

ARTIGO

A DIGITALIZAÇÃO E OS JORNALISTAS NOS PAÍSES DO BRICS

Copyright © 2016
SBPjor / Associação
Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo

SVETLANA PASTI

University of Tampere, Finlândia

JYOTIKA RAMAPRASAD

University of Miami, Estados Unidos

RESUMO - Este artigo explora o perfil social dos jornalistas e bem estar na profissão no contexto da digitalização. A análise se concentra em cinco aspectos de um estudo qualitativo (entrevistas em profundidade) dos jornalistas do BRICS conduzido entre 2012 e 2015 sob financiamento da Academy of Finland. Os aspectos analisados foram: preferência em relação ao local de trabalho (veículos tradicionais ou on-line), formação, idade profissional, gênero e bem estar. A amostra do estudo sobre o BRICS incluiu 729 jornalistas representativos tanto da mídia tradicional (484 respondentes) como da on-line (245 respondentes). Eles estavam distribuídos em 20 cidades, dez de caráter metropolitano e dez provinciais. A análise comparativa nos cinco países BRICS revela algumas conexões entre a digitalização e o perfil dos jornalistas bem como o bem estar deles e as condições políticas, econômicas e sócio-profissionais específicas nas quais eles vivem e trabalham

Palavras-chave: Novas Tecnologias. Demografia do Jornalismo. Pesquisa Qualitativa Comparativa. BRICS.

DIGITALIZACIÓN Y PERIODISMO EN LOS PAÍSES DEL BRICS

RESUMEN - El presente artículo se basa en un estudio más amplio de los periodistas y medios de comunicación en los sistemas de BRICS. Este estudio colectivo de los cinco países no sólo es oportuno, pero también es importante ante la crítica a la naturaleza más occidental de los estudios de periodismo y históricamente único en la era de prominencia de BRICS a principios del siglo 21. Para cubrir este vacío, se puso en marcha un estudio de investigación internacional de cuatro años de los sistemas de medios BRICS. Se ha incluido en este estudio una investigación empírica de dos años de los periodistas, realizada entre diciembre de 2012 y enero de 2015. Centrándose en la dinámica interna de su profesión, incluyendo la transición de los medios de comunicación de fuera de línea para en línea o, como mínimo, la adición de un poco de en línea en los medios periodistas fuera de línea, con el fin de entender los cambios producidos por la entrada de Internet en espacios mediáticos, el estudio presenta en todo su alcance la auto-percepción de los periodistas sobre diversos aspectos de su trabajo.

Palabras clave: Nuevas Tecnologías. Demografía del Periodismo. Estudios Comparativos Cualitativos. BRICS

DIGITALIZATION AND JOURNALISTS IN THE BRICS COUNTRIES

ABSTRACT - The article explores the social profile of journalists and their well-being in the profession within the context of the digitalization of their profession. The analysis focuses on five aspects of the qualitative (in-depth interview) study of BRICS journalists carried out between 2012 and 2015 under funding from the Academy of Finland. The aspects of interest are: workplace preference (traditional or online news), education, professional age, gender, and well-being. The BRICS study sample includes 729 journalists representing both traditional (484 respondents) and online news media (245 respondents) from twenty cities, ten metropolitan and ten provincial. The comparative analysis across the five BRICS countries reveals some connections between digitalization and the journalists' profile and well-being and also specifies the political, economic and social-professional conditions in which the journalists work and live.

Key words: New Technology. Journalism Demographics. Comparative Qualitative Study. BRICS.

Introdução

Este artigo apresenta alguns resultados de um estudo mais amplo de jornalistas e sistemas de mídia impulsionado pelo estabelecimento relativamente recente de uma aliança econômica, política e cultura dos cinco países, isto é, o grupo BRICS. O estudo dos cinco países não é apenas oportuno, lançado desta maneira em uma onda de popularidade da coalizão do BRICS, mas é também importante frente à crítica da natureza bastante ocidental dos estudos jornalísticos (NORDENSTRENG & THUSSU, 2015) e historicamente único em uma era de emergência do BRICS no início do século XXI¹. Hoje, os mercados de mídia do BRICS estão em crescimento e, dentro desses mercados, a profissão de jornalista é bastante popular. Por um longo período, o BRICS permaneceram na periferia da comunicação internacional, da mídia e da pesquisa em jornalismo (THUSSU & NORDENSTRENG, 2015). Tanto quanto é do conhecimento dos autores, nenhum livro sobre os jornalistas dos BRICS está disponível. Até mesmo projetos comparativos globais recentes, como *The Global Journalist for the 21st Century* (GJ) de Weaver & Willnat (2012) e a primeira fase do *Worlds of Journalism Study* (WJS) de Hanitzsch et al. (2012), não incluíram jornalistas de todos os países do BRICS. Além disso, ambos os projetos (GJ e WJS) concentraram-se predominantemente em mídia de notícias

tradicionais e, assim, não puderam fornecer um entendimento dos jornalistas contemporâneos e tendências globais no jornalismo no contexto da digitalização onipresente do seu trabalho e da sua vida.

Para preencher esta lacuna, um projeto internacional de quatro anos sobre os sistemas de mídia do BRICS foi lançado na Universidade de Tampere, com fundos da Academy of Finland, envolvendo cerca de cinquenta pesquisadores dos países do BRICS, bem como da Finlândia e dos Estados Unidos². O estudo incluía uma pesquisa empírica de jornalistas, ocorrida entre dezembro de 2012 e janeiro de 2015. Com foco na dinâmica interna da profissão, incluindo a transição do off-line para o on-line ou, no mínimo, a adição de parte da mídia de notícias on-line para off-line, com o propósito de entender as mudanças provocadas pela entrada da Internet nos espaços midiáticos, o estudo, em toda a sua abrangência, apresenta as próprias percepções dos jornalistas sobre vários aspectos do seu trabalho (PASTI, RAMAPRASAD & NDLOVU, 2015). O estudo jornalístico utilizou quatro níveis de estratificação: 1) pessoal: classe, raça, etnia, gênero, idade e geração profissional dos jornalistas; 2) organizacional: tradicional (jornais, revistas, rádio e televisão) e mídia de notícias on-line; 3) extra-organizacional: metrópoles (capitais nacionais) e cidades menores; e 4) nacional: cinco países do BRICS.

Este artigo concentra-se em cinco aspectos do estudo empírico de jornalistas: preferência de local de trabalho de jornalistas (notícias tradicionais ou on-line), educação, idade profissional, gênero e bem-estar, comparando-os em cinco continentes, em um esforço de entender a conexão diferencial, se houver, entre digitalização e dados demográficos e bem-estar de jornalistas.

