

VII Congresso Latino-Americano de Estudos do Trabalho. O Trabalho no Século XXI. Mudanças, impactos e perspectivas.

GT 12 - O Trabalho Artístico e Técnico no Contexto da Indústria Cultural

COMUNICAÇÃO E TRABALHO

Abordagem teórico-metodológica para o estudo do trabalho dos jornalistas.

Autora: Roseli Figaro, Profa. Livre-docente na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo - USP

COMUNICAÇÃO E TRABALHO

Abordagem teórico-metodológica para o estudo do trabalho dos jornalistas

Resumo: O objetivo deste estudo é demarcar o binômio comunicação e trabalho como uma nova linha de pesquisa na área de teorias da comunicação, apropriada para estudar as relações de comunicação no mundo do trabalho. Essa abordagem entende comunicação e trabalho como unidade constitutiva da atividade humana, capaz de revelar os valores com os quais se constrói sociedade. Essa perspectiva é aplicada em pesquisa sobre o mundo do trabalho dos jornalistas de São Paulo, realizada entre 2009 e 2012, pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP, com apoio da Fapesp. Com a triangulação de métodos quantitativos e qualitativos, a pesquisa revela o perfil dos jornalistas de São Paulo e seus pontos de vista sobre o trabalho.

Palavras-chave: comunicação e trabalho, atividade humana, jornalistas

COMUNICAÇÃO E TRABALHO

Abordagem teórico-metodológica para o estudo do trabalho dos jornalistas

Introdução: O protagonismo da comunicação deve-se à relevância dos avanços científicos e às transformações que se operaram no mundo do trabalho. A comunicação sempre esteve presente no mundo do trabalho, no entanto, a partir dos anos de 1980, devido à introdução das inovações tecnológicas de informação, da informatização e da reorganização dos processos produtivos essa presença tornou-se ainda mais marcante. Por isso, o binômio comunicação e trabalho é uma proposta teórico-metodológica que trata da centralidade da categoria trabalho a partir do campo da comunicação. Afirmar-se que tal centralidade se dá, sobretudo, devido à incorporação da comunicação como lógica organizativa dos processos produtivos e devido à presença das tecnologias de informação e de comunicação no mundo do trabalho. Para além da determinação econômica, o trabalho constrói as relações entre as pessoas na sociedade. Ele é fonte de criação, ordenação e hierarquização dos valores sociais e dos laços de sociabilidade.

Essa construção teórica propicia entender a presença das tecnologias e seus usos no cotidiano, e analisar como a comunicação é engendrada aos modelos produtivos, bem como analisar quais são os valores éticos e os pontos de vista ideológicos a partir dos quais as pessoas fazem suas escolhas no mundo do trabalho. A partir desses pressupostos, este artigo traz para discussão o mundo do trabalho dos jornalistas.

Problema da pesquisa: No Brasil, a prática profissional do jornalismo consolidou-se na segunda metade do século XX. Empresas e jornalistas profissionalizaram-se para atender a demandas vinculadas a relações políticas e comerciais no âmbito do Estado, das grandes empresas anunciantes e da geopolítica internacional. Com o advento da informatização e das novas mídias, o jornalismo e o jornalista enfrentam desafios.

O que se pode afirmar sobre quem faz o jornalismo e sobre como esse fazer, suas normas e rotinas produtivas, está delimitado pela lógica da grande empresa? Como o jornalista, nas *dramáticas* da atividade de trabalho (SCHWARTZ, DURRIVE, 2007), enfrenta os desafios cotidianos do exercício profissional?

Muniz Sodré dá pistas importantes para que se problematize o universo do jornalismo e dos jornalistas. Afirmar Sodré: “...a informação contemporânea implica outro tipo de valor: transparência, ao invés de densidade simbólica.”(2009, p. 194) Ou seja, quanto mais se dissimula ou se apagam os modos de como o relato é produzido, construído, elaborado maior é sua força e aparente transparência. Alzira Abreu (2002:35) afirma que “são a competitividade entre os vários tipos de mídia e a disputa pelo mercado as responsáveis pelo comportamento dos

jornalistas na atualidade”. Esses aspectos também foram verificados pela pesquisa *O perfil dos jornalistas e os discursos sobre o jornalismo. Um estudo das mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas de São Paulo (2009-2012)*.

Objetivo: O objetivo da pesquisa foi o de realizar um levantamento sobre o perfil dos jornalistas profissionais em São Paulo; e conhecer o ponto de vista desse profissional sobre o seu trabalho. O perfil dos jornalistas abrange dados sobre faixa etária, escolaridade, vínculo empregatício, relações de trabalho, dados socioeconômicos e de consumo cultural. A estratégia da pesquisa tem como referência a *triangulação metodológica* (JENSEN; JANKOWSKI, 1993), com os instrumentos de pesquisa: questionário quantitativo de múltipla escolha, entrevista em profundidade e grupo de discussão. A triangulação metodológica também se deu na composição das amostras da pesquisa. Foram compostas quatro amostras a partir do critério de vínculo empregatício, buscando-se jornalistas em redes profissionais na internet, com diferentes vínculos e trabalhando em diferentes mídias; profissionais associados do Sindicato dos Jornalistas no Estado de São Paulo; e jornalistas com emprego fixo em uma grande empresa editorial de São Paulo.

