ao vivo.

crise faz com que a mídia na França busque mercados emergentes, especialmente na África francófona, constituindo então uma oportunidade para ela. Ao mesmo tempo, jovens talentos e letrados; alguns tendo uma formação profissional conseguem um espaço onde podem expressar suas capacidades.

Na prática, a internet quebra as fronteiras tradicionais da comunicação, especificamente na produção da notícia, de modo que os continentes não estão mais separados como antes estavam. Um jornal na França, uma televisão na Inglaterra ou uma rádio francesa têm hoje a capacidade técnica de contratar uma mão de obra barata do outro lado do planeta. Um exemplo: África e Europa passam a ser integradas conforme essa relação “crise-oportunidade” é reinventada graças à internet. De certa forma, o mercado do jornalismo na França – olhemos especificamente esse país – consegue absorver profissionais da imprensa de origem africana a um custo consideravelmente baixo. Com essa comunidade de blogueiro, RFI ocupa um espaço inédito e particular nesse novo mercado do jornalismo que está começando a se formar.

O conhecimento tornou-se tão difuso no mundo globalizado de modo que, hoje, profissionais dos países antes considerados do Terceiro Mundo adquirem a competência necessária para produzir um conteúdo de qualidade para uma rádio de renome tal como RFI. A distância se reduz, a capacidade entre os profissionais se iguala, e quando não é o caso, existem meios disponíveis para remediar a essas lacunas estruturais e conjunturais. Nesse sentido as formações organizadas anualmente pelas equipes de RFI na África para capacitar seus blogueiros nas práticas do jornalismo digital constituem uma grande oportunidade para ambas as partes, além de serem uma inovação no setor. De fato, RFI é a única rádio francesa – e isso vale para todas as outras empresas de comunicação de massa na França – que organiza esse tipo de formação que requer uma grande capacidade organizacional bem como um importante financiamento de diferentes parcerias e patrocinadores.<sup>13</sup>

Para ilustrar ainda mais como a crise atinge o setor da mídia, Estienne (apud Hubé, 2010) fez um trabalho de sociologia do jornalismo intitulado *O jornalismo depois da internet* no qual discute as grandes transformações no setor. Não só a notícia pode hoje ser personalizada, como também pode ser direcionada a um público específico (Hubé, idem, p. 376) a partir da utilização de vários algoritmos disponíveis. Nos últimos anos também, o fenômeno dos “conteúdos restritos aos assinantes” aumentou.

---

<sup>13</sup> A influência cultural da rádio, embora carregue o estigma de instrumento de uma antiga potência colonial, também desempenha um papel fundamental. RFI permanece como a rádio mais ouvida em todo o continente africano, mais do que a própria BBC World Service e Voice of America. Disponível em: <<https://larevuedesmedias.ina.fr/les-radios-internationales-en-afrique>>

Tanto na França, nos Estados Unidos como no Brasil, observamos uma diversidade de soluções. Assim, o *New York Times* e a *Folha de São Paulo* cobram seus artigos após uma determinada cota de leitura que um leitor (identificado por seu IP) atinge por mês. O site do jornal *Le Monde* por sua parte tem uma edição *Abonnés* para seus assinantes. Ainda nos Estados Unidos, um site como *The New Yorker* mantém a total gratuidade de seus conteúdos, salvo alguns arquivos históricos como, por exemplo, a famosa reportagem de Hannah Arendt para o julgamento de Eichmann.

Entre as grandes transformações que a internet trouxe figura o surgimento dos chamados *Pure Player*, isto é, sites de notícias que existem apenas em sua versão Web, ou seja, digital. Eles podem adotar um modelo gratuito ou um modelo de financiamento por assinaturas. O site francês *Rue89* representa um dos modelos mais famosos no país e, no entanto, mantém sua gratuidade. Ao contrário do site de investigação *Mediapart* que além de ser um *pure player*, reserva quase 100% de seus conteúdos aos assinantes. A exceção se deve aos blogs “visitantes” que estão hospedados no site, numa página denominada “*Le Club Mediapart*”,<sup>14</sup> a qual traz textos de opiniões ou matérias informativas dos leitores. Chama a atenção o fato desse modelo ser qualificado pelos fundadores do próprio site de modelo participativo.

Cada empresa escolhe o modelo de financiamento que lhe parece mais adequado. Para os acionários do site *Mediapart* – que são os próprios jornalistas especializados em jornalismo investigativo, tendo revelado vários escândalos envolvendo políticos e o setor bancário –, o sistema de financiamento por assinaturas garante sua independência. Como se observa, são várias as modificações no setor desde que o jornalismo migrou massivamente para as plataformas da internet.

