



FlexMediaLives: o uso de perfis no LinkedIn para descrever carreiras no mundo do jornalismo

Jacques Mick¹
Andressa Kikuti²
Gilles Bastin³

Resumo:

O artigo descreve e reflete criticamente sobre a metodologia de pesquisa de carreiras profissionais de jornalistas adotada no projeto de investigação comparativa internacional flexMediaLives. O estudo, que envolve cooperação entre universidades do Brasil e da França, recolhe perfis de jornalistas publicados no LinkedIn para reconstruir trajetórias individuais, agregá-las por semelhança e interpretar as estratégias adotadas pelos profissionais no contexto que combina crise econômica e transformações estruturais do ofício. A pesquisa se soma ao conjunto de investigações sobre trajetórias

¹ Professor dos programas de Pós-Graduação em Jornalismo e em Sociologia e Ciência Política da Universidade Federal de Santa Catarina. Coordenador do Laboratório de Sociologia do Trabalho - LASTRO. E-mail: jacques.mick@ufsc.br

² Doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), onde estuda trajetórias profissionais de mulheres jornalistas. Bolsista Capes. Pesquisadora dos grupos de pesquisa Flexmedia Lives, GPSJor e objETHOS. Mestre e bacharel em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). E-mail: andressakikuti@gmail.com

³ Professor de Sociologia do Instituto de Estudos Políticos de Grenoble, co-diretor da escola de Jornalismo de Grenoble e coordenador do laboratório PACTE. E-mail: gilles.bastin@sciencespo-grenoble.fr

profissionais de jornalistas que têm o objetivo de compreender a profissão desde uma perspectiva diacrônica, com vistas a superar os limites de estudos sincrônicos (como as pesquisas de perfil sociodemográfico, por exemplo).

Palavras-chave: Sociologia do jornalismo; Metodologia de pesquisa; Big data; Trajetórias profissionais; LinkedIn

Apresentação do problema de pesquisa

Poucos mercados de trabalho tiveram evolução similar, ao longo do século 20, à que afetou o mercado dos jornalistas. No início do século 20, na maioria dos países, jornalistas vivenciavam condições de trabalho muito precárias, como mostra o primeiro estudo comparativo realizado com jornalistas pela Organização Internacional do Trabalho ao final da década de 1920 (ILO, 1928). Foi somente após um lento processo de profissionalização (significando, entre outras coisas, codificação ética do jornalismo e proteção de jornalistas contra o amadorismo), com o desenvolvimento de novas mídias no setor audiovisual, a expansão da imprensa escrita (principalmente por conta das revistas e da imprensa especializada) e o crescimento das organizações de mídia que as oportunidades de emprego no setor se multiplicaram e as condições de trabalho melhoraram. Outro estudo comparativo da OIT, publicado em 1984, pode ser utilizado como um marco para mostrar os avanços nas condições de trabalho de jornalistas no Ocidente em menos de um século (BOHÈRE, 1984).

No entanto, a crise na imprensa escrita, desde a década de 1990, e uma reconfiguração das relações entre trabalho amador e profissional na internet novamente contribuíram para a redução do número de postos para jornalistas na indústria de mídia. O desenvolvimento simultâneo da indústria de relações públicas (e de assessoria de imprensa) abriu novas oportunidades de trabalho para jornalistas, principalmente no meio ou no final da carreira, diminuindo a atratividade de uma trajetória inteiramente na mídia. Ao mesmo tempo, a expansão da oferta de cursos superiores de jornalismo modificou consideravelmente o perfil dos trabalhadores mais jovens (que tendem a ter, na maior parte dos países, níveis de qualificação mais altos que os veteranos, esperando então uma maior remuneração pelo seu trabalho). Empregos atípicos e carreiras como *freelancer* também ganharam relevância em muitos países: no início dos anos 2000, diziam respeito a mais de 30% dos jornalistas na indústria de mídia europeia (NIELS;

PEDERSINI, 2003) e a cerca de um quarto dos profissionais de mídia no Brasil (MICK; LIMA, 2013). Na Europa, os salários tendem a diminuir, de acordo com pesquisas conduzidas por sindicatos de jornalistas (EFJ-EURO-MEI, 2012), enquanto no Brasil, além da precarização do trabalho, também os níveis de emprego têm sido afetados (NICOLETTI; MICK, 2018). O status social dos jornalistas parece estar novamente desafiado na maioria dos países democráticos.

A precariedade do status profissional e, de forma geral, do trabalho de jornalistas hoje, contrasta com o imaginário social de “poder” associado a este grupo na maioria das sociedades. O sociólogo Max Weber, em sua conferência de 1919 sobre a profissão e vocação do político (“*Politik als Beruf*”), enfatizou a necessidade de um estudo sociológico sobre a discrepância entre o que os jornalistas percebem enquanto seu *status* social e o *status* que eles efetivamente têm. Ele aponta que os jornalistas não têm uma “classificação social fixa”, e os compara, em seu texto, com uma casta de párias (WEBER, 1946, 96). À época muitos jornalistas estavam submetidos a várias formas de segregação moral e social, passando por uma situação de total insegurança no trabalho, à mercê de demandas do que o sociólogo chamou de “mercado”, e sofrendo de uma frequente tensão interna provocada pelo contraste entre a insegurança no mercado e as representações comuns do suposto poder dessa profissão. “[O jornalismo] não é um caminho para todos, menos ainda para os de caráter fraco, especialmente aqueles que somente conseguem manter seu equilíbrio interior com uma posição segura de *status*” (WEBER, 1946, p. 98).

A pesquisa flexMediaLives pretende reexaminar empiricamente esse paradoxo do pária (BASTIN, 2013b), um século após Weber e com uma ambição comparativa. Como o número de oportunidades de emprego na indústria de mídia está declinando ou estagnado, o uso de *freelancers* está se espalhando dramaticamente em muitos países e a categoria enfrenta um processo de juvenilização, o tema do “projeto de vida e carreira” dos jornalistas tornou-se novamente um tópico central na maioria das sociedades democráticas. Daí a relevância de realizar uma análise longitudinal dos modelos de carreira dos jornalistas na indústria de mídia – não somente estudos de caso em nível macro – para entender o que impulsiona indivíduos ao jornalismo, como eles entram no mercado de trabalho de mídia e o que frequentemente os afasta deste.