Metodologia: Foram enviados 3278 questionários a jornalistas e 538 questionários respondidos foram consolidados. Na etapa qualitativa, foram realizadas 20 entrevistas com jornalistas selecionados a partir dos critérios de perfil verificados na fase quantitativa. O mesmo critério orientou a composição de dois grupos de discussão. Um grupo foi composto por jornalistas com diferentes vínculos de trabalho e o segundo grupo foi composto por jornalistas freelancers. As técnicas de composição, acompanhamento do grupo de discussão foram adotadas conforme orienta (BARBOUR, 2009).

Resultados: Os resultados mostram a precarização das relações de trabalho (FIGARO, 2008, 2012; LIMA, 2010, GROHMANN, 2012) bem como a intensificação do ritmo de atividade exigida no âmbito do exercício profissional, prejudicando a qualidade de vida dos profissionais (HELOANI, 2008). Indicam também a preocupação dos comunicadores com o futuro da prática jornalística, principalmente, aquela desenvolvida em jornais, revistas e televisão.

Os dados apontam as mudanças no perfil do jornalista profissional: são jovens, brancos, de classes médias, mulheres a maioria sem filhos, multiplataformas, vínculo de emprego precário, com curso superior completo e com especialização em nível de pós-graduação. A maioria se formou de um até 15 anos, ou seja, entrou na profissão quando as reformas trazidas pelo computador e a internet estavam se efetivando. Os jovens jornalistas entraram no mercado com um novo desafio pela frente, entender o que era aquilo que estava acontecendo com as novas tecnologias de informação e de comunicação. Os *freelancers* trabalham em período integral, para vários lugares, trabalham sozinhos em casa. Começam a pensar como novos

empreendedores, aplicam os conhecimentos do jornalismo em outras atividades, desde fazer a revisão de um trabalho acadêmico até vender um pacote de assessoria de comunicação a um político.

A reestruturação produtiva ocorrida no mundo do trabalho, principalmente a partir dos anos 1990, transformou as relações de trabalho. Foi a partir dessa década que aumentou o número de jornalistas contratados sem registro em carteira profissional, abrindo caminho para o surgimento de novas formas de contratação, como a terceirização, contratos de trabalho por tempo determinado, contrato de pessoa jurídica (PJ), cooperados e *freelancers*, entre outros. O fato de a maioria dos *freelancers* receberem o pagamento a partir de nota fiscal fornecida por um terceiro e trabalharem no setor de revista e internet dá indicações claras de onde estão os problemas contratuais.

São os mais jovens que não conseguem planejar a vida fora do curto prazo, vão em busca do cliente e consideram a informação como um produto. Ou seja, possuem um perfil profissional deslocado de valores coletivos; são individualistas e muito mais preocupados com o negócio, meio de vida. Inclusive, estes valores individualistas se ajustam ao que Boltanski e Chiapello (2009) chamam de “novo espírito do capitalismo”, pois as instâncias coletivas de trabalho perdem força, havendo instâncias individuais em rede. Segundo Bernardo (2009,p.93-94), “as empresas estabelecem uma relação ambígua com seus empregados, pois os convidam a integrarem equipes/grupos de trabalho ao mesmo tempo em que lhes impõe relações de trabalho individualizadas” e, acrescentem-se, precárias.

A chamada “flexibilidade” acaba por transferir aos trabalhadores o peso das incertezas do mercado. Como mão de obra maleável, seja em termos de horário, de jornada de trabalho ou de vínculo empregatício (como empregos temporários, precários ou trabalho autônomo), esses profissionais não têm podido planejar suas vidas em termos econômicos e em termos afetivos.

A percepção de que a receita publicitária incide sobremaneira no processo de seu trabalho é resposta majoritária dos jornalistas da pesquisa. Talvez seja esse o motivo para mais de 40% dos jornalistas que participam da pesquisa afirmarem que *às vezes ou não se podem* tomar decisões a partir das informações das mídias.

Todos os que foram ouvidos e solicitados a responder as perguntas falaram espontaneamente *sobre o trabalho* (LACOSTE, 1995) e suas experiências, pontos de vista sobre a profissão. Há falas polêmicas. Há relatos de vida que revelam experiências que contextualizam problemas que fazem parte do exercício da profissão no quadro atual das relações do negócio da mídia e do discurso do jornalismo. As dificuldades do mercado de trabalho, as debilidades da formação universitária, as expectativas com relação à profissão e à dedicação ao trabalho desenham as trajetórias pessoais e também compõem o quadro real de como se exerce a profissão e as

dramáticas da atividade (SCHWARTZ, DURRIVE, 2007) que os jornalistas de carne e osso enfrentam no cotidiano de trabalho.

Os desencontros entre as diferentes gerações, a falta de tempo para a passagem da experiência de um profissional mais velho para o mais jovem e os novos dispositivos da comunicação fazem com que o mundo do trabalho do jornalista se torne um caldeirão de tensões, desafios e conflitos.