### **Mídias participativas e trabalho não-pago**

Como afirmei, a crise da mídia é também uma oportunidade que se oferece a ela. Assim, por exemplo, vários profissionais da mídia viram no surgimento da internet a ocasião de tentar uma nova maneira de interagir com os leitores. A ideia da mídia participativa vem justamente desse conjunto de possibilidades que a internet oferece. Arnaud Noblet e Nathalie Pignard-Cheynel (2008) escrevem um artigo no qual analisam essa revolução no campo do jornalismo. Esse trabalho os levou naturalmente a mencionar o caso excepcional do programa de rádio *Atelier des Médias*<sup>15</sup> da RFI que deu origem ao projeto Mondoblog.

---

<sup>14</sup> O site está disponível em: <<https://blogs.mediapart.fr/>>.

<sup>15</sup> Site disponível em: <<https://atelier.rfi.fr>>

Os autores constataam a adoção de “(...) *práticas implementadas no âmbito da Web 2.0 que colocam o usuário no coração de dispositivos de criação dos conteúdos*” (2008, p. 1). Para um conjunto de autores, trata-se, *in fine*, da realização das primeiras utopias da internet. A participação se tornou praticamente uma segunda natureza da internet embora o qualificativo “2.0” indique que se trata de uma evolução da rede e também de uma mudança radical na concepção da interação entre jornalistas e seu público. Hoje, é quase impossível imaginar um site que não dê um espaço para os internautas participarem dos processos criativos da notícia. No Brasil, o fenômeno tarda a ser implementado, e talvez isso se deva à falta de pluralidade na mídia brasileira<sup>16</sup>. Ao se observar os sites de notícias mais importantes no Brasil, nota-se claramente que eles ainda privilegiam o modelo que dá espaço aos chamados colunistas.

Para Noblet e Pignard-Cheynel a participação dos internautas constitui a forma mais visível da horizontalidade exigida na internet:

Além dos discursos e dos efeitos de anúncio, essa onda participativa se encarna nos novos sites de informação, qualificado de *pure players*, cuja linha editorial se apoia explicitamente na contribuição dos internautas “amadores”. Emblemas desta tendência na França, os sites Rue89 (que se auto-qualifica de “site de informação participativa”) e de Mediapart (“Jornal participativo”). Seu ponto em comum é de serem sites controlados por jornalistas que deixam uma parte – mais ou menos – consequente à participação dos “amadores” (NOBLET & PIGNARD-CHEYNEL, 2008, p. 1).

Como dito antes, *Mediapart* e *Rue89* são os sites que simbolizam as novas tendências da participação dos internautas na França, principalmente porque os leitores dispõem de blogs onde podem escrever livremente. Mas a RFI trouxe um novo elemento que consiste em fazer um investimento consequente na formação dos blogueiros, uma espécie de recompensa simbólica, já que esses blogueiros não recebem salários. Com isso, o nível de redação dos blogueiros tende a se aproximar das exigências do jornalismo tradicional na medida em que, a cada ano, os blogueiros beneficiam-se de uma formação nas técnicas do web-jornalismo.

A forma mais radical dessa participação dos internautas na produção das notícias e dos conteúdos multimídias é certamente o blogging:

Para a imprensa nacional, também, iniciativas recentes mostram um aumento da consideração do imperativo participativo, como é o caso de lançamento que lançou em setembro de 2008 uma nova versão do seu website com uma forte

---

<sup>16</sup> Embora o conceito de diversidade não seja sinônimo de pluralidade, ambos se relacionam. Enquanto diversidade se refere fundamentalmente à origem das fontes de notícias e da representatividade/heterogeneidade da sociedade na mídia, a pluralidade engloba tanto a multiplicidade das fontes, quanto a diversificação das concessões públicas (KISCHINHEVSKY & CHAGAS, 2017, p. 112, 113). Pluralidade visa, portanto, evitar monopólio e concentração nos meios de comunicação. Ver também a leitura de Azevedo (2006) para que a noção normativa de objetividade deve ser incluída no tema relativo à diversidade e pluralidade, especialmente em contextos em que a mídia comercial é dominante (p. 98).

coloração participativa ou grupo *Le Monde* que foi lançado em outubro de 2007, *LePost* um "site que experimenta o diálogo e partilha de dados entre um site e audiência". Um movimento que não escapa à mídia audiovisual; Entre as iniciativas mais bem-sucedidas em termos de participação incluem o programa *Atelier des Médias* da RFI (<https://atelier.rfi.fr>) ou o projeto *Observadores de France* 24. (NOBLET & PIGNARD-CHEYNEL, 2008, p. 2).

