

Jornalistas profissionais e os desafios da contemporaneidade nas empresas de Comunicação

Greetchen Ferreira IHITZ¹

Resumo

Este artigo tem a intenção de discutir alguns dos aspectos que pautam a realidade de jornalistas profissionais, nas redações contemporâneas. Através de apropriação de bibliografia da área sociológica e experiências vivenciadas pela autora, traçamos algumas reflexões sobre a pressão por que passam esses profissionais, na busca pela notícia nos dias de hoje, fortemente atrelada ao fator tempo quase inexistente. Para ilustrar tal análise, o artigo tem como objeto uma entrevista veiculada nos jornais *O Globo e Folha de São Paulo*, em que descobriu-se a não veracidade da fonte em função de falta de checagem.

Palavras-chave: Comunicação. Jornalismo. Rotinas produtivas. Redação.

Resumen

Este artículo tiene la intención de discutir sobre algunos de los aspectos que rigen la realidad de periodistas profesionales en las redacciones contemporâneas. Mediante la apropiación de bibliografía del área de la Sociología y experiencias vividas por la autora, delineamos algunas reflexiones sobre la presión por la que pasan esos profesionales, en la búsqueda por la noticia hoy en día, fuertemente sujeta al factor tiempo casi inexistente. Para aclarar tal análisis, el artículo tiene como objeto una entrevista difundida en los periódicos *O Globo y Folha de São Paulo*, en los que se descubrió la falta de veracidad de la fuente tras la ausencia de chequeo.

Palabras clave: Comunicación. Periodismo. Rutinas productivas. Redacción.

Introdução

O objetivo deste artigo é propor uma breve reflexão sobre o jornalismo e o mercado de trabalho na atualidade. A partir de um fato que gerou repercussão entre os profissionais da área, pretendemos mostrar como os interesses dos grandes

¹ Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. E-mail: fgreetchen@hotmail.com

conglomerados midiáticos exercem forte pressão na rotina de trabalho das redações e acabam por afetar tanto o produto jornalístico quanto o próprio jornalista.

Para isso, faremos uma apresentação da notícia divulgada no dia 18 de junho de 2014 pelos sites dos jornais *Folha de São Paulo* e *O Globo*, e as respectivas críticas que tal notícia publicada suscitou. A seguir, relacionamos alguns aspectos da teoria marxista aos problemas que os jornalistas profissionais enfrentam em suas rotinas de trabalho na sociedade capitalista contemporânea e as possíveis consequências de tais problemas no produto final, bem como a busca por novos horizontes profissionais, por parte destes jornalistas, afetados cotidianamente por novas relações no espaço de trabalho. A metodologia utilizada será a pesquisa bibliográfica e documental, por tratar-se de apoio teórico de autores clássicos da área da sociologia.

Uma “barrigada” histórica

Os jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*, dois dos maiores veículos jornalísticos brasileiros, publicaram em seus sites no dia de 18 de junho de 2014, uma entrevista feita pelo colunista Mario Sergio Conti² - que escreve para ambos os jornais - que os editores acreditavam ser uma reportagem exclusiva com *Luiz Felipe Scolari*, o técnico da seleção brasileira de futebol. O jornalista, no entanto, estava entrevistando o sócio do técnico brasileiro. *Wladimir Palomo*, que podemos ver na figura 01, é ator e interpreta o técnico da seleção no programa humorístico *Zorra Total* da *TV Globo*.

² Mário Sergio Conti é colunista dos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*, por isso os dois jornais são levados em consideração nesta análise, já que publicaram a entrevista dita “exclusiva”, que o jornalista havia conseguido com o suposto técnico da seleção brasileira.

Figura 01 – O ator, à esquerda, em comparação ao técnico do Brasil, à direita.