O projeto colabora não somente para a compreensão da forma como o jornalismo funciona enquanto atividade profissional, mas também para muitas atividades que dependem de condições de emprego atípicas, como *freelancing*, e

experimentam novas formas de trabalho digital que reduzem drasticamente a possibilidade de grupos profissionais manterem seu controle sobre segmentos específicos de trabalho (ABBOTT, 1988). Além disso, contribui para um melhor entendimento (e com base empírica) de um questão democrática muito importante: a da qualidade dos produtos do setor de mídia. De fato, assegurar trajetórias biográficas neste setor é importante para garantir que profissionais experientes e bem treinados possam lidar, por longo tempo, com a informação de interesse público. Estudos recentes nos Estados Unidos, na França e no Brasil apontam que as carreiras de jornalistas são curtas na maior parte dos casos (WEAVER; WILLNAT, 2012; BASTIN, 2013a; PONTES; MICK, 2018), fenômeno menos visível que a longevidade das carreiras dos profissionais proeminentes (MICK; ESTAYNO, 2018).

Propomos detalhar as mudanças na indústria de mídia observando as carreiras profissionais daqueles que trabalham nela. A hipótese na qual o projeto se baseia é de que mundos sociais – como a indústria de mídia – são caracterizados por sua capacidade variável de “atrair” indivíduos (STRAUSS, 1978) e mantê-los dentro de sua órbita. Em outras palavras, mundos sociais podem ser morfologicamente caracterizados por sua capacidade de produzir “convergência” (ABBOTT, 2001) na carreira profissional dos atores ou, pelo contrário, favorecer sua “divergência” (BASTIN, 2012). Os fenômenos de divergência podem acabar distanciando-os das atividades centrais do mundo social considerado. Isso implica questões importantes ligadas à continuidade desse mundo social, como a de socialização de jovens aprendizes em organizações de mídia que perdem – através da divergência – seus funcionários experientes (GRUGULIS; STOYANOVA, 2011) ou a qualidade da produção.

Propomos reunir e processar conjuntos de novos dados que nos ajudarão a analisar a evolução da atratividade da indústria de mídia jornalística para os jornalistas que nela atuam. Estamos particularmente interessados nas seguintes questões:

- Podemos identificar regularidades históricas nos padrões de carreira típicos dos jornalistas? Se sim, como é muito provável, pode-se isolar um efeito de geração que diferenciaria jornalistas de acordo com o momento em que entraram no mercado de trabalho?
- Que fatores explicam a divergência em carreiras profissionais na indústria de mídia? Que papel aí desempenham o gênero, a raça-cor, o nível de qualificação e tipo de formação, o ponto de entrada na indústria de mídia e o tipo de mídia na qual o indivíduo trabalha?

- Até que ponto os meios pelos quais o mundo da mídia é regulado por autoridades públicas (como a regulação da formação profissional, o apoio financeiro ao mercado de trabalho, o ambiente legal e a regulação do contrato de trabalho, etc.) e pela profissão de jornalismo (particularmente a regulação deontológica) têm um impacto nos modelos de carreira? A regulamentação leva a um aumento ou a uma diminuição de divergência?
- Como a dimensão vocacional do jornalismo interage com o fato de que as carreiras tendem a ser menos regulares na indústria de mídia e o trabalho mais atípico, portanto menos regulado por lógicas corporativas ou profissionais?

Para responder estas questões, o flexMediaLives é baseado em: 1) uma estratégia de metodologia mista, digital e inovadora em ciências sociais, que conduzirá à constituição e análise de grandes bancos de dados contextuais e de carreira; 2) uma abordagem comparativa à questão de condução de vida de jornalistas em dois países bastante diferentes no que diz respeito ao mercado de trabalho para esses profissionais: França e Brasil.

O objetivo deste artigo é apresentar a pesquisa comparativa internacional flexMediaLives, e está dividido em quatro partes: na primeira, apresentamos o problema de pesquisa; depois, um estado da arte sobre o tema; na terceira parte propomos uma reflexão crítica sobre a metodologia, que utiliza coleta e análise de *big data*; e na última exploramos uma abordagem comparativa para estudos sobre as carreiras de profissionais jornalistas.

Um estado da arte do tema

No início da década de 1970, Hebert Gans qualificou a pesquisa de mídia em ciências sociais como em um estado de escassez devido, de acordo com ele, ao estado epistemológico do objeto, frequentemente visto de forma depreciativa pela Academia mas ainda muito próximo a ela (GANS, 1972). Assim, estudos sobre a mídia por muito tempo desprezaram o mundo da mídia, demonstrando uma clara propensão à teorização, e as questões dominantes foram continuamente focadas em torno do impacto do conteúdo da mídia. A combinação destas características fez com que se evitasse os temas relativos à economia política da informação e os que tratam das condições a partir das quais o conteúdo da mídia é produzido (JANOWITZ; SCHULZE, 1961). O mundo da mídia permaneceu a uma certa distância das questões que nos permitiriam entender como a oferta de empregos no setor é distribuída, como essa oferta interage com a

demanda, as ligações entre formação e emprego, o enquadramento legal de contratos de trabalho e a organização de carreiras profissionais. Como os mundos da arte ou do conhecimento, esse sempre foi um verdadeiro desafio para análises sociológicas (FREIDSON, 1986).