Mas qualificar esses atores da Web de amadores é uma visão não atualizada. O exemplo recente do grupo *Le Monde* que criou um site especializado dedicado à África – *Le Monde Afrique* – contratando, entre outros, blogueiros da plataforma *Mondoblog*, é a ilustração de que a diferença entre o jornalista tradicional e o blogueiro se reduziu, especialmente em termos de suas competências respectivas. Para o público essa diferença tampouco é evidente. Outras formas de participação se destacam como indicam os Noblet e Pignard-Cheyne (2008, p. 4): “Na sua análise de sites de *Le Monde.fr* e *Liberation.fr* Annelise Touboul (...) destacou alguns dos padrões de participação recorrentes (blogs, chats, fóruns)”. Eles distinguem três tipos de participação: a participação-reação, a participação-sugestão e participação-contribuição.

*Mondoblog* se situa na última categoria, embora também se encaixem nesse grupo, as contribuições de especialistas em colunas e editoriais. Como dizem os autores, colunas de jornais e editoriais requerem um grau elevado de especialização sobre determinados assuntos por parte dos contribuidores. O primeiro tipo é o mais tradicional e também o mais usual no Brasil, ou seja, aquela que se refere aos comentários postados pelos internautas na sequência de uma notícia. Essa forma me parece ser a mais frágil também já que vários sites optam ou por moderar os comentários ou simplesmente por suprimir a opção dos comentários em seus sites (NOBLET & PIGNARD-CHEYNEL, *idem*, p. 5).<sup>17</sup> Mesmo que essa medida radical possa sugerir que o público tende a “fugir” e procurar sites onde possa realmente participar, num contexto de pouco pluralismo, eles não têm muita escolha e esses sites acabam mantendo a mesma audiência de sempre.

O segundo tipo de participação é a participação-sugestão que vem antes da fase de produção da notícia, quando em geral, os sites de informações pedem aos internautas sugestões para futuros temas. Assim, a notícia é pautada pela audiência, por seu público através de

---

<sup>17</sup> A supressão dos comentários responde a vários critérios. Na França, por exemplo, a legislação responsabiliza os sites pelos comentários racistas ou antissemitas emitidos pelos leitores. Portanto, é menos custoso que arriscar uma ação na justiça contra o site por ter “deixado no ar” um comentário inadequado. No Brasil, sites como *El País* optaram por fechar a opção dos comentários, embora *El País Espanha* ainda permita a contribuição dos leitores. O mais importante site de notícia no Brasil, a *Folha de São Paulo* permite a contribuição dos leitores no fórum dos comentários e não é raro ver comentários agressivos e injuriosos. A falta de uma legislação clara pode ser a causa desse *laissez-faire*.

participação em chats, e outros fóruns.

Ademais, nota-se que a “terceira via” de participação é a mais complicada: “percebe-se que não é evidente escrever artigos, restituir algo. Muitas vezes as pessoas têm histórias para contar ou ideias interessantes, mas na prática, a restituição é mais difícil” (NOBLET & PIGNARD-CHEYNEI, idem, p. 7). Por isso, a capacidade que teve RFI em manter motivados seus blogueiros da plataforma Mondoblog é excepcional. De fato, não se trata apenas da qualidade do conteúdo produzido, ou da capacidade dos blogueiros enquanto narradores, mas também de sua motivação. Como manter um grupo de mais mil pessoas motivado ao longo de três anos ou mais. Quais recompensas oferecer em tempos de crises? Uma das estratégias dos responsáveis de Mondoblog é criar uma “comunidade” permeada baseada na “confiança mútua” e nas relações pessoais. Mas também, ficou evidente que um sistema de substituição e renovação da plataforma mediante a seleção anual dos novos blogueiros funciona como uma forma de garantir certa continuidade. Como os blogueiros são recrutados por temporadas, se alguns desistem de produzir, sua ausência não é tão ressentida porque outros já tomaram seu lugar. É uma renovação dos autores, mas para os leitores também essa substituição traz um novo fôlego, pois, necessariamente, se adiciona uma nova perspectiva.

Neste aspecto, tanto *Rue89* ou *Mediapart* não tiveram o sucesso da *Atelier des Médias* de RFI. Mondoblog é considerado uma referência tanto na França, quanto na África no que diz respeito ao desenvolvimento da mídia participativa e da internet 2.0. Por isso, recentemente, o programa de rádio *Atelier des Médias* foi premiado como o melhor programa na categoria “Rádio participativa” na França.<sup>18</sup> Além disso, é importante mencionar as recompensas simbólicas que são oferecidas em formas de equipamentos como smartphones, viagens de formação para os cinquenta melhores blogueiros do ano, e, porque não, a notoriedade e o prestígio de ter seu nome associado a RFI.

