



ATIVIDADES-MEIO DO JORNALISMO: PROPOSTA DE UMA TAXONOMIA ECONÔMICA¹

Pedro AGUIAR²

RESUMO

O artigo parte de uma articulação entre as correntes da Economia Política da Comunicação, de viés materialista histórico-dialético, e da Economia de Mídia, tributária da pesquisa administrativa norte-americana do início do século XX, para propor uma classificação das empresas e dos serviços que estas fornecem a veículos jornalísticos.

Usa-se aqui a noção de “taxonomia econômica” para categorizar esses fornecedores. Taxonomia econômica é um método de classificação sistemática de organizações de acordo com a atividade produtiva que exercem, ou o meio pelo qual geram valor. É usada, por exemplo, pelo Estado para classificar firmas e prestadores de serviços para fins de tributação, bem como pelo capital privado para fazer pesquisa de concorrência (*benchmarking*) e direcionamento de investimentos por setor. No Brasil, dois usos oficiais de taxonomia econômica são o Cadastro Nacional de Atividades Econômicas (CNAE), gerido pelo IBGE, e a Nomenclatura Brasileira de Serviços (NBS), mantida pelo Ministério da Economia.

A teoria organizacional do jornalismo (PENA, 2018, p. 135-138; TRAQUINA, 2012, p. 154), majoritariamente elaborada no auge da imprensa industrial (décadas de 50 a 90 do século XX), era condizente com a realidade da mídia naquela fase histórica do capitalismo, organizada em grandes trustes verticais que controlavam as etapas de produção e circulação das mercadorias e dos serviços midiáticos. Esta, no entanto, não é mais a realidade do setor. A terceirização de serviços é uma norma no capitalismo tardio, e as indústrias culturais acompanham-na. No jornalismo, isso se reflete na multiplicidade de firmas que passaram a existir no século XXI, explorando a prestação de serviços para redações de veículos, seja por inovação tecnológica e processual, seja em substituição a atividades exercidas antes pela estrutura interna e pelo pessoal do quadro de funcionários da empresa jornalística.

Nesse cenário, veículos jornalísticos têm recebido uma crescente oferta de serviços prestados por empresas externas para “racionalizar” suas rotinas, aumentar a produtividade e cortar custos operacionais. Geralmente, tais empresas – que podem variar de pequeno a grande porte – vendem funções e recursos que substituem o trabalho de jornalistas nas redações, numa tendência cada vez maior à terceirização e à automação. No conjunto, compõem um subsetor que aqui se propõe chamar de *atividades-meio do jornalismo*. São, como o nome indica, serviços e produtos (especialmente de software) oferecidos às redações dos veículos como “facilitadores” das rotinas de produção da notícia.

¹ Trabalho submetido ao GT 5 - Economia Política do Jornalismo no IX Encontro da União Latina da Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura - Brasil.

² Jornalista e professor do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal Fluminense, bem como professor-colaborador do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da mesma instituição (PPGMC/UFF). E-mail: <pedroaguiar@id.uff.br>.

Estas atividades-meio são categorizadas numa sistemática em função dos tipos de serviços que as firmas prestam às empresas jornalísticas e dos papéis que cumprem no setor econômico da mídia. Nessa proposta, que exclui os fornecedores de material jornalístico propriamente dito (como as agências de notícias e *syndication*), as atividades-meio são agrupadas em seis setores:

- 1) gestão de conteúdo editorial;
- 2) publicador digital de páginas;
- 3) nuvem de publicações (banca virtual);
- 4) distribuidor de releases e notícias;
- 5) representação comercial e planejamento de publicidade; e
- 6) cooperação entre jornais e revistas.