Amostra³

As normas para a construção de amostra se pautaram por uma amostra de conveniência aplicada à seleção de cidades, organizações de notícias e jornalistas (incluindo amostragens do tipo “bola de neve” neste nível). Contudo, certos parâmetros foram adotados. Assim, a amostra incluiria tanto metrópoles quanto cidades menores. Teria organizações de notícias 1) tradicionais e on-line 2) nacionais e regionais, 3) de diferentes tipos: jornais, revistas, rádio, televisão, on-line e 4) Mídias privadas, mistas e estatais quando aplicáveis (e neste caso, considerou-se estatal quando a participação do governo

era superior a 50% dos ativos diretos ou indiretos). Incluiria tanto veículos de notícia de qualidade (influentes na vida pública) quanto de populares (grande público). Representaria, também, jornalistas de vários níveis, gêneros e idades (cronológica e profissional).

Adicionalmente, a estrutura de amostragem especificou 24 veículos de notícias em cada grande cidade e 12 em cada cidade menor, dois jornalistas de cada veículo e uma divisão equitativa entre jornalistas de notícias tradicionais e on-line. Assim, em cada país, 144 jornalistas seriam entrevistados (96 em grandes cidades, 48 em cidades menores; 72 tradicionais e 72 on-line), somando 720 jornalistas de todos os cinco países do BRICS. O plano de amostragem nem sempre foi concretizado devido a circunstâncias locais como o crescimento de notícias on-line, acessibilidade e interesse dos veículos e jornalistas em participar da pesquisa, além de outros fatores. Além disso, as amostras foram localizadas para refletir fatores críticos inerentes ao local. Por exemplo, ao selecionar organizações jornalísticas, a equipe brasileira definiu veículos de notícias de qualidade como aqueles com maior impacto na agenda política, enquanto a equipe sul-africana os definiu como pertencentes à mídia comunitária. Ou, por exemplo, em algumas cidades da África do Sul, China e Índia, os veículos de notícias unicamente on-line eram poucos ou não-existent e, assim, portais de notícias e versões on-line de veículos de notícias tradicionais foram incluídos. A amostra final tinha 729 jornalistas, pois a África do Sul incluiu 150 jornalistas, a China, 146 e a Índia, 145; a divisão por cidade foi de 487 jornalistas nas grandes cidades e 242 em cidades menores. A divisão entre off-line e on-line foi de 484 e 245 jornalistas, respectivamente. A amostra de cidade incluiu vinte cidades do BRICS, dez metrópoles e dez cidades menores; no Brasil: Brasília, Rio de Janeiro, Juiz de Fora e Vitória; na Rússia: Moscou, São Petersburgo, Yekaterinburg e Petrozavodsk; na Índia: Nova Délhi, Hyderabad, Calcutá e Pune; na China: Pequim, Xangai, Guangzhou e Wuhan; e, na África do Sul: Johannesburg, Cidade do Cabo, Durban e Port Elizabeth.

A implementação do protocolo incluiu entrevistas presenciais ou por telefone, conduzidas em um local (escritório ou café) escolhido pelo entrevistado, mas garantindo a privacidade. O protocolo foi administrado em um idioma com o qual o entrevistado se sentia confortável (português, russo, inglês, bengali, marati, hindu, telegu, urdu e chinês). Em média, a entrevista durou 45 minutos. As entrevistas foram conduzidas por pesquisadores nacionais e

também assistentes de pesquisa treinados, na maioria estudantes de jornalismo e de comunicação social. Todas as entrevistas foram gravadas e transcritas, em seguida, codificadas por codificadores treinados pelos autores para contabilizar situações observadas nas respostas e analisar relações e padrões organizados por temática. Na essência, a análise de dados empregou contagens de frequência, além de derivação indutiva de pontos comuns. Quando necessário, as equipes receberam permissão de IRB e solicitaram o consentimento dos seus entrevistados, além de garantir a confidencialidade das respostas.

Resultados

Local de trabalho: mídia tradicional ou on-line?

Os fatores que influenciam a preferência de local de trabalho dos jornalistas em relação ao tipo de mídia, tradicional ou on-line, eram variados e caracterizaram, de maneira definitiva, as condições de jornalismo nesses países.

No Brasil, a mídia tradicional foi considerada como um local de trabalho mais prestigiado do que a mídia on-line, tanto pelos participantes de veículos de notícias tradicionais (58%) quanto os dos veículos on-line (43%) (PAIVA, GUERRA & CUSTÓDIO, 2015). Um dos motivos para esta preferência é que a mídia tradicional demanda “maior responsabilidade jornalística” (PAIVA, GUERRA & CUSTÓDIO, 2015, p. 22). Por outro lado, a amostra considerou a mídia on-line mais democrática que a tradicional. Em termos de classe social, metade dos jornalistas on-line e um terço dos jornalistas de veículos tradicionais vêm da classe média. Em termos de educação, na mídia on-line, a proporção daqueles que se formaram em jornalismo variou de 50 a 67%, enquanto na mídia tradicional, a grande maioria, ou seja, de 83 a 100%, têm graduação em jornalismo. Os pesquisadores brasileiros sugerem que, “em termos profissionais, a Internet representou um novo terreno para jornalistas agirem tanto em empresas estabelecidas quanto como empreendedores para criar seus próprios canais para análise política ou para suas próprias fontes de renda” (PAIVA, GUERRA & CUSTÓDIO, 2015, p. 10).

Na Rússia, o fator principal, ou seja, o maior controle governamental dos veículos tradicionais, influenciou a preferência

de local de trabalho. Os jornalistas novos e mais velhos, ansiosos por maior liberdade profissional, deram preferência à busca de trabalho em mídias on-line independentes, mercado que tem crescido desde 2000. Em alguns casos, eles deixaram a mídia tradicional e lançaram suas próprias *startups* de notícias independentes. Enquanto as mídias de notícias tradicionais vivenciaram maior regulamentação governamental nos últimos cinquenta anos, a Internet permaneceu livre para opiniões alternativas. No entanto, como indicado por Colta (2015), a recente decisão política que atribuiu ao Estado (ou seja, a agência federal *Roskomnadzor*) a responsabilidade de monitorar a partir de 2017 o conteúdo das mídias on-line, bem como os comentários de usuários, alterará completamente esse cenário no que diz respeito à liberdade de opinião na mídia on-line.