O interessante nessa relação de trabalho entre os blogueiros e um veículo como RFI é justamente perceber que muitos desses autores africanos não se encontram em posição de negociar com uma empresa tão importante e conhecida como RFI. Muitos deles não são empregados e alguns desenvolvem trabalhos pouco ou mal remunerados fora da plataforma Mondoblog devido ao contexto econômico de seus países de origem. Ser um blogueiro colaborador da RFI acaba sendo uma oportunidade de posicionar seu nome no mercado do

---

<sup>18</sup> *Atelier des médias* foi premiado em 2013 como o melhor programa na categoria “Radio 2.0”. Disponível em : <https://www.strategies.fr/actualites/medias/221816W/les-rencontres-de-la-radio-2-0-recompensent-l-emission-l-atelier-des-medias-de-rfi.html>

jornalismo digital não só africano, como também europeu. Enquanto colaboram como blogueiros, eles não recebem salários. Encontram-se, portanto, em situação de trabalho não-pago, embora em muitos casos, não percebam a situação como tal. Vários blogueiros se tornaram jornalistas contratados pela RFI e outros veículos de comunicação franceses depois. Essas vantagens futuras que não são uma garantia operam também como uma forma de motivação para os blogueiros mais recentes na plataforma porque eles sempre terão em perspectiva que o mesmo sucesso profissional os espera. Enquanto vivem com essa expectativa, eles se contentam com as recompensas simbólicas como a formação em jornalismo, os equipamentos tecnológicos fornecidos pela RFI e as viagens em um país africano.

Pensando um pouco além do caso de Mondoblog, devemos entender que essas recompensas não são predeterminadas. Cada veículo propõe o que está a seu alcance e o que representa simbolicamente um signo de prestígio numa sociedade. O que se descreve aqui é, antes de tudo, um regime de trabalho que se tornou típico no mercado do jornalismo digital e na produção de conteúdos digitais de maneira geral. Portanto, é importante ter em mente que o fundamental nesse regime de trabalho não é precisamente o tipo de recompensa simbólica oferecida, mas a certeza que ela será oferecida pelos “empregadores” e aceita pelos “blogueiros”, sempre de acordo com os signos de prestígio em cada sociedade, e em consequência das relações desiguais que se estabelecem entre eles.

Outro aspecto discutido por Noblet e Pignard-Cheynel é o da justaposição do “conteúdo participativo” ao “site-mãe”, por assim dizer. Até 2013 os conteúdos dos blogs estavam separados do site principal de RFI. Contudo, em 2014, a RFI operou uma modificação de seus sites e começou a incorporar em sua primeira página o conteúdo proveniente diretamente da plataforma Mondoblog. Esta integração se faz na forma de um link que leva diretamente ao blog cuja matéria é colocada à *la Une*<sup>19</sup> no site da RFI.

---

<sup>19</sup> Une, no jargão jornalístico francês se refere à primeira página de um jornal ou de um site, e principalmente a matéria que compõe a capa de uma edição de jornal.

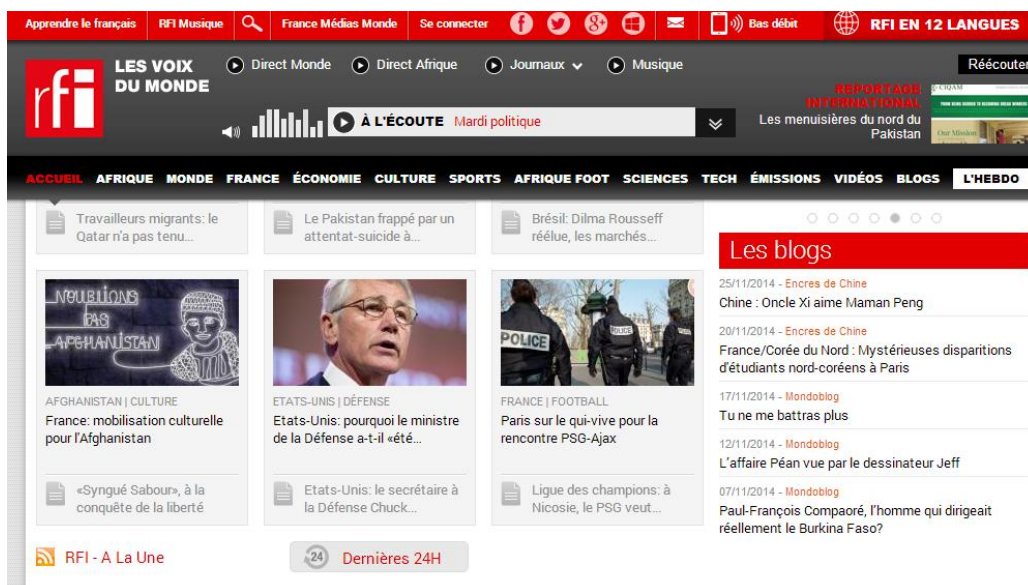


Figura 1: captura de tela. Blogs da plataforma Mondoblog aparecem na página principal da RFI na sequência de blogs de um correspondente da China com vínculo empregatício com a rádio.