Fonte: <http://amoralnato.blogspot.com.br>

O fato ocorreu em um voo comercial entre o Rio de Janeiro e São Paulo, durante a realização da Copa do Mundo no Brasil. Acompanhando *Wladimir Palomo* estava outro ator, que se parece com o jogador *Neymar*. Ao final da entrevista, o jornalista de *O Globo* e *Folha de São Paulo* convidou o suposto técnico da seleção brasileira para que participasse de seu programa *Diálogos*, na emissora de TV por assinatura *Globo News*. O sósia, percebendo que o colunista levava aquela conversa à sério, entregou um cartão de identificação em que se identificava como ator: “**Wladimir Palomo – Sósia de Felipão – Eventos**”. Porém, o jornalista achou que aquela era uma brincadeira do verdadeiro Luiz Felipe Scolari. O resultado foi a publicação das reportagens online, bem como a publicação de uma tiragem na edição impressa do jornal *Folha de São Paulo*. O título de destaque na *Folha* impressa, como mostra a figura 02, era: “O principal problema do Brasil é a zaga, diz Felipão”.

Figura 02 – Manchete da *Folha de São Paulo* em 18 de junho de 2014.



Fonte: <http://estudosdojornalismo.com.br>

O Globo trazia, em sua versão online, a matéria colocada na figura 03: “Felipão sobre Neymar: Se tivéssemos três como ele, a Copa seria uma tranquilidade”.

Figura 03 – Manchete de *O Globo* em 18 de junho de 2014



Fonte: <http://estudosdojornalismo.com.br>

Horas depois, os veículos admitiram o erro, pediram desculpas e retiraram as matérias do ar, dando início à polêmica nas redes sociais. Uma verdadeira “barrigada”, no jargão jornalístico. Em entrevista por e-mail ao site do jornal *Zero Hora* no dia 19 de junho, o jornalista Mario Sergio Conti, autor da matéria com o personagem equivocado, admitiu ter confundido o ator com o verdadeiro técnico da seleção brasileira de futebol.

Além das redes sociais, o fato provocou muitos questionamentos entre jornalistas. Como poderia um colunista de dois renomados veículos, cometer um erro tão grave? Acreditar que estaria sentado ao lado do técnico *Felipão* em um voo de carreira, comercial, em meio ao mundial de futebol? Ainda mais depois de ter recebido um cartão que contrariava toda a história? Bastaria ter procurado nos sites de esporte para verificar que a seleção brasileira estava concentrada em Fortaleza naquele dia. Seria um dos procedimentos mais básicos do jornalismo, a apuração. Mas, a certeza de ter conseguido um “*furo jornalístico*” falou mais alto e os editores, provavelmente imbuídos do mesmo espírito, também erraram ao apostar na veracidade da reportagem. É a lógica da audiência, de que fala Pierre Bourdieu (1997), de publicar o quanto antes a notícia exclusiva que vai afetar o concorrente. Segundo o autor

[...] na lógica específica de um campo orientado para a produção desse bem altamente perecível que são as *notícias*, a concorrência pela clientela tende a tomar a forma de uma concorrência pela prioridade, isto é, pelas notícias mais novas (o furo) – e isso tanto mais, evidentemente, quanto se está mais próximo do polo comercial. (BOURDIEU, 1997. p. 106 - 107).

Como defende o autor, essa ânsia pelo exclusivo coloca toda a prática jornalística sob o signo da velocidade ou da precipitação. O resultado, como vimos, pode ser desastroso. A credibilidade, um dos valores mais preciosos do jornalismo, foi duramente afetada. Pelo menos no que diz respeito ao profissional, foi um furo na credibilidade de Conti, o articulista de *O Globo* e *Folha*. É o preço a ser pago pelos veículos e por muitos profissionais que estão inseridos na lógica da temporalidade do *modus operandi* e/ou modo de produção nas sociedades capitalistas.

Uma rápida abordagem marxista

Quintaneiro, Barbosa e Oliveira (1999) apresentam o método de abordagem da vida social, elaborado por Karl Marx e posteriormente chamado de materialismo histórico dialético. Segundo esta abordagem social, as relações materiais que são estabelecidas pelo homem, o modo como produzem os meios de vida, formam a base de todas as suas demais relações. É o processo de produção e reprodução da vida através do trabalho.