Em contrapartida, na Índia, as mídias on-line independentes ainda são raras; a Índia tem a mais baixa taxa de acesso à Internet (apenas 19% da população) entre os países do BRICS (FICCI-KPMG, 2015). Ali, os jornalistas consideram a mídia tradicional mais prestigiosa; são as marcas de veículos de mídia reconhecidas e consideradas como *os locais* para trabalhar. Por outro lado, os jornalistas acredita que o futuro do jornalismo reside nos dispositivos tecnológicos: nova mídia, mídia social, jornalismo on-line e smartphones.

Na China, a mídia tradicional (todos os veículos são propriedade do Partido) empregava aqueles que tiveram formação em jornalismo e comunicação e cujos pais pertenciam à alta classe. Por outro lado, a mídia on-line representa uma alternativa à mídia tradicional, pois se baseia no modelo de como propriedade privada ou mista, ou financiada por fundos de capital estrangeiro ou de natureza popular. Neste caso, os veículos online se constituem em um mercado de trabalho acessível para os jornalistas sem uma educação especial ou aqueles oriundos de camadas mais baixas da sociedade.

Observou-se grandes diferenças entre os jornalistas da mídia tradicional e da mídia on-line: contrato de trabalho permanente (32 e 5%, respectivamente), adesão ao partido comunista (73 e 35%) e adesão aos sindicatos (60 a 17%). Outra distinção entre eles foi o nível de mobilidade no jornalismo; os jornalistas da mídia tradicional raramente mudam de emprego (apenas 14% tiveram dois ou mais empregos antes) em comparação com jornalistas on-line (34%), sugerindo que a mídia tradicional ofereceria locais seguros e estáveis para se trabalhar no mercado atual (ZHOU, XU & LI, 2015). Em outras palavras, o emprego no estado (ou seja, na mídia

tradicional) oferecia estabilidade, segurança, melhores salário, um status legítimo como profissional e uma oportunidade maior para avanço profissional e pessoal; a mídia tradicional foi, por conta disso, considerada um local de trabalho com maior prestígio que o mercado vulnerável da mídia on-line.

Na África do Sul, o jornalismo on-line estava mais desenvolvido apenas nos centros mais avançados economicamente, como a Cidade do Cabo e Johannesburg. Como Ndlovu (2015, p. 125) indicou: “A maioria dos veículos de notícia começaram a investir em jornalismo on-line depois de 2000: um dos motivos para a entrada atrasada em uma profissão, cuja maior moeda é a credibilidade e a confiança, é a percepção de que o jornalismo on-line não estava imbuído de valores jornalísticos estabelecidos”. No entanto, a crença de que a mídia tradicional tem maior prestígio que o on-line está mudando. Muitos dos seguintes sites de notícias, *Daily Maverick*, *Health-e News*, *Politicsweb*, *Moneyweb*, *Groundup* e, mais recentemente, *Rand Daily Mail*, que fornecem estritamente jornalismo digital on-line, aderiram aos princípios convencionais do jornalismo, como o uso de boas fontes e pesquisadas, verificação dos fatos, direito de resposta, e assim por diante. Algumas dessas plataformas produzem matérias originais em vez de usar despachos de agências de notícias. Desse conjunto de organizações jornalísticas apenas digital, a *Daily Maverick* está obtendo maior prestígio social e respeito entre a elite do consumo de notícias (NDLOVU, 2015).

Graduação/diploma de jornalismo

Será que, com o advento da prática do jornalismo por pessoas que não jornalistas “profissionais”, uma formação/diploma em jornalismo não seja mais exigida por alguns empregadores ou tenha sua importância reduzida? Dado que este estudo não utilizou amostragem de probabilidade, é difícil haver uma conclusão categórica. No entanto, apenas pela amostra, as tendências foram as seguintes.

No Brasil, o número de jornalistas sem um diploma em jornalismo é muito maior nos veículos on-line do que nos tradicionais. Enquanto na capital do país, Brasília, e na cidade de menor porte, Vitória, 67% dos jornalistas on-line tinham diploma em jornalismo, numa cidade menor como cidade de Juiz de Fora apenas a metade

dos jornalistas on-line tinham formação superior em jornalismo. Ou seja, a situação indicada pelo GJ (WEAVER & WILLNAT, 2012) de que todos os jornalistas brasileiros era diplomada em jornalismo, mudou.

Diferente do Brasil, na Rússia a diferença no que se refere à formação entre os veículos tradicionais e online era bem menor (56 e 47%). A chegada de não-jornalistas ao mercado jornalístico teve início na era pós-comunista, quando o Partido Comunista foi dissolvido (1990), a União Soviética, desintegrada (1991) e a mídia se tornou livre do partido e do Estado, como novas leis liberais, incluindo leis para a mídia (1991) e para organizações não-governamentais (1991). Essas leis deram o direito a qualquer cidadão e organização de estabelecer seu próprio veículo; assim, o jornalismo como uma profissão e negócio tornou-se disponível a todos. Desde então, é comum na Rússia encontrar jornalistas com uma formação diferente. Um dos motivos para a queda na demanda de diplomados no mercado de mídia da Rússia foi a inadequação da educação em jornalismo. Ela não pode atender aos requisitos modernos de treinamento para trabalho tanto em jornalismo quanto no negócio de notícias. Os participantes em todas as cidades da Rússia criticaram as escolas de jornalismo, o que é um indicativo de que a educação em jornalismo passa por uma crise. Ela está desatualizada e distante da prática no mundo real, ou seja, é muito teórica. Um jovem jornalista russo, nascido em 1985, disse: *“Sim, nossa ... educação em jornalismo [está] em uma crise geral, pelo menos estava quando eu era estudante. No momento em que deveríamos aprender sobre jornalismo na web e [desenvolver nossa] capacidade de publicar textos em sites e trabalhar com jornalismo da Internet, ainda éramos ensinados a fazer protótipos em pedaços de papel com a medida das linhas de texto, não [era] mais o trabalho feito numa redação; então, claro, nossa educação jornalística ficou para trás”*. Uma educação muito distante da prática atual torna difícil para aqueles com graduação em jornalismo conseguirem um emprego na mídia. Um jornalista disse: *“Sei que [o ensino de jornalismo] não deveria ser mencionado [em uma entrevista de trabalho]; ao se candidatar para um trabalho, se você falar sobre graduação em jornalismo, pode dar adeus à vaga. [Em vez disso], você deve ser uma pessoa que está adaptada ao jornalismo atualmente em operação. Entre os formados em jornalismo, apenas alguns pegam o jeito imediatamente.”*

Em geral, na Índia, a maioria dos jornalistas deste estudo tinha nível universitário. Em termos de uma educação específica na

área, não observou-se uma diferença expressiva entre os jornalistas da mídia tradicional e online: respectivamente 69 e 74% tinham formação superior em jornalismo. Em geral, o ensino de jornalismo está se tornando cada vez mais comum na Índia; em especial no telejornalismo, que tem procurado empregados com diploma em jornalismo (SANJAY, 2012). Embora seja difícil avaliar o impacto da digitalização na formação superior dos jornalistas por conta da baixa presença de veículos de mídia digital independente na Índia, de modo geral, a tendência na Índia é de um aumento na formação específica.