Toda uma série de investigações tem, desde então, preenchido essa lacuna identificada por Gans. No entanto, é surpreendente perceber que a maior parte das pesquisas não tem se concentrado na análise das condições de trabalho dos jornalistas. Duas outras direções têm sido exploradas com mais frequência. A primeira é a etnografia do mundo da mídia e análises pontuais de práticas neste mundo (BOYER; HANNERZ, 2006; COTTLE, 2007). A segunda é a sociologia do grupo profissional dos jornalistas. Muitas investigações focaram particularmente na discussão de se o grupo profissional dos jornalistas corresponde ao modelo das profissões estabelecidas e no processo de profissionalização desse grupo (ALDRIDGE; EVETTS, 2003). A pesquisa então concentrou-se mais em grupos (organizações de trabalhadores ou empregadores) do que nos “profissionais da informação” (HARDT; BRENNEN, 1995) e, de uma forma geral, nos indivíduos que “exercem” a atividade de jornalista (DICKINSON, 2007) juntamente com suas condições de emprego ou de plano de carreira (ÖRNEBRING, 2010). Algumas pesquisas desenvolveram um considerável “midiacentrismo”, reproduzindo por consequência a limitação nativa de categorias profissionais, apesar da natureza em contínua evolução destas (MICK; SCHMITZ, 2017).

Sob o impacto das mudanças recentes na indústria de mídia, só recentemente as pesquisas empíricas tem sido focadas na convergência desta indústria em direção a novas formas de trabalho flexível em uma escala internacional. O desenvolvimento de trabalho *freelance* foi particularmente bem documentado na Europa (BAINES, 1999; STOREY et al., 2005), assim como a difusão de formas de contratação atípicas (WALTERS et al., 2006). Outras investigações destacaram o crescente número de habilidades exigidas de novos aprendizes (ANTCLIFF et al., 2007), os baixos níveis de remuneração (DEAR, 2004), o uso competitivo de redes (ANTCLIFF et al., 2007), o marketing pessoal e a difusão de um “*ethos* competitivo” entre protagonistas nos mundos da mídia (EHRlich, 1995). Esse tipo de pesquisa também remonta ao recorrente debate sobre a fronteira entre amadorismo e profissionalismo na mídia (FLICHY, 2010; LEADBEATER; MILLER, 2004; VAN DIJCK, 2009).

Tais estudos salientam a necessidade de reavaliar as ligações que unem mercados, profissão e organizações na indústria de mídia. Pesquisas sobre a oposição entre mercados profissionais e mercados de trabalho internos (EYRAUD; MARSDEN; SILVESTRE, 1990) sublinharam que estes últimos estão atualmente em declínio, principalmente nos mundos cultural, de conhecimento e de mídia (MARSDEN, 2007). Isso inevitavelmente implica uma deterioração das condições de trabalho para aqueles que entram na profissão e um aumento no uso de processos de competição para o ingresso nas principais corporações (MENGER, 2009), exacerbados pelo cada vez mais generalizado uso de estágios na mídia, um *pool* de graduados que só podem aspirar a uma posição mais estável depois de vários anos de empregos pouco remunerados (SALES, 1998), isso se não forem “esgotados” antes (REINARDY, 2011). Os mercados de trabalho na indústria de mídia tornaram-se “transitórios” (HAAK; SCHMID, 2001; SCHMID, 2002) ou “incertos” (PILMIS, 2008). Por essa razão, no Brasil, os estudos de Fabio Pereira (2012, 2014) destacaram a importância de recorrer ao conceito de carreira para compreender melhor os jornalistas e o jornalismo.

No que diz respeito à dimensão comparativa deste projeto, infelizmente, trajetórias de carreira são tópicos raramente presentes em estudos comparativos sobre jornalistas. Recentes análises sobre esse tipo de investigação (ESSER; HANITZSCH, 2012; WAHL-JORGENSEN; HANITZSCH, 2008; LÖFFELHOLZ; WEAVER, 2008) descobriram que as comparações se multiplicaram nos últimos 20 anos, focando em temas como valores, culturas, *newsmaking*, estrutura de propriedade da mídia, relações com o Estado – mas a carreira dos jornalistas é raramente mencionada. Ao invés disso, as pesquisas centraram-se nos valores profissionais, tendendo a não mostrar nenhuma emergência clara de uma cultura jornalística global (MICK, 2017). Weaver (1998b) organizou e coletou pesquisas relevantes acerca do jornalismo em 21 países, e reuniu informações sobre 20,280 jornalistas. Desde então, pesquisadores tentam resolver o enigma do autor, que diz: “Há fortes diferenças nacionais que prevalecem sobre quaisquer valores ou regras universais do jornalismo no mundo” (WEAVER, 1998a, p. 473). Além disso, padrões e similaridades ou diferenças não são “claramente classificáveis em algumas das mais comuns dimensões políticas ou culturais” (id., Ib., p. 479). Numa comparação atualizada feita em 2012, que analisou 31 países, Weaver percebeu que as interpretações divergentes quanto à coleta de informações entre jornalistas “provavelmente” têm mais a ver com normas culturais e tradições jornalísticas de cada país do que com seu respectivo sistema político e/ou região

geográfica. Assim, as diferenças entre o propósito e função (papel) do jornalismo seriam “mais intimamente ligadas ao sistema político do que à sua cultura” (WEAVER; WILLNAT, 2012, p. 545).