Na ótica marxista, de uma maneira bem simples e adaptada, os jornalistas vendem sua força de trabalho como uma mercadoria para o empregador que seria, nos padrões atuais, um grupo ou conglomerado de mídia. De um lado está o trabalhador que oferece sua força de trabalho e de outro o empregador, que a adquire por um salário. Salário este que, na atualidade, é uma das grandes questões de insatisfação dentro das redações. Os jornalistas reclamam de muitas horas de trabalho e má remuneração. Ao tempo de trabalho excedente e não remunerado, Marx chama de mais-valia e para ele representa o grau de exploração da força de trabalho pelo capital. E a notícia, produzida pelo jornalista, dentro desse raciocínio, também é transformada em mercadoria e serve para reproduzir a ideologia dominante. Quintaneiro, Barbosa e Oliveira (1999), ao apresentarem o conjunto da obra de Marx e seus conceitos fundamentais, falam da alienação e das relações sociais de produção na sociedade capitalista:

A força produtiva que está contida no trabalho coletivo é conduzida por uma parcela de membros da sociedade: aquela formada pela classe que controla a produção segundo seus interesses. A direção impressa à produção é imposta aos produtores e desconsideram-se todas as suas necessidades de realização pessoal e de bem estar que não estejam diretamente ligadas à criação de riqueza. Em condições de alienação, o trabalho faz com que o crescimento da riqueza objetiva se anteponha à humanização (da natureza e do homem), sirva crescentemente como meio de exploração e só se realize como meio de vida, por isso ele não é a satisfação de uma necessidade senão, somente, um meio para satisfazer as necessidades fora do trabalho. (QUINTANEIRO, BARBOSA e OLIVEIRA, 1999. p. 95-96).

As autoras também destacam a característica que chamam de “notável” da produção capitalista, que é a capacidade dela se sustentar devido ao constante aperfeiçoamento técnico e ao aumento da produtividade que não para de crescer.

Jornalistas no trabalho e seus desafios

O aperfeiçoamento técnico em busca de uma maior produtividade é o que temos visto no jornalismo, tanto no Brasil, quanto no exterior, com maior intensidade nas últimas duas décadas. São diversos os autores que têm se debruçado sob esses estudos para tentar explicar como as mudanças estruturais no jornalismo afetaram as rotinas produtivas e as pressões sobre os jornalistas dentro das redações. Érik Neveu (2006) analisa essas mudanças e diz que elas redefiniram as competências profissionais. Nos diz o autor que

O aumento dos imperativos comerciais nos grupos de imprensa fragilizou a autonomia do trabalho jornalístico. Essas evoluções foram acompanhadas de ataques aos princípios deontológicos, o que contribuiu para uma degradação da imagem social dos jornalistas (NEVEU, 2006. p. 157).

Ao observar o crescimento do campo econômico sobre o jornalismo a partir dos anos 80, Neveu (2006) cita o domínio crescente dos departamentos comerciais das empresas de comunicação sobre as redações. E ressalta que nos Estados Unidos o processo ganha uma simbologia que é chamada de queda do muro entre a Igreja e o Estado. Analogia em que a Igreja seria a redação e o Estado representaria os serviços de marketing e publicidade. Dessa maneira, o trabalho dos jornalistas é vítima “da tesoura da redução de custos combinada com a caça à audiência” (NEVEU, 2006. p. 162). Os departamentos de gestão se apoiam em novos recursos como os estudos de mercado para dar o norte nas redações, tirando assim dos jornalistas a capacidade de falar em nome do público e acelerando o processo da cobertura dos fatos através da informatização. De acordo com o autor, isso acaba, até, enfraquecendo o poder de resistência dos sindicatos, por exemplo.