A situação na China é similar ao Brasil, ou seja, o número de pessoas com diploma de jornalismo era menor na mídia on-line (49%) do que na mídia de notícias tradicional (67%). A diferença pode ser explicada pela tendência da mídia tradicional (de propriedade do Partido/Estado) “em recrutar funcionários cuja formação educacional seja jornalismo e comunicação” (ZHOU, XU & LI, 2015). Por outro lado, o caso sul-africano representa o caso oposto ao da Rússia; ambos os tipos de mídia na África do Sul têm a maioria dos jornalistas com formação na área (83% na mídia tradicional e 85% na on-line).

Juvenização da profissão

Os anos 2000 trouxeram o crescimento ativo da mídia on-line no mundo e nos países do BRICS, o que levou os pesquisadores a darem mais atenção a essa prática emergente (BOCZKOWSKI, 2004; DEUZE, 2003; INTERNET LIVE STATS, 2014; MCQUAIL, 2005; TOMASELLO ET AL., 2010). Com o aumento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), mídias sociais e blogs, bem como com o advento dos modelos de economia privada, o jornalismo se tornou uma profissão muito popular nos países dos BRICS, especialmente na China e na Índia. Isso levou à emergência de uma força de trabalho que tem um grande número de jornalistas jovens; a China, em especial, tem um grande número de jornalistas com idades inferiores a 29 anos. Essa indicação está alinhada com os resultados da pesquisa do CJ, que coletou dados entre 2008 e 2010 das amostras de probabilidade no Brasil, Rússia e China (WEAVER & WILLNAT, 2012). Em especial, entre trinta e um países de CJ, os jornalistas chineses eram os mais novos (idade média = 33 anos), seguidos pelos jornalistas no Brasil (40), Rússia (41) e Estados Unidos (41).

Na amostra do BRICS, jornalistas jovens prevalecem na mídia de notícias on-line. Jovens jornalistas apreciam, em especial, as novas tecnologias; elas facilitam, para eles, o trabalho de “encontrar, coletar e processar informações” e obter “feedback do nosso público”, além de “enriquecer a prática jornalística”. Na voz de um jornalista russo: *“Entre no jornalismo (2006), quando as novas tecnologias já estavam desenvolvidas. Não gostaria de trabalhar em um jornal com um horário estranho. Gosto de como, agora: escrever [sic] textos, publicá-los no site. Sim, a qualidade está perdida. [É uma questão de] velocidade ou qualidade, porém me parece que ainda é uma questão de experiência... quanto mais experiente você se torna, você fica melhor [sic] nisso. Há mídia on-line que escrevem com alto nível; legal!”* Nas palavras de um outro jornalista russo: *“O que mudou nos últimos anos... você tem que trabalhar com informações formais e informais, monitorar redes sociais [e blogs com alta popularidade], trabalhar com blogueiros populares e trabalhar com agregadores de notícias por meio de redes sociais. A cada dia, a mídia utiliza, de forma crescente, trechos do tipo ‘como relatado pelo blogger’; é por isso que os blogs são fontes importantes agora na geração de conteúdo.”*

Em algumas cidades, no entanto, por exemplo, Rio de Janeiro, Juiz de Fora e Vitória, no Brasil; Wuhan, na China, e Petrozavodsk, na Rússia, a proporção entre jornalistas mais jovens e mais velhos foi bastante semelhante. Isso se explica pela forma como a amostra foi construída: veículos mais importantes onde normalmente trabalham jornalistas mais experientes e jornalistas mais novos, novatos e veteranos. Essa situação também remete ao contexto local. Por exemplo, em Petrozavodsk, jornalistas experientes (e, portanto, mais velhos) mudaram para mídia on-line ou fundaram startups, como uma forma de resistir à censura na mídia tradicional.

A popularidade do jornalismo desde o advento das TICs e a posterior liberalização econômica em alguns países também deu origem a uma nova geração de jornalistas que entrou na profissão após 2000. Essa geração ocupacional também inclui profissionais que já tinham carreiras em outros campos, mas que ingressaram no jornalismo após o ano de 2000, com a ocorrência do *boom* dos veículos de mídia. Assim, embora sua idade real possa ser mais de 29 anos, são jovens em idade ocupacional no jornalismo. Os primeiros estudos sobre mídia na pós-União Soviética dos anos 1990, durante o início das reformas liberais no país, mostraram que a profissão

de jornalista tinha se tornado acessível a todos; indivíduos de todas as idades e formações buscavam oportunidades e bons salários no mercado de mídia, que estava estourando, em contraste com seus locais de trabalho anteriores, que sofriam de falência no período de reformas na base da “terapia de choque” (PASTI, 2014). O estudo do BRICS descobriu que a China tinha uma grande geração de força de trabalho após 2001 (95% nas mídias tradicional e on-line), seguida, em ordem, pela Índia (80% em mídia tradicional e 93% em mídia on-line), África do Sul (60% em tradicional, 85% em on-line), Brasil (50% de todos os participantes) e Rússia (44% em tradicional e 68% em on-line).

Feminilização do jornalismo

O jornalismo começou como uma profissão masculina em todos os lugares, e a palavra “jornalista” um substantivo masculino em muitos idiomas. O jornalismo está se tornando, hoje, muito mais uma profissão feminina, não apenas no ocidente, mas também no oriente. Essa entrada cada vez maior das mulheres na profissão abre margem a algumas questões interessantes: O começo do século XXI seria o início da democratização de gênero da profissão? Ou a feminilização é uma desqualificação da profissão: perdendo seu apelo anterior para homens e visto cada vez menos como uma ocupação digna de homens? Ou a a feminização é vista como uma forma de as mulheres roubarem o trabalho dos homens?

A feminilização do jornalismo é um fenômeno global. Weaver e Willnat (2012, p. 544) indicaram que “a proporção média de mulheres em países incluídos neste estudo subiu de 33 para 41% em 1998”. Nos países do BRICS incluídos no estudo GJ, a proporção de mulheres no jornalismo entre 2008 e 2010 foi de 40% no Brasil, 60% na Rússia e 53% na China. O estudo relatado neste artigo também observou a tendência da feminilização em todos os países do BRICS entre 2012 e 2015; as mulheres responderam por cerca da metade ou mais da força de trabalho. Os participantes do estudo apresentam crenças variadas sobre o impacto da crescente presença de jornalistas mulheres no trabalho.