Na contextualização da discussão, confrontam-se as reflexões teóricas formuladas recentemente sobre o trabalho no jornalismo (BRAGA, 2004, 2015) com as mudanças estruturais das rotinas produtivas (ANDRADE, 2015; CHAGAS, 2014; FIGUEIREDO, 2018; LENZI, 2018). Com isto, espera-se lançar bases conceituais mínimas para toda uma seara de pesquisas na Economia Política do Jornalismo que ainda falta ser explorada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIAR, S. **Territórios do Jornalismo**: geografias da mídia local e regional. Petrópolis: Vozes, 2016.
- ANDRADE, S. A. de. **Jornalismo em Mutação**: estudo sobre a produção de conteúdo na fase do capitalismo avançado. Teresina: EdUFPI, 2015.
- BRAGA, W. D. Mídia, Capital e Trabalho: estratégias para o controle da mediação intersubjetiva na grade de programação televisiva. IV Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom, **Anais...** 2004. <<https://tinyurl.com/wdbmct2004>>
- BRAGA, W. D. Novas identidades para o novo mundo do trabalho através da Cultura: o velho mantra do capitalismo revisitado. **Eptic**, v. 17, p. 218-235, UFS, 2015. <<https://seer.ufs.br/index.php/epitic/article/view/3384/pdf>>
- CHAGAS, V. Uma Tabloidização Alternativa / Uma Alternativa à Tabloidização: o mercado brasileiro de jornais populares e sua relação com a economia política da imprensa escrita. 38º Encontro Anual da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, **Anais...** Caxambu (MG): ANPOCS, 2014. <https://www.anpocs.com/index.php/papers-38-encontro/gt-1/gt22-1/9032-uma-tabloidizacao-o-alternativa-uma-alternativa-a-tabloidizacao-o-mercado-brasileiro-de-jornais-populares-e-sua-relacao-com-a-economia-politica-da-imprensa-escrita/file>
- DOURADO, J; LOPES, D.; MARQUES, R. (orgs.). **Economia Política do Jornalismo**: tendências, perspectivas e desenvolvimento regional. Teresina: EdUFPI, 2016.
- FIGUEIREDO, C. Jornalismo Manufatureiro e Jornalismo Flexível: controle e subsunção do trabalho jornalístico ao capital. XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación, **Memorias...** San José (Costa Rica): ALAIC, 2018.
- LENZI, A. **Inversão de papel**: prioridade ao digital, um novo ciclo de inovação para jornais impressos. Florianópolis: Insular, 2018.
- PENA, F. **Teoria do Jornalismo**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2018.
- TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo, vol.1**: por que as notícias são como são. 3ª ed., rev. Florianópolis: Insular, 2012.

Tabela 1. Descrição e empresas de referência dos setores de atividades-meio do jornalismo		
Atividade	Descrição	Empresas de referência (exterior e Brasil)
Gestão de conteúdo editorial e DAM (<i>digital assets management</i>)	softwares usados para publicar textos, fotos e vídeos de forma integrada, e para gerenciar metadados e acervo de publicações em impresso, rádio, TV e digital usando armazenamento em nuvem	exterior: Atex, Vignette, ProtecMedia Brasil: Mundiware, SNews, MBM, Pulsar
Publicador digital de páginas	plataformas para publicar páginas de jornais e revistas em formato digital, controlando acesso só para assinantes ou gratuito; muitos têm simulador do ato de folhear (às vezes com som)	Exterior: Scribd, Issuu, Calaméo, Yumpu, iPaper, FlipHTML5, FlowPaper Brasil: Maven, MSX, Presslab, Mundiware
Nuvem de publicações (banca virtual)	plataformas para agregar acesso a diferentes jornais e revistas em versão digital, na mesma interface; usam nuvem para armazenar versões digitais dos impressos equivalentes no audiovisual: diretórios/catálogos de streaming aberto (Radios.com, TuneIn, Streema, OnlineRadioBox)	Exterior: Apple News, GoRead, Flipster (EBSCO), PressReader, Magzter, Zinio, eMagazines, iKiosk Brasil: Grupo Gol (Nuvem do Jornaleiro), Claro Banca, Oi Revistas, Bancah, Hube, UOL Leia+, RevistariaS, Clube de Revistas, Ubook, RDO Mídia
Representação comercial e planejamento de publicidade	atuam como intermediários entre anunciantes e veículos, em especial fora das praças-sedes em plataformas digitais, podem fazer recomendação de anúncios	Exterior: NRS Media, Retail Media Group, IPG Mediabrands, Teads Brasil: FTPI, ProtecMedia, Printnews, Smartclip, Digital Premium Jornais, Tráfego, Fênix Mídia Total
Distribuidor de releases e notícias	administram o envio, a distribuição e a recepção de <i>press releases</i> (textos de divulgação comercial), gerenciam <i>mailing</i> (listas de jornalistas destinatários), atuando como intermediários entre veículos e assessorias de imprensa ou de comunicação	Exterior: BusinessWire, PR Newswire, EIN Presswire, IFA, News Direct, US Presswire, PR Leap, Merit Pages, Hexa Reports, World-Wire, GlobeNewswire, MarketWired Brasil: DINO, Maxpress, Difundir, I'Max, SACI
Cooperação entre jornais e revistas	consórcios de intercâmbio de material jornalístico e coordenação de pautas e de produtos editoriais; são arranjos corporativos sem alteração de propriedade	Exterior: PAL, LENA, EDA, ANN Brasil: GDA, PJN

Fonte: De lavra própria.