A partir daqui, pedimos permissão para contribuir com um exemplo real de novas formas de gestão dentro de uma empresa de comunicação que acabam por influenciar todo o processo de trabalho jornalístico. Um grande grupo de comunicação do sul do país implantou, há mais de dois anos, um sistema de avaliação de recursos

humanos no qual os funcionários tinham que se comprometer com objetivos, metas, a serem cumpridos a cada trimestre. E além de serem superados, os gestores esperavam que a cada renovação desses objetivos eles aumentassem a capacidade desafiadora e de produção de cada funcionário. Inicialmente, ao término de cada trimestre, o jornalista era avaliado por seu gestor direto e por um comitê de outros gestores - que compreende até diretores que não vivenciam o dia-a-dia da redação. Dessa avaliação era emitida uma nota que influenciaria, por exemplo, no direito desse funcionário em receber um aumento salarial, conquistar uma promoção na carreira ou até mesmo na sua demissão. Os funcionários são enquadrados pelo “suposto” desempenho nas seguintes faixas: insatisfatório, bom, ótimo e excelente. Depois de receber a nota, o jornalista ouve o *feedback* do seu gestor imediato sobre o desempenho ao longo do período e pode expor sua opinião, que na verdade não mudará em nada a nota final. O sistema, quando foi implantado, gerou um desconforto muito grande entre os jornalistas e continua provocando contrariedade. Uma das alegações da classe é que as avaliações são muito subjetivas e teriam o fim de evitar os aumentos de salário nas redações, já que a maioria não consegue elevar a nota. Para que isso possa ocorrer, segundo as chefias, o funcionário tem que superar os objetivos contratados. Depois da primeira fase de implantação, as avaliações passaram a ser semestrais a partir do primeiro trimestre de 2015. A situação é um exemplo do que os profissionais, nos dias atuais, têm de enfrentar dentro do ambiente das redações e que vem de encontro a tudo que falamos até aqui. A busca pela rentabilidade afeta também o tratamento da mão-de-obra jornalística e a coloca na lógica de um departamento comercial que sempre esteve atrelado a metas.

Segundo Neveu (2006), quando cita Tunstall (1971), o jornalismo é uma profissão de papéis múltiplos e a diversidade de papéis está disponível para cada jornalista:

Ele é, segundo proporções variáveis, um coletor de informações e um produtor de textos. Ele é, depois, o assalariado de uma empresa de comunicação e de sua hierarquia, o que chama a atenção para sua posição, para os recursos dos quais ele pode (ou não) fazer uso estratégico na empresa, se ele se preocupa com sua carreira ou em preservar sua autonomia diante das pressões da organização (pelo capital de contatos personalizados que contribui para torná-lo “indispensável” ou por colaborações externas sob a forma de *freelancer*). Saindo da empresa de comunicação, todo jornalista é

também, na relação com seus colegas, um sócio-rival (TUNSTALL apud NEVEU, 2006. p. 105-106).

Em meio a esse universo de mudanças nas regras de produção e consumo das notícias, os profissionais vivem muitos conflitos internos e entre si. Uma constante ameaça é a perda do emprego para jornalistas recém-formados nas faculdades de comunicação que cada vez mais recebem estudantes nos cursos de comunicação. Fica claro, em muitas empresas, que um “novato” com vontade de conquistar uma vaga não deve se importar em receber um salário mais baixo que um jornalista experiente e não terá a pretensão de entrar em conflito com as chefias, seja por qual questão for. E da maneira que as empresas fazem jus às metas, fica bastante claro para os que têm mais tempo de casa que, mesmo sendo menos experiente, o profissional que está começando pode ser contratado no lugar de alguém mais experiente, pela simples vantagem econômica. Este é um depoimento nosso, apropriando-nos dos quase 20 anos de experiência em redações de telejornalismo.