No Brasil, a amostra dos participantes indicou um equilíbrio entre gêneros: 52% eram homens e 48%, mulheres; a maioria dos entrevistados, tanto na mídia on-line (72%) quanto na tradicional (68%) acredita que a feminilização não influencia a suas carreiras.

Alguns observaram a dinâmica para as mulheres no local de trabalho: *“As mulheres precisam trabalhar mais do que os homens para serem valorizadas. Há ainda muito preconceito.”* e *“Os brasileiros são muitos sexistas. As coisas estão mudando, mas [a situação ainda tem muito] a melhorar”* (Paiva, Guerra e Custodio, 2015).

Na Rússia, um estudo de 1999 dos jornalistas de São Petersburgo mostraram que muitas mulheres entraram na profissão e continuaram a trabalhar na profissão até a aposentadoria, enquanto os jornalistas homens fizeram uma carreira aos 40 anos e se tornaram gerentes ou chefes dos veículos de notícias ou deixaram a profissão. Em oito dos principais veículos da cidade (imprensa, rádio e televisão), onde as entrevistas foram conduzidas, as posições de direção nas redações eram preenchidas por homens (PASTI, 2004). Treze anos depois, em um novo estudo com os jornalistas de São Petersburgo (PASTI, GAVRA & ANIKINA, 2015), muitos participantes argumentaram que, com a feminilização da profissão, foi difícil encontrar um jornalista homem para assumir uma função em rádio, televisão e mídia impressa de qualidade, mesmo em uma cidade tão grande quanto São Petersburgo: *“Todos estão preocupados com as mulheres, mas isto é o que eu penso: agora temos que nos preocupar com os homens. Na profissão de jornalista, de alguma forma, o número de homens está caindo dia a dia. Há uma necessidade de proteger os homens.... [Há] alguns meses, tento [sic] [contratar] para o cargo um jornalista homem, mas todos os candidatos que chegam para ocupar o cargo são mulheres.... Parece, para mim, que logo não vão existir chefes do sexo masculino. No meu escritório de cinco jornalistas, sou o único, de fato, que é homem. Todo o resto são mulheres; ou seja, toda a equipe editorial é composta de mulheres.”*

A tendência de feminilização na Rússia pode ser ainda mais alta na geração de profissionais mais novos; por exemplo, na geração profissional pós-2000, a proporção de mulheres era de 67% (PASTI, CHERNYSH & SVITICH, 2012). Um dos fatores por trás da feminilização da profissão na Rússia foi a crise econômica de 2008-2009, que expulsou os homens do jornalismo: *“Eles foram para relações públicas, marketing, pois tinham que sustentar [sic] suas famílias. Muitos comentaristas políticos e econômicos [homens] foram embora, e o número de mulheres cresceu. Nossa mídia não tem [nenhum] homem. Escrevemos muito sobre estatísticas, monitoramos diferentes bancos de dados, é trabalho dura e requer concentração e os homens [não acham esse tipo de trabalho] interessante.”* Um outro

fator que influencia a feminilização do jornalismo, por incrível que pareça, foi a mudança tecnológica (digitalização), que levou a uma aceleração do ritmo de trabalho e da complexidade, intensificando o trabalho dos jornalistas, uma situação que nem todos os homens poderiam suportar: *“Eles fogem de nós [o veículo] muito rapidamente. Eles afirmam ‘não podemos trabalhar nesse ritmo’. Entre os correspondentes, temos mais mulheres. Com relação às coisas técnicas – os homens dominam. No departamento comercial, o chefe é homem e todos [os outros funcionários] são mulheres.”*

Quais foram os resultados da feminilização no estudo do BRICS? A pesquisa determinou que apenas metade dos participantes russos afirmou que o gênero não tinha efeito no trabalho ou carreira. Assim, o sentimento de que a entrada das mulheres na profissão afetava a carreira masculina, positiva ou negativamente, estava presente entre os participantes russo.

Os participantes no estudo do BRICS na Índia indicaram que a feminilização da profissão está ocorrendo também naquele país, especialmente devido à explosão de veículos de mídia eletrônica. Isso altera o quadro de desigualdade de gênero que havia no passado (PRESS TRUST OF INDIA, s.d.). Em Calcutá e Pune, respectivamente 79 e 88% dos jornalistas sentiram que há mais mulheres que nos anos anteriores. Mais importante, a profissão é mais percebida como uma prática relacionado ao talento feminino, e que a ética de trabalho está criando e capacitando o ambiente para jornalistas mulheres. Os colegas homens elogiaram o zelo de suas colegas mulheres e reconhecem que tópicos que não seriam abordados no passado são agora cobertos. Por exemplo, um jornalista sugeriu que “quando uma jornalista está trabalhando em algum lugar, ela é mais humana. Ela pode ver as coisas de vários ângulos.” Na maior parte, os participantes responderam que acreditam que a presença feminina não impactou seu trabalho de maneira significativa.

Na China, em ambos os tipos de mídia, tanto on-line quanto off-line, a amostra tinha um número praticamente igual de homens e mulheres (51%) participando. Em veículos s on-line, metade dos participantes indicaram que o gênero não tinha efeito na sua carreira profissional, enquanto na mídia tradicional, em Pequim e Wuhan, a maioria sentia que o gênero desempenhava uma função em seu trabalho e na progressão profissional (ZHOU, XU & LI, 2015).

Na África do Sul, no período do Apartheid, as redações eram dominadas por homens brancos (MILTON & FOURIE, 2015). O fim do

Apartheid em 1994 e a liberalização política contribuíram, na África do Sul pós-colonização, para uma feminização das redações. Estudos recentes fornecem dados sobre a mudança de perfil nas redações sul-africanas. O estudo de Daniels (2013, p. 22) sobre o estado do jornalismo na África do Sul, que comparou as transformações que ocorreram entre 2002 e 2012, indicou que:

Os resultados de 2012-2013 nas nove redações pesquisadas – *CNBC Africa*, *Eyewitness (EWN)*, *City Press*, *Mail & Guardian (M&G)*, *Sunday Times*, *Beeld*, *SABC*, *The Witness* e *Sowetan* – indicam que a maioria dos jornalistas eram negros –61% – e que havia praticamente uma igualdade de gêneros, 49% [eram mulheres]. Com relação a editores das nove organizações de notícias, 55 por cento eram negros e 45 por cento, brancos. Em relação ao gênero, 55 por cento eram homens e 45, mulheres.