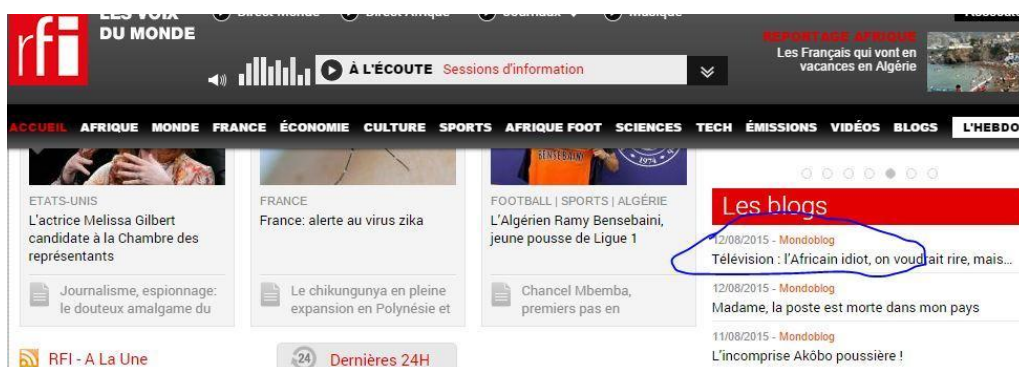


Figura 2: captura de tela de um artigo da minha autoria que aparece na página principal da RFI como se eu fosse um jornalista contratado e remunerado pela rádio.

Como se pode observar nas figuras reproduzidas acima, na coluna vertical à esquerda situada na primeira página do site da RFI, estão relacionados os blogs conforme a cronologia de suas respectivas publicações. Entre eles se confundem blogs dos jornalistas contratados pela RFI, neste caso, o blog de um correspondente na China (*Encres de Chine*), e artigos de blogueiros não contratados trazendo apenas a menção da plataforma Mondoblog. Ou seja, estão colocados de forma indiferenciada, de tal maneira que para o leitor não fica claro o status profissional desses diferentes contribuidores. Isto mostra uma mudança radical na forma de se conceber o jornalismo na era da internet além de evidenciar uma lacuna de transparência para com os leitores. Para o público leitor, não há diferença entre o correspondente e o blogueiro, pois ambos estão produzindo um conteúdo de qualidade. Entretanto, essa forma de apresentar os conteúdos da plataforma traz outro debate que diz respeito à problemática da remuneração



dos blogueiros.

Não obstante essas observações, o projeto Mondoblog mostra, portanto, que é possível capacitar os internautas e a audiência de um programa de rádio transmitindo competências antes reservadas aos únicos jornalistas. Trata-se de uma forma de empoderamento que se manifesta objetivamente no âmbito da apropriação de formas de escrita típica dos blogueiros bem como em ganho de notoriedade para os mesmos.

O modelo de RFI ganha uma clara especificidade e tenta conferir um salto qualitativo ao “*imperativo participativo*” aprofundando ao contrário das práticas dos outros sites de notícia onde:

As interações com os conteúdos jornalísticos são quase inexistentes e sua assistência jornalística na formação da participação muito limitada. A gestão é em muitos casos terceirizada por empresas externas (como é o caso do site do Figaro) ou delegada a uma equipe de moderadores não-assalariados do jornal, tendo este pouco contato com a redação (NOBLET & PIGNARD-CHEYNEL, idem, p. 9).

A equipe da *Atelier des Médias* responsável pela plataforma Mondoblog, além de organizar anualmente um evento de formação dos blogueiros em técnicas do Web-jornalismo – e isso implica uma formação com Repórter Sem Fronteiras (RSF), uma formação em segurança *online*, a verificação da informação, técnicas de administração das plataformas de blogging, bem como dos outros micro-blogs como Twitter – mantém uma equipe permanente em Paris que tem a função de reler os artigos, editá-los (quando apresentam falhas em termos de edição Web). Dito isso, é legítimo se perguntar com Sandra Evrard se:

O jornalismo participativo não seria um meio para os jornalistas profissionais de legitimar o papel de uma profissão em crise, em um mundo onde as pessoas não reconhecem o seu monopólio sobre a notícia (EVRARD, idem, p. 18).

Um problema que tarda a ganhar o destaque que merece é o da profissionalização desses blogueiros cujo status ainda é pensado de acordo com o modelo baseado no “imperativo participativo”. Embora o assunto seja sério, tampouco foi suficientemente tratado pela academia. A própria Evrard não se estende muito embora utilize uma terminologia dura apontando a “exploração no trabalho” para qualificar essa tendência que consiste em usar os blogs gratuitamente para fazer o trabalho do qual um jornalista formado cobraria caro. O tema foi abordado por mim em um artigo publicado em co-autoria com Matos<sup>20</sup>, no qual tratamos do conceito de “terceirização da informação” no regime do jornalismo digital, bem como da perversão do “*trabalho não-pago*” maquiado por diversas formas de recompensas simbólicas

---

<sup>20</sup> Ver Matos & Katembera, “Informação terceirizada”, 2015.

que visam, em última instância, pacificar as relações de exploração no trabalho.