A pesquisadora Zélia Leal Adghirni (2012) ao estudar as mudanças estruturais no jornalismo toma como marco de referência para o início da era da evolução tecnológica no país, a partir da internet, o lançamento do primeiro jornal *online*. O *Jornal do Brasil*, em 1995, tinha versão digital original em formato PDF. Perto do que se vê hoje, era apenas uma transposição dos conteúdos de papel para a tela do computador. Logo depois, viria a *Folha de São Paulo*, considerado o primeiro jornal brasileiro da *web*. Mas, muito antes, a partir da década de 60, com a informatização, os jornais impressos enfrentaram diversas crises. A informatização dos jornais exigiu grandes investimentos financeiros, de acordo com Müller (2012), e levou as companhias jornalísticas a processos de endividamento. Isso gerou, também, uma readequação dos postos de trabalho nas redações, com o desaparecimento de muitas funções em virtude das novas tecnologias. Houve a aproximação entre empresas jornalísticas e mercado de capitais. De um lado as empresas precisavam de capital para realizar as mudanças tecnológicas e de outro o mercado de capitais via nas empresas jornalísticas uma oportunidade de investimentos. Com isso, houve a abertura de capital das empresas jornalísticas, tradicionalmente familiares, que passaram a fazer parte de um processo de concentração com a formação de grandes grupos com um perfil diferente:

A partir da década de 1990, com o surgimento da internet, no que diz respeito à comunicação social, a convergência digital deixou de ser apenas entre informática, telecomunicações e conteúdos, tornando-se também uma convergência de mídias. Essa mudança implicava uma concorrência não mais apenas entre empresas do mesmo segmento de mídia, atuando nos mesmos mercados, mas uma concorrência intermídias e cada vez mais diretamente entre as que atuam em qualquer dos três vértices de convergência. Em consequência, empresas originalmente de telecomunicações e de informática passaram a atuar no ramo de conteúdos (MÜLLER, 2012. p.157).

Para Adghirni (2012), a partir de 2008 a convergência tecnológica pautou a ordem nas empresas jornalísticas e por consequência aumentou a jornada de trabalho dentro das redações. Na fala da autora

A convergência de conteúdos em textos, áudio e vídeo rumo a plataformas digitais desconfigura o modo tradicional de produzir e impõe uma carga de trabalho ininterrupta aos jornalistas. Situação que as empresas vendem com orgulho, levando o jornalista a assumir o *slogan* de “jornalista 24 horas”. De nada adiantou as tentativas dos sindicatos, relatadas em inúmeros dossiês, para conscientizar os profissionais a reagir. Com receio do desemprego, a maioria assume este discurso e mantém distância das reivindicações sindicais, mesmo para a demanda de “múltiplo salário” para jornalista multimídia (ADGHIRNI, 2012. p. 74-75).

Uma pesquisa realizada pela Universidade Federal de Santa Catarina em convênio com a Federação Nacional dos Jornalistas – *FENAJ* - nos traz dados que mostram que os profissionais recebem salários considerados baixos, em relação ao maior número de funções que exercem e, por isso, têm que trabalhar em mais de um emprego, em mais de uma redação. O relatório “Perfil do jornalista brasileiro - Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012”³ apresenta os resultados quantitativos de enquete com 2.731 profissionais. Os dados mostram que 59,9% recebiam até cinco salários mínimos, aproximadamente 50% trabalhavam mais de 8 horas por dia e 27% tinham mais de um emprego na área. De cada dez jornalistas, cinco trabalhavam, principalmente, em mídia. Desses, 83,2% atuavam no setor privado.

³ A pesquisa é um projeto do Núcleo de Estudos sobre Transformações no Mundo do Trabalho da Universidade Federal de Santa Catarina (TMT/UFSC) em parceria com a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e com apoio do Fórum Nacional de Professores de Jornalismo (FNPJ) e da Associação Brasileira de Pesquisadores do Jornalismo (SBPJor).