Daniels (2013, p. vi) observa que:

No entanto, com editores em todo o país dos principais jornais comerciais, pertencentes a cinco empresas de impressão, o panorama é ligeiramente diferente: dos 42 editores, 23 eram brancos e 19, negros, ou 55 por cento brancos e 45, negros. Em relação ao gênero, são 29 editores homens e 13 mulheres, ou 69 por cento homens e 31 por cento, mulheres. Aprofundando na dinâmica de gênero, a maioria das nove redações tinha um número igual e, algumas vezes, maior de mulheres do que de homens.

O estudo do BRICS mostra que a profissão estava bastante receptiva quanto à participação feminina. Na mídia tradicional, o número de participantes do sexo feminino foi de 44% e, na mídia on-line, 57%. Além disso, quase 80% dos entrevistados, homens ou mulheres, em mídia on-line e tradicional, tinham a percepção de que o gênero não afetava seu salário, atribuições de coberturas e oportunidades de promoções (NDLOVU, 2015).

Fontes de bem-estar profissional

É interessante notar que os jornalistas das mídias tradicional e on-line, em cada cidade e país e até mesmo entre países do BRICS, enumeraram praticamente os mesmos itens para avaliar sua satisfação no trabalho. Em ordem de importância, foram os seguintes. No Brasil, os jornalistas em ambos os tipos de mídia estavam satisfeitos 1) quando criavam material jornalístico de alta qualidade, 2) quando recebiam gratidão e feedback do seu público e 3) pelo processo

criativo do seu trabalho e sua própria auto-realização. Os jornalistas russos relacionaram seus motivos da seguinte maneira: 1) o processo criativo e a auto-realização, 2) gratidão e feedback do público e 3) criação do jornalismo de alta qualidade. Na Índia, a satisfação veio de: 1) gratidão e feedback do público, 2) o processo criativo e auto-realização e 3) eficiência na publicação de jornalistas. Os jornalistas chineses estavam satisfeitos com 1) sua autonomia no trabalho, 2) o processo criativo e a auto-realização e 3) o reconhecimento em um ambiente profissional. Como um participante em Pequim afirmou, “*O trabalho me traz satisfação graças à flexibilidade de horários. Meu horário de trabalho não é preestabelecido. Posso fazer meu próprio tempo.*” Os jornalistas na África do Sul relacionaram estes motivos: 1) fazer diferença na vida das pessoas, 2) gratidão e feedback do seu público e 3) segurança no trabalho e processo criativo.

Assim, os jornalistas do BRICS têm a percepção deles mesmos como pessoas criativas, em busca de trabalho de alta qualidade, desejando permanecer conectados com seu público e buscando reconhecimento. Alguns também buscavam mudar a sociedade, possibilitando uma vida melhor e mais justa para todos, indicando uma consciência da sua responsabilidade social como jornalistas. Esses jornalistas estavam inclinados a serem agentes de mudança e não, simplesmente, observadores neutros da sociedade.

É interessante perceber que os jornalistas chineses não mencionaram a apreciação e feedback do público como os três principais determinantes do seu bem-estar profissional. Em vez disso, deram importância ao “reconhecimento em um ambiente de trabalho”. Talvez seja a influência da idade: 70% deles estão abaixo dos 19 anos e 95% ingressaram no jornalismo depois de 2001. Durante o período inicial da socialização profissional o reconhecimento de colegas é provavelmente um fator importantes para o bem-estar de um jovem jornalista. A articulação dos participantes chineses das funções normativas pode apresentar uma pista sobre o motivo para sua sede por reconhecimento. Esses jornalistas se viram como 1) disseminadores de informações, 2) orientadores ou supervisores da opinião pública e 3) vínculos entre o governo e o público. Ou seja, na hierarquia social e política, eles se viram como detentores exclusivos de informações importantes e em aliança com o governo para o progresso do seu país. Metade dos participantes trabalham em veículos de notícias tradicionais, que são estatais, e muitos são membros do Partido Comunista. Em uma cultura coletivista como

a da China, a obediência a superiores hierárquicos (na família e na sociedade; nas redações, profissão e carreira) é um valor que ajuda na manutenção de outros valores, como harmonia e ordem. Esse também pode ser o motivo de ser mais importante para os jornalistas chineses serem reconhecidos no ambiente profissional no lugar do reconhecimento do público.

Bastante diferente dos jornalistas chineses, os jornalistas da África do Sul classificaram, quase da mesma forma, os motivos para satisfação no trabalho: “fazer diferença na vida das pessoas” e “gratidão e feedback do público”. Eles também se diferenciaram dos colegas chineses em sua visão sobre as funções profissionais, se reconhecendo como difusores da verdade, representantes do Quarto Estado e no exercício da função de vigilância do governo (NDLOVU, 2015).

No outro extremo, os fatores que causam angústia foram muito similares em todos os países: baixos salários, horário de trabalho e rotinas irregulares, insegurança na função no mercado de trabalho, redução da equipe, fundos reduzidos para viagens relacionadas a trabalho, falta de liberdade e pressão por parte dos proprietários do veículo. Em suas respostas sobre as condições necessárias para que o jornalista possa desempenhar suas funções, os jornalistas do BRICS reiteraram a necessidade de liberdade; eles queriam mais democracia e liberdade de expressão, e mídias mais economicamente independentes.

Digitalização e condições da prática de jornalismo no BRICS

Dada a natureza não probabilística da amostra e a descoberta de diferenças entre os países do BRICS com relação ao impacto da digitalização e mesmo da penetração da mídia digital na esfera jornalística, grande parte do que pode ser dito aqui se sobre panorama do jornalismo digital no BRICS e seu impacto nas preferências de trabalho, requisitos da formação, feminilização, redução da idade e bem-estar se limita a uma espécie de caledoscópio

As preferências para local de trabalho variam entre os indianos, que preferem trabalhar em veículo tradicional, e os russos, que estão deixando a mídia tradicional e indo para os veículos on-line pela promessa de maior liberdade. A queda na demanda por jornalistas certificados/diplomados em veículos de mídia de alguns países do

BRICS pode ser explicada pela demanda por novos trabalhadores por conta do rápido crescimento dos mercados de mídia, mas também pela advento de novas tecnologias no jornalismo, aumentando cada vez mais a necessidade de treinamento em novas habilidades/profissões: especialistas de TI, especialistas em computação, programadores, especialistas em marketing e similares. E, embora a redução da idade deva crescer em países do BRICS, os motivos variam. Eles remetem tanto ao crescimento exponencial do número de veículos na Índia, e que exigem uma força de trabalho cada vez maior, ao advento da mídia digital, que requer novas habilidades e formações variadas para trabalhar com eficiência em espaços de notícias virtuais.