O assunto se torna ainda mais espinhoso na medida em que a vinculação dos sites de Mondoblog e RFI transfere a audiência da plataforma – isto é, a quantidade de usuários que visitam as páginas dos blogs – no cômputo geral de acessos a RFI; a qual traz uma consequência importante de acordo com as regras de financiamento público da mídia na França baseadas no cálculo de audiência feita por Médiamétrie.<sup>21</sup>

Portanto, um problema ético aparece no debate relativo à profissionalização dos blogueiros: é justo que os contribuidores de um site de notícias não sejam remunerados quando sua atividade gera lucros?

Até agora, a plataforma Mondoblog não apresentou uma taxa de “evasão” importante dos blogueiros. Há apenas poucos casos de pessoas que se desligaram voluntariamente dela. De qualquer maneira, se um blogueiro decide se desvincular da plataforma sem informar sua decisão, ele continua sendo considerado membro da plataforma. Tirar o próprio blog do ar seria a maneira mais clara de significar uma desvinculação. Ninguém jamais foi expulso da plataforma. Mas todos os anos, Mondoblog continua recrutando novos blogueiros majoritariamente na África, onde reside a maior audiência de RFI.

### **Considerações finais**

Procurei mostrar neste artigo as relações conflituosas que se estabelecem no regime do jornalismo digital enquanto prática cultural das sociedades contemporâneas nas quais a convergência digital se tornou hegemônica. Mostrei de que maneira crise e oportunidade se articulam nessas relações mediadas pelo uso das Novas Tecnologias, especialmente no campo do jornalismo onde o trabalho vem sofrendo mutações consideráveis que alteram e afetam a identidade de diferentes atores envolvidos nesses processos de produção de notícias.

Nesse cenário, as desigualdades e as relações de poder tendem a se reproduzir ganhando contornos transnacionais envolvendo também relações neocoloniais. Ao analisar as implicações do desenvolvimento de uma plataforma digital reunindo blogueiros francófonos pelo mundo, e essencialmente na África, indiquei as relações de exploração no trabalho que se estabelecem entre esses blogueiros e os criadores da dita plataforma, ou seja, *Radio France Internationale*

---

<sup>21</sup> Médiamétrie é uma sociedade anônima de cálculo de audiência do setor audiovisual francês que incorporou a mensuração das audiências dos sites de informação na internet a partir dos anos 2000. Os dados da Audimat (resultados de audiência) servem também como critérios de captação do financiamento público da mídia. Entretanto, nos últimos anos, a metodologia de Médiamétrie vem sofrendo duras críticas de diferentes setores da sociedade civil. Disponível em:  
< <http://www.slate.fr/story/53005/mediametrie-netratings-pire-agences-notation-audience>>.

(RFI). Sobretudo, aponte que essas relações são apenas o sintoma de um pano de fundo maior onde a globalização vem reproduzindo diferentes crises ao redor mundo, uma delas a crise do jornalismo.

O Jornalismo digital se apresenta, portanto, como uma consequência da convergência digital e como sintoma de um mal-estar no campo da economia global. A discussão permite, em diferente medida indagar porque o modelo de participação-contribuição não é aplicado no Brasil – excetuando a contribuição dos colunistas –, especialmente no que se refere à inclusão dos leitores na produção dos conteúdos dos sites de notícias. A essa pergunta, podemos avançar que no Brasil há um controle maior na produção de opiniões de tal forma que a diversidade e a pluralidade ainda têm uma grande margem de melhora. Do ponto de vista mais amplo, elaborei um debate a respeito da precarização da profissão do jornalismo, introduzindo a noção do “trabalho não-pago” como categoria essencial desse regime de trabalho informacional [digital labor]. Ao mesmo tempo, mostrei que a crise também propicia oportunidades aos atores que ganham em autonomia na produção textual e discursiva relativa a seus diferentes países. Por fim, sugeri que olhássemos com mais atenção o sistema de recompensas simbólicas que ocupa uma posição importante no funcionamento e na reprodução do regime do jornalismo digital.