A maior parte dos estudos de décadas recentes sofre de lacunas nas discussões metodológicas e carecem de conexões entre dados empíricos e conceitos ou abordagens teóricas (HANITZSCH, 2008; LIVINGSTONE, 2003). Além disso, apesar de sua orientação cultural ou política, “a maioria das investigações comparativas na pesquisa de jornalismo não é baseada em estudos interculturais e feitos sob medida, mas na análise em segunda mão dos dados de estudos de um único país” (HANITZSCH, 2008, p. 93). Deste modo, a maioria dos estudos realizados tem suposições subjacentes que podem ser criticadas: como regra geral, eles desenvolvem tipos ideais (modelos) a partir dos quais estruturam investigações de base funcionalista. Albuquerque (2012) percebeu, por exemplo, que nesses estudos

as categorias de análise parecem fortemente influenciadas por expectativas que fazem todo o sentido no contexto do jornalismo [norte] americano, mas não necessariamente em outros países. Por exemplo, os questionários sobre o papel profissional dos jornalistas se baseiam em sete categorias: relatar as notícias rapidamente, providenciar análise, ser um cão de guarda do governo, proporcionar acesso do público a informações, proporcionar entretenimento, relatar as notícias de forma acurada ou objetiva e ser membro de uma organização jornalística. Não apenas tais categorias ignoram uma série de outras possibilidades igualmente relevantes [...] como elas não são necessariamente interpretadas do mesmo modo em diferentes contextos. (ALBUQUERQUE, 2012, p.15)

Uma metodologia para coleta e análise de big data

Entre as barreiras que há muito ficaram no caminho do conhecimento sobre o emprego na indústria da mídia estão as questões metodológicas. A maior parte dos dados atualmente disponíveis sobre o mercado de trabalho dos jornalistas na França vem das organizações de jornalismo profissional. Esses dados levaram ao mapeamento da sociografia da profissão na França (DEVILLARD, et al., 2001; LETEINTURIER, 2003; LETEINTURIER; MATHIEN, 2010), mas partem de uma definição bastante restrita de quem trabalha no mundo da mídia (baseada na filiação a uma organização ou na posse de uma carteira profissional) e não permitem a descrição de carreiras inteiras. Eles não incluem, por exemplo, atividades não-jornalísticas, e não permitem o monitoramento de indivíduos depois de saírem da profissão. No Brasil, *surveys*

realizados em 2012 e 2017 permitiram monitorar, pela primeira vez, mudanças longitudinais em escala mais ampla (MICK; LIMA, 2013; PONTES; MICK, 2018; MICK; ESTAYNO, 2018), mas outros pesquisadores haviam se dedicado a refletir sobre trajetórias em termos conceituais ou baseados em relatos biográficos de indivíduos proeminentes.

O desenvolvimento de redes sociais profissionais como o LinkedIn, nas quais indivíduos podem expor seu *curriculum vitae*, nos permite desenvolver uma abordagem de pesquisa pertinente às questões com as quais lidamos no projeto flexMediaLives. Os perfis do LinkedIn contêm muita informação relevante sobre os vários empregos de seus autores, além de alguma informação sobre o próprio agente. A confiabilidade dessas informações é razoável, uma vez que podem ser monitoradas e contestadas tanto por pares quanto por antigos, atuais ou potenciais empregadores. O alcance é notável: no Brasil, em 2019, mais de 60 mil perfis de jornalistas estavam disponíveis a partir de buscas localizadas as capitais das Unidades da Federação – pouco menos da metade dos 145 mil profissionais estimados em 2012 (MICK; LIMA, 2013). Utilizar essas informações será vantajoso para traçar uma descrição de carreiras profissionais que não dependa de métodos de pesquisa discutíveis e de alcance limitado (em 2014, o LinkedIn atingiu a marca de 300 milhões de usuários; os jornalistas foram particularmente visados pela rede, e centenas de milhares deles a utilizam).

Uma investigação inicial sobre essa rede foi conduzida por Gilles Bastin na França entre 2010 e 2012 utilizando uma amostra de 1171 jornalistas (ou ex-jornalistas) franceses cujos perfis foram coletados do LinkedIn. Esse projeto inicial abriu caminho para a definição de um protocolo de codificação de dados (BASTIN, 2015) e apontou alguns resultados sobre o efeito do gênero nas carreiras (BASTIN, 2013a). flexMediaLives vai explorar um nível mais elevado de coleta de dados, baseado na coleta automática de informação de forma “netnográfica” (KOZINETS, 2009) ou de “humanidades digitais” (SVENSSON, 2010), ou seja, com o auxílio de aplicações de TI capazes de explorar novas fontes de dados na internet e extrair informação pertinente dessas fontes. O grupo de trabalho *media.corpus* no laboratório de pesquisa *Pacte* (<http://mediacorporus.hypotheses.org>), parceiro francês do projeto, adquiriu considerável *expertise* nesse campos de pesquisa, que tem sido de grande utilidade para este projeto, seja na extração estruturada de dados da internet (PAPA; FRANCONY, 2011) ou nos aspectos éticos das técnicas de pesquisa (um dos pontos fortes do *Pacte*). Ferramentas para analisar e recuperar centenas de perfis de jornalistas no LinkedIn foram

desenvolvidas no *Pacte* com o uso de uma metodologia de auto-extração de dados (BASTIN; FRANCONY, 2013). Elas permitem obter informação confiável das páginas de jornalistas no LinkedIn, normalizar essa informação e ajudar a codificá-la com métodos de agrupamento. Esse tipo de ferramenta tende a ganhar importância nas ciências sociais em um futuro próximo (LOPS et al. 2011; DAI et al. 2015). A metodologia já foi testada com êxito no caso da França e trabalhamos por três anos com os parceiros franceses para replicar a metodologia no Brasil.

Foram produzidos dois bancos de dados, com estratégias diferentes de coleta. O primeiro, restrito à Região Sul do Brasil, é uma amostra aleatória representativa dos perfis publicados por jornalistas residentes nas três cidades mais populosas de cada um dos três estados: Curitiba, Londrina e Maringá (PR); Joinville, Florianópolis e Blumenau (SC); Porto Alegre, Caxias do Sul e Pelotas (RS). As buscas permitiram localizar 10.369 perfis (2975 de SC, 3864 do RS e 3530 do PR). A amostra foi então composta por 567 perfis, distribuídos proporcionalmente por estado (210 no RS, 193 no PR, 164 em SC). A margem de erro da amostra é de 4%, num intervalo de confiança de 95%. Perfis de não-jornalistas equivocadamente colhidos a partir da ferramenta de busca do LinkedIn foram substituídos por jornalistas, o que assegura que a base é totalmente de profissionais da área e constitui um parâmetro para avaliar a consistência dos resultados da outra base de dados.