Com essas novas rotinas de trabalho, os jornalistas se encontram cada vez mais pressionados pelo fator tempo. A notícia que antes poderia ser dada no jornal do dia seguinte, hoje tem que estar disponível para os usuários da informação na hora que acontece. Por isso, muitas vezes, o jornalista nem sai da redação. É o “jornalismo sentado”, de acordo com Adghirni (2012), que se dá através do uso de agências, telefone e internet. Essas mudanças, segundo a autora, reduziram a autonomia dos jornalistas diante das fontes. Os autores canadenses Brin, Charron e Bonville (2004), a partir do método do tipo ideal weberiano e apropriando-se do conceito de paradigma utilizado por Thomas Kuhn, se propõem a uma análise e tipificação dos mecanismos de transformação da prática jornalística. E ao aplicarem de forma empírica o conceito de paradigma⁴ chegam a quatro tipos de jornalismo historicamente adaptados aos acontecimentos sociais. O primeiro seria o jornalismo de transmissão, que aparece no século XVII e no qual “o impressor age, essencialmente, como elo entre as “fontes” e os leitores”. No início do século XIX, num contexto de transformações políticas, surge o jornalismo de opinião onde “o gazeteiro (dono da gazeta), transformado em editor, põe o jornal a serviço das lutas políticas”. No final do século XIX é a vez do jornalismo de informação que surge com “as mudanças comerciais que se intensificaram a favor da melhoria das condições de bens de consumo corrente”. Os debates políticos são deixados de lado e existe uma busca por assuntos mais leves para atrair os leitores. Através da publicidade, o jornal começa a gerar lucro, a produção e a distribuição aumentam e é criada uma rede de coleta de notícias. Nas décadas de 1970 e 1980 aparece o jornalismo de comunicação, caracterizado por um mercado dos *media* diversificado e subordinado a partir das preferências do público alvo.

O hibridismo entre o discurso de imprensa e as outras formas do discurso midiático é tolerado, de fato encorajado: a ficção se mistura à realidade; notícias banais adquirem o status de acontecimento; a informação se faz entretenimento e adota voluntária o tom do humor ou ainda familiar, da conversação; a efusão e a emoção têm lugar de explicação; o tom e o estilo do discurso promocional impregnam o discurso da imprensa (BRIN, CHARRON e BONVILLE, 2004. p. 04).

Adghirni (2012) acrescenta:

⁴ Constituição de um sistema de regras coerentes sobre a prática jornalística, com alto grau de compatibilidade, que são utilizadas consensualmente pelos participantes.

O campo do jornalismo propriamente dito vem encolhendo em detrimento do campo da comunicação (leia-se assessorias de comunicação de empresas públicas e privadas) que emprega hoje mais da metade dos jornalistas em atividade (ADGHIRNI, 2012. p. 68).

Segundo a autora os profissionais que trabalhavam nas redações, principalmente de mídia impressa, teriam se deslocado para as assessorias e mídias institucionais, a partir do ano 2000, em função da crise econômica.

Considerações finais

A partir da pesquisa bibliográfica e também das observações referentes a nossa experiência e convívio diário com jornalistas em redação, correríamos o risco de dizer que existe outro forte motivo para esse deslocamento. Os profissionais estão se sentindo muito pressionados e têm optado por sair das empresas jornalísticas, mesmo que em muitos casos, o salário do novo emprego seja inferior. Jornadas produtivas de longa duração, redução dos salários, metas abusivas e interferência das chefias em relação ao conteúdo jornalístico em prol do comercial têm desgastado os jornalistas profissionais. A pesquisa anteriormente citada sobre o perfil do jornalista brasileiro, divulgada pela *FENAJ*, mostra que do total dos jornalistas entrevistados, 40% trabalhavam fora da mídia em outras atividades; desses, 68,3% como assessores de imprensa ou comunicação e 5% como professores. O que mais nos intriga e inclina à investigação é que, a cada ano, podemos testemunhar a saída de jornalistas experientes e competentes para assessorias de comunicação, sejam elas privadas ou públicas. E a pergunta mais frequente entre os profissionais que trabalham na redação normalmente gira em torno de: a qualidade do produto jornalístico, onde se encontra? Pode um profissional experiente, que briga por uma notícia, que faz o seu trabalho dentro dos princípios norteadores do jornalismo, ser substituído por outro inexperiente? Vale lembrar que uma realidade pior ainda pode acontecer: na tentativa de economizar, as organizações fecham as vagas de jornalistas profissionais que migraram para outros caminhos e o acúmulo de trabalho torna as horas de fechamento de jornais mais estressantes ainda, para aqueles que ficaram. Não é raro ver profissionais com diversas doenças relacionadas às pressões do trabalho. A corrida contra o relógio tem seu preço. Mesmo assim, a cobrança pelas metas de audiência segue numa escala ascendente. Dentro desse