## Referências

- AMARAL, Adriana. **Pesquisa em cibercultura. Limites e insuficiências metodológicas.** Revista USP, São Paulo, n.86, p. 122-135, junho/agosto 2010
- ANTUNES, Ricardo. **Século XXI: nova era da precarização estrutural do trabalho?** In: ANTUNES, Ricardo & BRAGA, Ruy (orgs). **Infoproletários. Degradação real do trabalho virtual.** São Paulo, Boitempo, 2009
- ANTUNES, Ricardo & BRAGA, Ruy (orgs). **Infoproletários. Degradação real do trabalho virtual.** São Paulo, Boitempo, 2009
- APPADURAI, Arjun. **Dimensões culturais da globalização. A modernidade sem peias.** Lisboa, Editora Teorema, Trad. Telma Costa, 2004.
- AZEVEDO, Fernando Antônio. **Mídia e democracia no Brasil: relações entre o sistema de mídia e o sistema político.** Opinião Pública, Campinas, vol. 12, nº 1, Abril/Maio, 2006, p. 88-113
- BOLTANSKI, Luc & CHIAPELLO, Ève. **O Novo Espírito do Capitalismo.** São Paulo, Martin Fontes, Trad. Ivone C. Benedetti, Revisão técnica: Brasília Sallum JR, 2009.
- BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico.** Rio de Janeiro, Editora Bertrand Brasil, Trad. Fernando Tomaz, 1989
- \_\_\_\_\_, **A distinção. Crítica social do julgamento.** Trad. Daniela Kern; Guilherme J. F. Teixeira, Sao Paulo, Edusp, Porto Alegre, Zouk, 2007. 560p.
- BUCHER, Taina. **Programmed Sociality. A software studies perspective on social networking sites.** Oslo, May 2012.

- CALVÈS, Anne-Emmanuèle. **“Empowerment”**. **Généalogie d'un concept clé du discours contemporain sur le développement**. Revue Tiers Monde, n° 200, p. 735-749, 2009/4. DOI 10.3917/rtm.200.0735
- CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo, Paz e Terra, Vol. II, 3ªed. Trad. Klauss Brandini Gerhardt, 2002
- \_\_\_\_\_. **A sociedade em rede**. São Paulo, Paz e Terra, Vol. 1, 6ªed., 12ª Reimp., Trad. Roneide Venancio Majer, 2009
- \_\_\_\_\_. **Redes de indignação e esperança. Movimentos sociais na era da internet**. Trad. Carlos Alberto Medeiros, Rio de Janeiro, Zahar, 1ª ed., 2013
- CHAMPAGNE, Patrick. **Introduction - Le journalisme à l'économie**. In: *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 131-132, mars 2000, pp. 3-7
- CHARON, Jean-Marie. **De la presse imprimée à la presse numérique: le débat français**. Réseaux, n. 160-161, 2010/2, pp. 255-281
- \_\_\_\_\_. **Stratégies pluri-médias des groupes des presses**. Les Cahiers du Journalisme, Numéro spécial “Economie du journalisme”, 2009, pp. 1-13
- COTA, Gabriela Méndez. **Digital Humanities. Whose Changes Do You Want to Save?** Culture Machine, Vol 15, 2014a.
- \_\_\_\_\_. **The No-Work Paradox. An Interview with Vivian Abenshushan**. Culture Machine, Vol 15, 2014b.
- CLUZEL, Jean-Paul. **Rapport sur l'audiovisuel extérieur de la France**. Paris, Juillet 2012.
- DAMAS, Sophie. **Les blogs: relations avec les médias traditionnels et enjeux juridiques**. Université Libre de Bruxelles/ULB, 2005-2006.
- DAMIAN-GAILLARD, Béatrice; REBILLARD & Franck, SMYRNAIOS Nikos. **La production de l'information Web: quelles alternatives? Une comparaison entre médias traditionnels et pure-players de l'internet**. Communication au colloque New Medias and Information, Athènes, 6-9 mai 2009
- DELAUNAY, Geneviève Jacquinet. **Novas Tecnologias, novas competências**. Educar, Editora Curitiba, n. 31, pp. 277-293, 2008
- ESTIENNE, Yannick & VANDAMME, Emmanuel. **(In)culture numérique: l'école du journalisme de demain**. Les Cahiers du Journalisme, n. 21, Automne 2010, pp. 156-175
- EVARD, Sandra. **Le journaliste, une espèce en voie d'extinction?** Bruxelles, Arc (Action et Recherche Culturelle), 2012.
- FRERE, Marie-Soleil. **Le paysage médiatique congolais. Etats des lieux, enjeux et défis**. Bruxelles, IMMAR, Coopération Britannique, Octobre 2008.
- GOHN, Maria da Glória. **Empoderamento e participação da comunidade em políticas sociais**. Saúde e Sociedade, v. 13, n. 2, p. 20-31, maio-ago 2004
- HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural da esfera pública**. Rio de Janeiro, Biblioteca Tempo Universitário, Tempo Brasileiro, 2ª edição, 2003
- \_\_\_\_\_. **Mudança estrutural da esfera pública. Investigações sobre uma categoria da sociedade burguesa**. Trad. Denilson Luiz Werle, São Paulo, Unesp, 2014
- HUBE, Nicolas. **Yannick Estienne - Le journalisme après Internet**. Les Cahiers du Journalisme, n. 21, automne 2010.
- HUWS, Ursula. **A construção de um cibertariado? Trabalho virtual num mundo real**. In: ANTUNES, Ricardo & BRAGA, Ruy (orgs). **Infoproletários. Degradação real do trabalho virtual**. São Paulo, Boitempo, 2009
- JOUBE, Bernard. **Éditorial. L'empowerment. Entre mythe et réalités, entre espoir et désenchantement**. Géographie, économie, société, Vol. 8, p. 5-15, 2006/1. DOI 10.3166/ges.8.5-15