A distinção entre a fonte, o testemunho e a personagem que ilustra a notícia é um complicador a mais para o jornalista. Cada vez mais há mais mediadores entre o jornalista e o fato. Para alguns a diferença entre o testemunho e o relato jornalístico está embaralhada, para outros há uma relação de solidariedade e colaboração entre a testemunha e o jornalista.

Outro aspecto relevante e que tem transformado a relação com o trabalho é o papel das assessorias de comunicação. Hoje elas são necessárias ao processo produtivo. Não se trabalha nas redações das empresas de qualquer veículo de comunicação sem o apoio das assessorias. Há brutal profissionalização da área. Os enunciados do *forte* e do *fraco*, do *vender* e do *comprar*, da *guerrilha* e da *defesa* nomeiam e diferenciam o trabalho dos jornalistas assessores e dos jornalistas dos veículos das empresas de comunicação. Mas, na verdade, é impossível trabalhar num veículo de comunicação sem o trabalho anterior do jornalismo de assessoria.

O ritmo de trabalho, os desafios trazidos pelas novas plataformas e linguagens aumentam a tensão do profissional. Os vínculos contratuais cada vez mais precários, a terceirização e até a quarteirização da produção de conteúdos – os chamados trabalhos por projetos – são a realidade no meio profissional. Agenciar o cliente e formatar o produto ao gosto dele passa a fazer parte da prática do jornalista. É o público-alvo/cliente que conforma o enquadramento do produto/notícia.

Conclusão: A abordagem do binômio comunicação e trabalho mostra-se pertinente e frutífera, porque possibilita entrar no mundo do trabalho via os relatos de quem trabalha e reconstruir por meio deles os fios da rede de relações que se estabelecem. Essa abordagem mostra os processos de comunicação, os problemas e desafios para o exercício profissional, permite entender a amplitude e os limites de pontos de vista que permeiam o universo ideológico daqueles que trabalham, e revela os valores a partir dos quais os jornalistas contam e editam o mundo para a sociedade.

Os resultados permitem afirmar que as dificuldades da aceleração dos tempos, da variedade de plataformas e da convergência de mídias recrudescem problemas que não são exatamente novos, mas para os quais os jornalistas não conseguem vislumbrar solução. Dizem respeito às orientações deontológicas da profissão, da ética jornalística no tratamento com as fontes, à visão voltada para o interesse público, e não ao público cliente. Tais dificuldades são enunciadas na contraposição: *manter os fundamentos* ou atender à *loucura* dos ritmos e demandas do trabalho.

A formação generalista e com forte repertório humanista é aspecto cada vez mais relevante para a formação do profissional. Os valores éticos e a responsabilidade com o direito à informação precisam ser reforçados como aspectos fundamentais na formação do jornalista, sobretudo, para ajudá-los a enfrentar as injunções da lógica econômica que teima sobrepor-se à lógica do bem-estar das pessoas. O direito do cidadão à informação, conforme garantem nossa Constituição e o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, é que deve pautar a prática jornalística.

Referências:

- ABREU, Alzira. *A modernização da imprensa (1970-2000)*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.
- BARBOUR, Rosaline. *Grupos focais*. Coleção pesquisa qualitativa. Porto Alegre: Artemed, 2009.
- BERNARDO, Marcia Espanhol. *Trabalho duro, discurso flexível: uma análise das contradições do toyotismo a partir da vivência de trabalhadores*. São Paulo: Expressão Popular, 2009.
- BOLTANSKI, Luc; CHIAPELLO, Ève. *O novo espírito do capitalismo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- FIGARO, Roseli. *O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo*. Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo. Relatório Final da Pesquisa. São Paulo: Fapesp, Processo n.2009/53783-7, 2012.
- GROHMANN, Rafael. *Os discursos dos jornalistas freelancers sobre o trabalho: comunicação, mediações e recepção*. Mestrado. Programa de Pós-graduação em Comunicação da USP, 2012. Orientadora: Profa. Dra. Roseli Fígaro.
- HELOANI, R. *Mudanças no mundo do trabalho e impactos na qualidade de vida do jornalista*. Pesquisa de pós-doutorado. ECA-USP/FGV. Comunicação ao Congresso da Federação Nacional dos Jornalistas, São Paulo, 2008.
- JENSEN, K.B., JANKOWSKI, N.W. *Metodologias cualitativas de investigación de masas*. Barcelona: Bosch, 1993.
- LACOSTE, Michèle. Parole, activité, situation. In : BOUTET, Josiane. (éd.) *Paroles au travail*. Paris : L'Harmattan, 1995.
- LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. *Comunicação e mundo do trabalho do jornalista : o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação / São Paulo : C. do C. N. Lima, 2010. 313 p. : il. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes/Universidade de São Paulo. Orientadora: Roseli Fígaro.*
- SCHWARTZ, Yves; DURRIVE, Louis. *Travail et ergologie*. Entretiens sur l'activité humaine. Toulouse: Octarès, 2003.
- SODRÉ, Muniz. *A narração do fato*. Notas para uma teoria do acontecimento. Petropolis: 2009.