quadro não nos parece difícil entender como uma entrevista – sob a qual lançamos o olhar como objeto de análise neste artigo - feita com o “falso” técnico da seleção brasileira, em meio a uma copa do mundo, foi veiculada pelos jornais *O Globo* e *Folha de São Paulo*.

A ideia aqui não é dar um tom apocalíptico e nem promover o “coitadismo” da classe de jornalistas profissionais. Sabemos que outras profissões têm seus problemas, afinal vivemos numa sociedade capitalista. O objetivo é incentivar uma reflexão sobre o atual momento da profissão e as questões que angustiam e estão no dia-a-dia das discussões nas redações. E o campo acadêmico pode ser um forte aliado no mapeamento desses questionamentos.

Referências

ADGHIRNI, Zélia Leal. Mudanças estruturais no jornalismo: travessia de uma zona de turbulência. In: PEREIRA, Fábio; MOURA, Dione; ADGHIRNI, Zélia Leal (Orgs.). **Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias**. Florianópolis: Insular, 2012.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão: seguido de A influência do Jornalismo e os Jogos Olímpicos**. Tradução: Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1997.

BRIN, Colette; CHARRON, Jean e BONVILLE, Jean de. **Nature et transformation du journalisme- théorie et recherches empiriques**. Les Presses de L'Université Laval, Canadá, 2004 (texto traduzido).

MÜLLER, Carlos Alves. A crise estrutural dos jornais e o surgimento das mídias digitais: impactos sobre a produção jornalística. In: PEREIRA, Fábio; MOURA, Dione; ADGHIRNI, Zélia Leal (Orgs.). **Jornalismo e Sociedade: teorias e metodologias**. Florianópolis: Insular, 2012.

NEVEU, Érik. Jornalistas no trabalho. In: **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

_____. Crises e renovações no jornalismo. In: **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

QUINTANEIRO, Tânia; BARBOSA, Maria Lígia de O; OLIVEIRA, Márcia Gardênia de. **Um toque de clássicos: Durkheim, Marx e Weber**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 1999.

Sites

Disponível em <<http://oglobo.globo.com/esportes/copa-2014/colunista-do-globo-confunde-sosia-com-felipao-12933884>> Acesso em: 04 de julho de 2014.

Disponível em <<http://www1.folha.uol.com.br/esporte/folhanacopa/2014/06/1473150-colunista-da-folha-confunde-felipao-com-sosia.shtml>> Acesso em: 04 de julho de 2014.

Disponível em <http://www.portalimprensa.com.br/noticias/ultimas_noticias/66418/colunista+de+folha+e+o+globo+entrevista+falso+felipao+e+gera+erramos+em+cascata> Acesso em: 04 de julho de 2014.

Disponível em <<http://zh.clicrbs.com.br/rs/esportes/copa-2014/noticia/2014/06/mario-sergio-conti-pensei-realmente-que-era-o-scolari-4530859.html>> Acesso em: 05 de julho de 2014.

Disponível em <<http://estudosdojornalismo.com.br/sosia-de-felipao-confunde-colunista-da-folha-e-o-globo-e-comete-barrigada-historica/>> Acesso em: 05 de julho de 2014.

Disponível em:<<http://amoralnato.blogspot.com.br/2014/06/meu-medo-e-perder-o-emprego-no-zorra.html>> Acesso em: 05 de julho de 2014.

Disponível em <<http://perfildojornalista.ufsc.br/>> Acesso em: 06 de julho de 2014.