O segundo banco de dados foi produzido por coleta automatizada, utilizando um algoritmo programado pela equipe da Universidade de Grenoble. Esse algoritmo combinou palavras-chave para relativas à profissão (jornalistas, editor/a, repórter, fotógrafo/a etc.), aos tipos de mídia (rádio, jornal, online, televisão etc.) e às 200 cidades mais populosas do Brasil. O resultado, concluído no início de 2020, foi uma base com 10.001 perfis, dos quais 3.550 são perfis relevantes, com trajetória profissional identificada com a profissão.

Com relação aos métodos de análise de perfis de carreira, a pesquisa utiliza o *software* TraMineR, o qual permite que dados longitudinais sejam analisados no ambiente estatístico R. Os perfis brasileiros poderão ser comparados, futuramente, com bancos de dados produzidos com a mesma técnica de pesquisa na França, no Reino Unido e na Bélgica (18.384, 2.941 e 2.660 perfis, respectivamente).

O programa científico está organizado da seguinte maneira:

- *Fase 1* (concluída em 2019): coordenação de ambas as equipes sobre a ética e a metodologia da coleta de dados. O protocolo de extração automática dos perfis

do LinkedIn será desenvolvido e testado no caso brasileiro como já foi feito na França; a conformidade da metodologia às regulamentações de proteção de dados na França e no Brasil será validada.

- *Fase 2* (concluída no início de 2020): coleta de dados. Seleção semi-automática dos perfis do LinkedIn com cerca de 20.000 perfis coletados no Brasil e na França; coleta manual de dados representativa de perfis do LinkedIn alimentados por jornalistas nas nove cidades mais populosas da Região Sul.
- *Fase 3* (início em setembro de 2020): análise de dados. Constituição de um banco de dados de variáveis contextuais em ambos os países sobre a configuração da indústria de mídia desde a década de 1980 nos dois países); a interpretação das trajetórias será desenvolvida a partir da base de dados sobre carreiras profissionais. As equipes de pesquisa se reunirão regularmente durante esta fase, para assegurar boa interação entre os vários grupos de pesquisa. Um seminário de pesquisa está previsto para novembro de 2020 em Grenoble.
- *Fase 4* (2021 e 2022): disseminação. Publicação dos resultados científicos em revistas especializadas. Criação de um *website* dedicado a garantir uma disseminação mais ampla dos resultados e acesso aos dados através de ferramentas de visualização especificamente desenvolvidas (de acordo com o plano de gerenciamento de dados). Seminários de treinamento, planejados juntamente com organizações de profissionais da mídia. Organização de uma conferência internacional de encerramento, com pesquisadores de outros países interessados em participar do projeto comparativo.

A estrutura em etapas do projeto foi planejada para assegurar que as questões éticas e metodológicas relativas particularmente à dimensão de *big data* serão enfrentadas. Para garantir uma boa gestão da dimensão comparativa do projeto, nós optamos também por não separar as etapas lideradas por pesquisadores franceses e brasileiros.

Uma abordagem comparativa sobre as carreiras profissionais de jornalistas

Os jornalistas enquanto grupo profissional têm sido pouco estudados comparativamente na sociologia (BOURGEAULT et al., 2009). Análises comparativas

têm sido realizadas em pesquisas sobre mídia ou em um nível macrosocial, contrastando “sistemas de mídia” a partir de variáveis amplas como a ligação entre a mídia e a política em diferentes países (HALLIN; MANCINI, 2004), ou em um nível cultural, comparando valores deontológicos de jornalistas em vários países (HANITZSCH et al., 2011, 2012; MELLADO et al., 2016a, 2016b). A primeira abordagem foi criticada por sua falta de um entendimento aprofundado dos contextos nacionais utilizados para comparação (HALLIN; MANCINI, 2012). A segunda tem como foco opiniões autodeclaradas e percepções, e acaba por depender de categorias que podem ser evidentes para o pesquisador, mas não para as pessoas que respondem à pesquisa. Ambos os tipos de estudo são vulneráveis à crítica de serem orientados por esquemas de classificação implícitos (etnocêntricos).

Nossa abordagem irá responder ao crescente interesse da comunidade acadêmica por comparação nas análises da indústria de mídia (AIM RESEARCH CONSORTIUM, 2007; ÖRNEBRING, 2009). Pretendemos também preencher um vazio no caso francês, pois ele não é nem parte do panorama internacional elaborado em 2006 pela Federação Internacional de Jornalistas (WALTERS, WARREN and DOBBIE, 2006), nem do projeto comparativo “*Worlds of Journalism*”, dirigido por T. Hanitzsch na Universidade de Munique (HANITZSCH, et al., 2011). Nosso objetivo é também evitar as críticas dirigidas aos esforços anteriores ao: a) focar em um nível morfológico de análise (BENSON, 2005) e comparar carreiras profissionais ao invés de valores profissionais; b) favorecer interpretações aprofundadas através da constituição de um grupo de pesquisadores igualmente interessados no projeto e que irão contribuir com seus conhecimentos de contextos locais; c) não utilizar dados produzidos como respostas a uma lista de questões sempre discutíveis quando se trata de comparações internacionais, mas priorizar registros dos próprios usuários (com seu próprio vocabulário e categorias).