É quase certo o processo de feminilização do jornalismo nos países do BRICS, mas parece muito mais uma tendência global do que uma consequência do crescimento das mídias digitais. De fato, esse fenômeno parece ser anterior à digitalização na profissão.

Pode ser um reflexo do crescimento do número de mulheres entrando na força de trabalho em geral, mas é especialmente notado no jornalismo dados os horários de trabalho incomuns, em alguns casos, o grau incomum de perigo associado ao jornalismo e, em alguns países, a natureza bastante protetora ou restritiva da criação da menina. Nos antigos países comunistas da Rússia e China, a feminilização está relacionada à liberalização política do jornalismo no contexto da transição do “poder pesado” para o “poder suave” e com a mudança na ênfase da função propagandista (confiada, em grande parte, aos homens para defender os valores comunistas) para uma pluralidade de funções para satisfazer interesses de consumidores variados, incluindo as consumidoras, as quais as jornalistas podem estar mais habilitadas a representar (PASTI, RAMAPRASAD & NDLOVU, 2015, p. 222).

A feminização do jornalismo deve ser investigada mais além, como parte da “mudança no caráter dos mercados de trabalho em todo o mundo”, que “resultou em um aumento na participação feminina na força de trabalho e uma queda relativa, se não absoluta, no emprego masculino, bem como uma ‘feminização’ de muitos trabalhos tradicionalmente ocupados por homens” (STANDING 1999, p. 583).

Desde os anos 1970, a economia global permanece em uma era de regulação de mercado, e a crescente flexibilidade da mão de obra, na qual as novas tecnologias, novos sistemas de controle de mão de obra e maneiras reformadas de organização do trabalho transformaram os padrões da participação da força de trabalho em todo o mundo. Nesse processo, a virada do século marca o fim do século de homens trabalhadores em um sentido real e literal, de forma que as mulheres respondem por quase tantas “funções” quanto os homens (STANDING, 1999, p. 583).

E finalmente, no domínio do jornalismo nos BRICS, o bem-estar permanece baseado na liberdade de exercer a criatividade, no reconhecimento e aprovação do público e no uso da profissão para fazer avançar a justiça social.

Apesar dessas tendências diferentes relacionadas à digitalização (Tabela 1) e dados demográficos e de bem-estar de jornalistas do BRICS e na própria penetração das mídias digitais nesses países, este exercício de entendimento do contexto local da mídia on-line em diferentes aspectos da vida profissional dos jornalistas não deixa de ter o seu valor. Ele oferece uma referência para os países do BRICS, um ponto de partida para pesquisadores futuros que se interesse pelas mudanças e pela necessidade de se coletar de maneira mais direta as narrativas dos jornalistas sobre seus espaços de trabalho digitais, em particular sobre o seu envolvimento profissional/pessoal com este meio e sobre como essa interação impacta em sua vida profissional e pessoal.

NOTAS

- 1 Documentação principal sobre o BRICS está disponível em <http://www.nkibrics.ru/pages/brics-figures-and-facts> na página do comitê nacional russo para pesquisa do BRICS.
- 2 <http://uta.fi/cmt/tutkimus/BRICS.html>
- 3 A maior parte da descrição da amostra é tomada, literalmente, da “Nota editorial” escrita por Pasti e Ramaprasad (2015) para edição especial do *African Journalism Studies*, 2015, 36:3, que apresentou o primeiro relatório das descobertas empíricas do estudo dos jornalistas do BRICS, 2012-2015.

REFERÊNCIAS

- BOCZKOWSKI, P. J. **Digitalizing news**. Cambridge, MA: MIT Press, 2004.
- CHEN, S. & WANG, Q. Journalism history: China. In: VALDIVIA, A. N.; NERONE, J. (Orgs.), **The International Encyclopedia of Media Studies. Media History and the Foundations of Media Studies**. Volume 1. Malden: Wiley-Blackwell, 2013, pp. 296-309.

COLTA. Roskomnadzor started automatic monitoring of online media, 2015. Disponível em: < <http://www.colta.ru/news/9750> >. Acesso em: 16 Fev. 2016.

DANIELS, G. **State of the Newsroom: South Africa 2013: Disruptions and Transitions**. Johannesburg: WITS Journalism, University of the Witwatersrand, 2013.

DEUZE, M. The web and its journalism. **New Media and Society**, 5(4), pp. 203-30, 2003.

FICCI-KPMG. Shooting for the stars. Indian media and entertainment industry report, 2015. Disponível em: < <http://www.kpmg.com/inframes.com> >. Acesso em: 27 Mar. 2015.

HANITZSCH, T.; SEETHALER, J.; SKEWES, E. A.; ANIKINA, M.; BERGANZA, R.; CANGÖZ, I.; COMAN, M.; HAMADA, B.; HANUSCH, F.; KARADJOV, C. D.; MELLADO, C.; MOREIRA, S. V.; MWESIGE, P. G.; PLAISANCE, P. L.; REICH, Z.; NOOR, D. V.; YUEN, K. W. Worlds of Journalism: Journalistic Cultures, Professional Autonomy and Perceived Influences across 18 Nations. In: WEAVER, D. H.; WILLNAT, L. (Orgs.), **The Global Journalist in the 21st Century**. New York, NY: Routledge, 2012, pp. 473-494.

INTERNETLIVESTATS, 2014. Disponível em: < <http://www.internetlivestats.com/internet-users/> >. Acesso em: 16 Fev. 2016.

MCQUAIL, D. **McQuail's Mass Communication Theory**. 5a Ed. Portland: Ringgold Inc, 2005.

MILTON, V. C.; Fourie, P. J. South Africa: free media still in the making. In: NORDENSTRENG, K.; THUSSU, D.K. (Orgs.). **Mapping BRICS Media**. London: Routledge, 2015, pp.181-201

NORDENSTRENG, K.; THUSSU, D.K. (Orgs.). **Mapping BRICS Media**. London: Routledge, 2015.

NDLOVU, M. W. What is the state of South African journalism? **African Journalism Studies**, 36(3), pp. 114-138, 2015.

PAIVA, R.; GUERRA, M.; CUSTÓDIO, L. Professional, social and regulatory characteristics of journalism in online and traditional media in Brazil. **African Journalism Studies**, 36(3), pp.8-32, 2015.