- KISCHINHEVSKY, Marcelo & CHAGAS, Juã. **Diversidade não é igual à pluralidade – Proposta de categorização das fontes no radiojornalismo**. Galaxia (online), São Paulo, n. 36, set-dez de 2017, p. 111-124. <http://dx.doi.org/10.1590/1982-2554233396>
- McQUAIL, Denis. **Teoria da comunicação de massas**. Trad. Carlos de Jesus, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. **De perto e de dentro. Notas para uma etnografia urbana**. RBCS, Vol. 17, n. 49, junho/2002.
- MALINI, Fábio & ANTOUN, Henrique. **A Internet e a Rua. Ciberativismo e mobilização nas redes sociais**. Porto Alegre, Editora Sulina, 2013
- MATOS, Teresa Cristina Furtado & KATEMBERA, Serge Rhukuzage. **A Informação Terceirizada. Identidade e trabalho não pago na era do jornalismo digital**. Comunicação e Sociedade, vol. 28, 2015, pp. 339 – 358 doi: [http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.28\(2015\).2285](http://dx.doi.org/10.17231/comsoc.28(2015).2285), disponível em: <https://revistacomsoc.pt/article/view/851>.
- McCOMBS, Maxwell. **A Teoria da Agenda. A mídia e a opinião pública**. Petrópolis/RJ, Editora Vozes, Trad. Jacques A. Wainberg, 2009.
- MORREIRA, Rousiley Celi Maia & al (org.). **Internet e participação política no Brasil**. Porto Alegre, Editora Sulina, 2011
- MATHIEN, Michel. **Le journalisme de communication: critique d'un paradigme spéculatif de la représentation du journalisme professionnel**. In: Quaderni. N. 45, **Figures du journalisme: critique d'un imaginaire professionnel**. Automne 2001, pp. 105-135
- MORAIS, Maria Elsa Souza Costa e Silva. **Pluralismo e Diversidade nos media em Portugal: A blogosfera política em rede**. 2012. Tese – Universidade do Minho, 2012.
- NOBLET, Arnaud & PIGNARD-CHEYNEL, Nathalie. **L'encadrement des contributions "amateurs" au sein des sites d'information: entre impératif et exigences journalistiques**. In: MILLERAND, Florence; PROULX, Serge & RUEFF, Julien. **Web Social: mutation de la communication**. Presses de l'Université du Québec, 2008, p. 262-282
- MIN, Jinyoung & HEESEOK, Lee. **The Change in user and IT dynamics**. *Blogs as IT-enabled virtual and self-presentation*. Computers in Human Behavior, Business School, Korea Advanced Institute of Science and Technology, pp. 2339-2351, Seoul, 2011.
- RAPPORT MONDOBLOG. Dakar, 2013.
- RUELLAN, Denis. **Expansion ou dilution du journalisme? Les enjeux de l'information et de la communication**. Grenoble, Juin 2005
- ROSENFELD, Cenara Lerrer. **A identidade no trabalho em Call Centers: a identidade provisória**. In: ANTUNES, Ricardo & BRAGA, Ruy (orgs). **Infoproletários. Degradação real do trabalho virtual**. São Paulo, Boitempo, 2009
- SCHWARZ, Antoine. **La production audiovisuelle française et son financement**. Ministère de la Culture et de la Communication, décembre 2003
- SEN, Amartya. **Desenvolvimento como liberdade**. São Paulo, Companhia das Letras/Bolso, Trad. Laura Teixeira Motta; revisão técnica Ricardo Dominelli Mendes, 2010.
- SMATI, Nozha & RICAUD, Pascal. **Les nouveaux modes de relation des journalistes à leurs publics. Les usages numériques chez les journalistes de RFI**. Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 7 | 2015, mis en ligne le 05 octobre 2015, consulté le 05 janvier 2016. URL : <http://rfsic.revues.org/1484>
- SMYRNAIOS, Nikos. **Journalisme et innovation sur l'internet**. Journalism si Comunicare, Annul III, n. 1-2, 2008, p. 3-10.