Essa análise de trajetórias de carreiras na indústria de mídia será possível pela cooperação de duas equipes de pesquisadores que têm boa experiência em análise de carreiras, utilizando os mesmos tipos de dados e as mesmas ferramentas. O projeto pode ser o primeiro passo para um esquema comparativo mais amplo, que poderia incluir outros países europeus (especialmente Portugal, Dinamarca, Alemanha e Grã Bretanha) e da América Latina (em especial Argentina, Chile, Colômbia e México). Nosso objetivo é também poder contrastar países que são geralmente opostos quando se trata do papel dos mercados profissional e interno (EYRAUD, MARSDEN e SILVESTRE,

1990) e nos quais as ligações entre formação e emprego são organizadas de formas diferentes (BAUMANN, 2002; 2003). O LinkedIn é utilizado em todos esses países. Escolher a França e o Brasil para um primeiro esforço de comparação das trajetórias de vida dos jornalistas é bastante desafiador porque as indústrias de mídia dos dois países – apesar de similaridades gerais em sua estrutura e nas características da audiência – diferem em muitos sentidos. Os números de circulação e emprego claramente opõem a França (onde o número de jornalistas começou a diminuir em 2009 como consequência da queda na circulação e da renda proveniente de publicidade) e o Brasil (que até 2014 experimentava, como a maioria dos países sul-americanos, um mercado de mídia dinâmico, tanto para emissoras de TV quanto para jornais, beneficiado por uma economia então em crescimento e pela ascensão social de cerca de 40 milhões de brasileiros). Os dois países podem ainda ser contrastados de outras maneiras. A relação entre o sistema educacional e o mercado de trabalho para jornalistas é, por exemplo, muito mais forte no Brasil: em 2012, 89% dos jornalistas brasileiros tinham diploma na profissão, e mais de 300 cursos de graduação eram oferecidos no país. Na França, a formação de jornalistas é menos desenvolvida, com somente 15 escolas reconhecidas como oferecendo um currículo satisfatório, e apenas 50,6% de novos profissionais com carteira tendo passado por formação em jornalismo em 2008. O grupo de atividades definidas como “jornalismo” também difere. No Brasil existem mais de 60 mil jornalistas trabalhando fora da mídia e em atividades que, em outros países como a França, não são consideradas jornalismo (como assessoria de imprensa, consultoria ou ensino de jornalismo nas universidades). Por fim, o contexto político também é distinto. A importância de emissoras de TV cujos proprietários são famílias, intimamente ligadas às elites sociais, econômicas e políticas no Brasil, influenciam as trajetórias de vida dos jornalistas. Com sua autonomia fortemente prejudicada pela configuração do sistema de mídia no país, os jornalistas vivem um dia-a-dia de contradições: eles fazem parte de um mercado de trabalho forte, que é tecnologicamente avançado em muitos sentidos, principalmente nas áreas metropolitanas do sudeste e do sul, mas por conta de uma forte concentração de mídia em poucos conglomerados seu trabalho (ou da vulnerabilidade da mídia local a poderes econômicos ou políticos) pode tornar-se incompatível com os valores democráticos associados às liberdades de expressão e de imprensa.

Referências bibliográficas

- AIM Research Consortium. Reporting and Managing European News: Final Report of the Project Adequate Information Management in Europe 2004–2007. Bochum/Freiburg: Projekt Verlag, 2007.
- ABBOTT, A. The System of Professions: an Essay on the Division of Expert Labor. Chicago: University of Chicago Press, 1988.
- ABBOTT, A. Time matters: on theory and method. Chicago: University of Chicago Press, 2001.
- ALBUQUERQUE, A. O paralelismo político em questão. Revista Compólitica, v. 2, n. 1, ed. julho-agosto, p. 5-28, 2012.
- ALDRIDGE, M; EVETTS, J. Rethinking the concept of professionalism: the case of journalism. The British Journal of Sociology, v. 54, n. 4, p. 547-564, 2003.
- ANTCLIFF, V.; SAUNDRY, R., STUART, M. Networks and social capital in the UK television industry: The weakness of weak ties. Human Relations, v. 60, n. 2, p. 371-393, 2007.
- BAINES, S. Servicing the Media: Freelancing, Teleworking and “Enterprising” Careers. New Technology, Work and Employment, v. 14, n. 1, p. 18-31, 1999.
- BASTIN, G. Linked(in) Journalism: Convergence and divergence in newsmen’s career patterns. European Communication Research and Education Association. Istanbul, 2012.
- BASTIN, G. Newswriters and their gendered careers. Textual and Visual Media, v. 5, p. 17-30, 2013a.
- BASTIN, G. Paradox of the Pariah: Toward a Weberian Understanding of Modern Journalism. Max Weber Studies, v. 13, p. 216, 2013b.
- BASTIN, G. Analyser les carrières de journalistes dans les mondes de l’information: propositions pour une enquête indirecte sur le réseau LinkedIn. In: LETEINTURIER, C.; FRISQUE, C. (Eds.). Saisir les espaces professionnels des journalistes: Des corpus quantitatifs aux analyses qualitatives. Paris: Presses de l’Université Paris II Assas, 2015.
- BASTIN G.; FRANCONY, J. M. Extraction de données de carrières des réseaux sociaux professionnels pour l’analyse longitudinale: le cas des journalistes sur LinkedIn. Séminaire Media.Corpus. Laboratoire Pacte, Grenoble, 6 dez 2013.
- BAUMANN, A. Informal labour market governance: the case of the British and German media production industries. Work, employment & society, v. 16, n. 1, p. 27-46, 2002.
- BAUMANN, A. Path-dependency or Convergence? The emergence of labour market institutions in the media production industries in the UK and Germany. European University Institute, 2003.
- BENSON, R. Mapping field variation: journalism in France and the United State. In: BENSON, R.; NEVEU, E. (Orgs.). Bourdieu and the journalistic field. Malden, Cambridge: Polity Press, p. 85-112, 2005.
- BOHÈRE, G. Profession: Journalist. A Study on the working conditions of journalists. Geneva: International Labour Organization, 1984, 177 p.
- BOURGEAULT, I. L.; BENOIT, C.; HIRSCHKORN, K. Introduction: Comparative Perspectives on Professional Groups Current Issues and Critical Debates. Current Sociology, v. 57, n. 4, p. 475-485, 2009.
- BOYER, D.; HANNERZ, U. Introduction: Worlds of journalism. Ethnography, v. 7, n. 1, p. 5-17, 2006.
- COTTLE, S. Ethnography and news production: New (s) developments in the field*. Sociology Compass, v. 1, n. 1, p. 1-16, 2007.
- DAI, K.; NESPEREIRA, C. G.; VILASIAN, A. F.; REDONDO, R. P. D. “Scraping and clustering techniques for the characterization of LinkedIn profiles”. Disponível em: <http://airccj.org/CSCP/vol5/csit53201.pdf> . Acesso em: abr. 2015.