PASTI, S., RAMAPRASAD, J., & NDLOVU, M. BRICS Journalists in Global Research. In: NORDENSTRENG, K.; THUSSU, D.K. (Orgs.). **Mapping BRICS Media**. London: Routledge, 2015, pp. 205-227.

PASTI, S.; J. RAMAPRASAD. Editorial: The BRICS journalist within the changing dynamics of the early 21st century, **African Journalism Studies**, 36(3), pp. 1-7, 2015.

PASTI, S.; GAVRA D.; ANIKINA, M. New news media in Russia: What is new?

African Journalism Studies, 36(3), pp. 33-60, 2015.

PASTI, S. Russian journalism as a social lift: comparing journalistic attitudes in the period 1992-2008. In: GLOWACKI, M.; LAUK, E.; BALCYTIENE, A. (Orgs.). **Journalism that Matters: Views from Central and Eastern Europe**. Frankfurt am Main: Peter Lang, 2014, pp.153-173.

PASTI, S.; CHERNYSH, M.; SVITICH, L. The Russian Journalists and Their Profession. In: WEAVER, D. H.; WILLNAT, L. (Orgs.), **The Global Journalist in the 21st Century**. New York, NY: Routledge, 2012, pp.267-282.

PASTI, S. **A Russian Journalist in Context of Change: Media of St. Petersburg** [in Russian]. Tampere: Tampere University Press, Media Studies, 2004.

PRESS TRUST OF INDIA. **Status of Women Journalists in India**. New Delhi: National Commission of Women, sd.

RAMAPRASAD, J., GUDIPATY, N.; VEMULA, R.K. Indian Journalists: Personal Passion, organizational dynamics and environmental forces. **African Journalism Studies**, 36(3), pp. 61-86, 2015.

SANJAY, B. P. Journalism and Mass Communication Education: An Assessment. **Asia Pacific Media Educator**, 22(1), pp. 115-126, 2012.

STANDING, G. Global Feminization Through Flexible Labor: A Theme Revised. **World Development**, 27(3), pp. 583-602, 1999.

THUSSU, D. K.; NORDENSTRENG, K. Introduction – Contextualizing the BRICS Media. In: K. NORDENSTRENG, K.; THUSSU, D.K. (Orgs.). **Mapping BRICS Media**. London: Routledge, 2015, pp. 1-22.

TOMASELLO, T. K.; LEE, Y.; BAER, A. P. New Media' research publication trends and outlets in communication 1990-2006. **New Media & Society**, 12(4), pp. 531-548, 2010.

WEAVER, D. H.; WILLNAT, L. Journalists in the 21st Century: Conclusions. In: WEAVER, D. H.; WILLNAT, L. (Orgs.), **The Global Journalist in the 21st Century**. New York, NY: Routledge, 2012, pp. 529-551.

WORLDS OF JOURNALISM STUDY. Disponível em: < <http://www.worldsofjournalism.org/> >. Acesso em: 16 Fev. 2016.

ZHANG, H.; SU, L.. Chinese Media and Journalists in Transition. In: WEAVER, D. H.; WILLNAT, L. (Orgs.), **The Global Journalist in the 21st Century**. New York, NY: Routledge, 2012, pp. 9-21.

ZHOU, R. XU, Y.; Li, X. Journalists in contemporary China: Evidence from Beijing, Shanghai, Guangzhou, and Wuhan. **African Journalism Studies**, 36(3), pp.87-113, 2015.

ANEXOS

Tabela 1 – Dez maiores países em uso da Internet (1o. de julho, 2014)

Classificação	País	Usuários da Internet	1 ano de Crescimento	1 ano de Crescimento de usuários	População total do país	1 ano de alteração da população (%)	Penetração (% da pop. com Internet)	Parcela do país na população mundial	Parcela do país em usuários mundiais da Internet
1	China	641.601.070	4%	24.021.070	1.393.783.836	0,59%	46,03%	19,24%	21,97%
2	Estados Unidos	279.834.232	7%	17.754.869	322.583.006	0,79%	86,75%	4,45%	9,58%
3	Índia	243.198.922	14%	29.859.598	1.267.401.849	1,22%	19,19%	17,50%	8,33%
4	Japão	109.252.912	8%	7.668.535	126.999.808	-0,11%	86,03%	1,75%	3,74%
5	Brasil	107.822.831	7%	6.884.333	202.033.670	0,83%	53,37%	2,79%	3,69%
6	Rússia	84.437.793	10%	7.494.536	142.467.651	-0,26%	59,27%	1,97%	2,89%
7	Alemanha	71.727.551	2%	1.525.829	82.652.256	-0,09%	86,78%	1,14%	2,46%
8	Nigéria	67.101.452	16%	9.365.590	178.516.904	2,82%	37,59%	2,46%	2,30%
9	Reino Unido	57.075.826	3%	1.574.653	63.489.234	0,56%	89,90%	0,88%	1,95%
10	França	55.429.382	3%	1.521.369	64.641.279	0,54%	85,75%	0,89%	1,90%

Fonte: Internet Live Stats (www.InternetLiveStats.com)

Svetlana Pasti (Juskevits) é pesquisadora sênior no Centro de Jornalismo, Mídia e Comunicação (COMET) da Universidade de Tampere desde 2012 e professora adjunta da Escola de Comunicação, Mídia e teatro da Universidade de Tampere desde 2013. Anteriormente, Pasti foi jornalista e editor da Rádio Murmansk, na Rússia, e pesquisadora em vários projetos relacionados a mídia e jornalismo na Rússia e na Europa Central pela Academia da Finlândia, pelo Ministério da Educação Finlandês e pela União Europeia. Ela é autora dos livros: *A Russian Journalist in Context of Change: Media of St. Petersburg* (2004), *The Changing Profession of a Journalist in Russia* (2007), de outros dez capítulos de livro e de vários artigos publicados em revistas de avaliação por pares, incluindo o *European Journal of Communication* e *Nordicom Review*.

Jyotika Ramaprasad é professora na Escola de Comunicação da Universidade de Miami. Sua pesquisa foca os estudos do jornalismo e a comunicação para a mudança social. Seus trabalhos sobre o jornalismo na Ásia e na África foram publicados em periódicos como *Gazette*, *The Harvard International Journal of Press/Politics* e *Asian Journal of Communication*. Seus trabalhos no campo da comunicação para a mudança social foram publicados em *Social Marketing Quarterly* e *Journal of Health and Mass Communication*. Ramaprasad ensina e faz consultorias no campo da comunicação para a mudança social.

RECEBIDO EM: 04/01/2016 | ACEITO EM: 12/02/2016