- DEAR, J. Half of UK Journalists Paid below Average Wage. National Union of Journalists, 2004.
- DEVILLARD, V.; LAFOSSE, M. F.; LETEINTURIER, C.; RIEFFEL, R. Les journalistes français à l'aube de l'an 2000: profils et parcours. Université Panthéon-Assas,(Paris II), 2001.
- DICKINSON, R. Accomplishing Journalism: Towards a Revived Sociology of a Media Occupation. *Cultural Sociology*, v. 1, n. 2, p. 189-208, 2007.
- EHRlich, M.C. The competitive ethos in television newswork. *Critical Studies in Media Communication*, v. 12, n. 2, p. 196-212, 1995.
- ESSER, F.; HANITZSCH, T. (eds.). *Handbook of comparative communication research*. Nova York; Londres: Routledge, 2012.
- EFJ-EURO-MEI. European Federation of Journalists and European Division of the Media and Entertainment International. *Mapping Changes in Employment in the Journalism and Media Industry*, 2012, 82 p.
- EYRAUD, F.; MARSDEN, D.; SILVESTRE, J.-J. Occupational and internal labour markets in Britain and France. *International Labour Review*, v. 129, n. 4, p. 501-517, 1990.
- FLICHY, P. *Le sacre de l'amateur*. Paris: Seuil, 2010.
- FREIDSON, E. Les professions artistiques comme défi à l'analyse sociologique. *Revue française de sociologie*, v. 27, n. 3, p. 431-443, 1986.
- GANS, H. The Famine in American Mass-Communications Research : Comments on Hirsch, Tuchman, and Gecas. *American Journal of Sociology*. Vol. 77, No. 4 (Jan., 1972), pp. 697-705.
- GRUGULIS, I.; STOYANOVA, D. The missing middle: communities of practice in a freelance labour market. *Work, employment & society*, v. 25, n. 2, p. 342-351, 2011.
- HAAK, C.; SCHMID, G. Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten: Modelle der künftigen Arbeitswelt?. *Leviathan*, v. 29, n. 2, p. 156-178, 2001.
- HARDT, H.; BRENNEN, B. *Newsworkers: Toward a History of the Rank and File*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1995.
- HALLIN, D.; MANCINI, P. *Comparing Media Systems: Three models of media and politics*. Cambridge-Nova York: Cambridge University Press, 2004.
- HALLIN, D. C.; MANCINI, P. Comparing media systems: a response to critics. In: ESSER, F.; HANITZSCH, T. (eds.). *Handbook of comparative communication research*. Nova York; Londres: Routledge, 2012, p. 301-334.
- HANITZSCH, T. et al. Mapping Journalism Cultures across Nations: A Comparative Study of 18 Countries. *Journalism Studies*, v. 12, n. 3, p. 273-93, 2011.
- HANITZSCH, T. et al. Worlds of journalism: journalism cultures, professional autonomy, and perceived influences across 18 nations. In: WEAVER, D. H.; WILLNAT, L. (eds). *The Global Journalist in the 21st Century: News People Around the World*. Nova York: Routledge, p. 473-494, 2012.
- ILO – International Labor Office. *Conditions of Work and Life of Journalists*. Geneva: Etudes et Documents, Série L, 1928, 221 p.
- JANOWITZ, M.; SCHULZE, R. Tendances de la recherche dans le domaine des communications de masse. *Communications*, v.1, n. 1, p. 16-37, 1961.
- KOZINETS, R.V. *Netnography: Doing ethnographic research online*. Sage Publications Limited, 2009.
- LEADBEATER, C.; MILLER, P. *The Pro-Am Revolution: How enthusiasts are changing our economy and society*. Londres: Demos, 2004.
- LETEINTURIER, C. L'hétérogénéité des journalistes. *Hermès*, n. 35, p. 35-48, 2003.
- LETEINTURIER, C.; MATHIEN, M. Une profession fragilisée: les journalistes français face au marché de l'emploi. *Quaderni: la revue de la communication*, n. 73, p. 97-114, 2010.
- LIVINGSTONE, S. Les enjeux de la recherche comparative internationale sur les médias. *Questions de Communication*, n. 3 (Specia). p. 31-43, 2003. (Também disponível em:

- LIVINGSTONE, S. On the challenges of cross-national comparative media research. *European Journal of Communication*, v. 18, n. 4, p. 477-500, 2003)
- LÖFFELHOLZ, M.; WEAVER, D. Questioning national, cultural, and disciplinary boundaries: a call for global journalism research. In: LÖFFELHOLZ, M.; WEAVER, D. (eds.). *Global journalism research: theories, methods, findings, future*. Malden (MA-EUA); Oxford (UK): Blackwell Publishing, p. 3-12, 2008.
- LOPS, Pasquale et al. "Leveraging the LinkedIn Social Network Data for Extracting Content-Based User Profiles." In *Proceedings of the Fifth ACM Conference on Recommender Systems*, 293–96. ACM, 2011. <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=2043986>.
- MARSDEN, D. Labour market segmentation in Britain: the decline of occupational labour markets and the spread of 'entry tournaments'. London School of Economics and Political Science, 2007.
- MELLADO, C. ; MARQUEZ-RAMIREZ, M. ; MICK, J. ; OLLER ALONSO, M. ; OLIVERA, D. . Journalistic performance in Latin America: A comparative study of professional roles in news content. *Journalism (London)*, v. 1, p. 1, 2016.
- MELLADO, C. ; MARQUEZ, M. ; OLLER ALONSO, M. ; MICK, J. ; AMADO, A. . Puesta en práctica de los roles periodísticos: un estudio comparado de Argentina, Brasil, Chile, Ecuador y México. In: Adriana Amado (Ed.); Martín Oller-Alonso (Coord.). (Org.). *El periodismo por los periodistas Perfiles profesionales en las democracias de América Latina*. 1ed.Montevidео: Fundación Konrad Adenauer/Centro para la información ciudadana, 2016, v. 1, p. 64-71.
- MENGER, P-M. *Le travail créateur: S'accomplir dans l'incertain*. Paris, hautes Etudes - Gallimard - Seuil, 2009.
- MICK, J.. Trabalho jornalístico e mundialização: problemas teórico-metodológicos. *Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, v. 6, p. 56-69, 2017.
- MICK, J.; ESTAYNO, S. Jornalistas na crise: as carreiras interrompidas na mídia e a estrutura dual da profissão (2012-2017). In: *Anais do 16º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo*. São Paulo: SBPJor, 2018. Disponível em: <http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2018/paper/viewFile/1497/890>
- MICK, J.; LIMA, S.. Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular, 2013.
- MICK, J.; SCHMITZ, A. A. . Pesquisa comparativa internacional em jornalismo: desafios teórico-metodológicos. *Estudos de Jornalismo e Mídia*, v. 14, p. 62-74, 2017.
- NICOLETTI, J. ; MICK, J. . Influências da precarização na qualidade jornalística: construção de uma matriz de indicadores. *Revista Passagens*, v. 9, p. 127-141, 2018.
- NIELS, G.; PEDERSINI, R. Freelance Journalists in the European Media Industry. *International Federation of Journalists*, 2003, 41 p.
- ÖRNEBRING, H. *Comparative European Journalism: The State of Current Research*. University of Oxford, Reuters Institute for the Study of Journalism, 2009.
- ÖRNEBRING, H. Technology and journalism-as-labour: Historical perspectives. *Journalism*, v. 11, n. 1, p. 57-74, 2010.
- PAPA, F.; FRANCONY, J-M. Building the memory of Web : stakes and opportunities for European research communities. *Social relations and turbulent times - Communications disruptions - European perspectives on global challenges*. Geneva, European Sociological Association, 2011.
- PEREIRA, F. H.. Três estatutos, uma identidade: comparação das carreiras profissionais de jornalistas, assessores de imprensa e professores de jornalismo em Brasília. In: David Renault, Fábio Henrique Pereira, Fernanda Martinelli, Kátia Maria Belisário, Liziane Soares Guazina, Tiago Quiroga. (Org.). *Muito além dos meios. Comunicação Organizacional: desafios e interfaces*. 1ed.Brasília: Editora UnB, 2014, v. , p. 61-77.

- PEREIRA, F. H.. Possibilidades de aplicação do conceito de carreiras profissionais nos estudos sobre jornalismo. In: Fábio Henrique Pereira, Dione Oliveira Moura, Zélia Leal Adghirni. (Org.). *Jornalismo e Sociedade. Teorias e Metodologias*. 1ed. Florianópolis: Insular, 2012, v. , p. 81-98.
- PILMIS, O. L'organisation de marchés incertains: sociologie économique de la pige et de l'art dramatique. Tese de doutorado. Paris, EHESS, 2008.
- PONTES, F. S.; MICK, J. Crise e mercado de trabalho: trajetórias profissionais de jornalistas no Brasil (2012-2017). In: Anais do XXVII Encontro Anual da Compós. Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais, Belo Horizonte - MG, 05 a 08 de junho de 2018. Disponível em: http://www.compos.org.br/data/arquivos_2018/trabalhos_arquivo_72JHNDAEFV9AD5MYXIO8_27_6951_26_02_2018_14_58_21.pdf. Acesso em: 18 jul. 2018.
- REINARDY, S. Newspaper journalism in crisis: Burnout on the rise, eroding young journalists' career commitment. *Journalism*, v. 12, n. 1, p. 33-50, 2011.
- SALES, C. Les écoles de journalisme: analyse d'un malaise. *Communication et langages*, v. 116, n. 1, p. 7-28, 1998.
- SCHMID, G. Towards a theory of transitional labour markets. In: SCHMID, G.; GAZIER, B.(Eds.). *The dynamics of full employment: social integration through transitional labour markets*. Edward Elgar, p. 151-195, 2002.
- STRAUSS, A. A social worlds perspective. *Studies in symbolic interaction*, v. 1, p. 119-128, 1978.
- STOREY, J.; SALAMAN, G.; PLATMAN K. Living with Enterprise in an Enterprise Economy: Freelance and Contract Workers in the Media. *Human Relations*, v. 58, n. 8, p. 1033-54, 2005.
- SVENSSON, P.. The landscape of digital humanities. *Digital Humanities Quarterly*, Vol. 4, N. 1, 2010. Disponível em: <http://digitalhumanities.org/dhq/vol/4/1/000080/000080.html>. Acesso em: 25 jan. 2016
- VAN DIJCK, J. Users like you? Theorizing agency in user-generated content. *Media, culture, and society*, v. 31, n. 1, p. 41-58, 2009.
- WAHL-JORGESEN, K.; HANITZSCH, T. (ed.). *The handbook of journalism studies*. Nova York; Londres: Routledge, 2008.
- WALTERS, E., WARREN, C., DOBBIE, M. *The Changing Nature of Work: A global survey and case study of atypical work in the media industry*. Bruxelas: International Federation of Journalists, 2006.
- WEAVER, D. H. Journalists around the world: Commonalities and differences. In: WEAVER, D. H. (Ed). *The global journalist: News people around the world*. Cresskill, NJ: Hampton Press, p. 455-80, 1998a.
- WEAVER, D. H. (Ed) *The global journalist: News people around the world*. Cresskill, NJ: Hampton Press, p. 455-80, 1998b.
- WEAVER, D. H.; WILLNAT, L (eds). *The Global Journalist in the 21st Century: News People Around the World*. Nova York: Routledge, 2012.
- WEBER, M. Politics as a Vocation. In: MILLS, C.W. (Ed.). *From Max Weber: Essays in Sociology*. Nova York: Oxford University Press, p. 77-128, 1946.