



Trabalho Imaterial e Trabalho Jornalístico no Contexto das Novas Tecnologias de Comunicação e Informação¹

Fernanda Lima Lopes

Aluna do mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro ²

Resumo

A transição de um modelo fordista de produção para um cenário em que as novas tecnologias de informação e comunicação passam a ocupar um papel central na economia trouxe maior flexibilização e acrescentou novas características ao trabalho na contemporaneidade. Muitas delas, que agora se estendem para trabalhadores de todos os ramos, são comparadas a práticas já tradicionais no trabalho jornalístico. Além dessas comparações, o artigo traz uma análise da configuração do trabalho jornalístico perante o atual contexto do capitalismo cognitivo.

Palavras-chave

Trabalho imaterial; inovação; trabalho jornalístico; globalização; novas tecnologias de informação e comunicação

1 – Introdução

O objetivo deste trabalho é refletir sobre as mudanças de uma época conhecida como pós-modernidade, em que o mundo acompanha uma série de evoluções tecnológicas, com uma visível aceleração dos processos de transmissão de informação e maior integração mundial por redes de comunicação.

Farei também uma reflexão sobre o trabalho do jornalista, relacionando alguns aspectos ligados à sua identidade profissional com o atual contexto. Antes de mais nada, é preciso esclarecer que o que for analisado aqui não é compartilhado por jornalistas do mundo inteiro. Fixaremos atenção ao trabalho no jornalismo brasileiro, tendo em vista a significativa influência do modelo americano sobre esse. Não é possível fazer uma

¹ Trabalho apresentado ao NP 02 – Jornalismo, do V Encontro dos Núcleos de Pesquisa da Intercom

² Graduada em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal de Minas Gerais.



universalização de um modelo de jornalista. O jornalismo que se pratica aqui não é o da Indonésia, nem o mesmo dos Estados Unidos.

Outra coisa que não pode ser entendida com um dado universal é a própria pós-modernidade. Os impactos das novas tecnologias de informação e comunicação foram sentidos diferentemente nas várias sociedades ao redor do globo.

1.1 - Considerações sobre a terminologia

Para esse conjunto de transformações que vemos hoje, os autores têm dado diferentes nomes: pós-fordismo (Cocco, Krishan), pós-modernidade (Hall), capitalismo cognitivo (Cocco), era da informação (Dizard), era do conhecimento (Albagi e Lastres).

Consideramos que a preposição “pós” é sintomática. Reflete que, embora existam diversos esforços em caracterizar o momento pelo qual a sociedade está passando, não existe uma definição que possa nomear o período. Historicamente conseguimos nomear a Antiguidade, a Idade Média, o Renascimento... Contudo, aquilo que veio depois do Moderno não foi ainda consensualmente definido. O “pós” indica o que vem depois, mas em termos semânticos não consegue acrescentar algo de explicativo ou descritivo das transformações que vieram modificar o que havia antes. Na falta de consenso sobre o uso dos termos, existe um que tem sido amplamente adotado e que, por enquanto, consegue dar conta de ser um sinônimo de todos os outros (ou melhor: é a alternativa menos complexa): o termo “contemporâneo”. A sociedade contemporânea é a sociedade de agora, a cultura contemporânea é a cultura que encontramos na atualidade. Enfim, o termo está ancorado com a idéia de presente, de referência ao que estamos vivendo e vendo atualmente.

Essa discussão sobre os termos não pretende ser polêmica ou indicar problemas deste ou daquele autor, em especial. O que se pretende aqui é enfatizar que os estudos acerca das mudanças tecnológicas e seu entorno não conseguiram aglutinar uma noção comum sobre este tempo presente. Certamente, um historiador vai dizer que, após um distanciamento no tempo, os homens conseguirão olhar para a sociedade atual e poderão descrevê-la de uma maneira que não podemos fazer hoje. Contudo, nossas reflexões de agora não pretendem ser discursos históricos, mas sim uma forma de pensar sobre as transformações por que a sociedade está passando.



2 - Mudanças nas esferas cultural, econômica e do trabalho

No fim do século XX e início deste novo milênio nos deparamos com intensas mudanças na ordem econômica, política, cultural e social em todo o mundo.

Na esfera econômica, a globalização está relacionada à idéia de uma expansão de mercados a níveis mundiais. O desenvolvimento das redes de transporte e comunicação não propicia apenas um aumento no comércio de bens materiais, mas configura uma intensa troca de bens simbólicos. Portanto, encontramos também uma globalização da cultura e a convivência de formas locais de manifestações culturais com outras formas mundialmente distribuídas.

É preciso ressaltar que os impactos da globalização não foram iguais em todos os países e que as conseqüências dessa maior integração foram sentidas diferentemente ao redor do globo. As abordagens que veremos neste texto se referem principalmente aos países ocidentais, que estão sujeitos (cada um em um determinado grau de relação) a uma forte influência americana.

Grande parte das transformações que levaram à maior conexão global se deve à revolução informática iniciada no Vale do Silício nos Estados Unidos (Lévy). A difusão do computador pessoal e o sucesso da Internet serviram como pontos chave para permitir uma aceleração e uma expansão das trocas de informação. As novas tecnologias de informação e comunicação transformam não só o modo de as pessoas se relacionarem no âmbito interpessoal, mas também interferem na configuração de uma nova dinâmica dos processos econômicos e culturais.

Com a crise do modelo fordista de produção, o capitalismo tomou novos rumos. As organizações se tornaram transnacionais, bem como o capital movimentado por elas. As empresas adotaram estratégias como, por exemplo, a terceirização, transferindo certas atividades para empresas pequenas e médias. Num movimento de flexibilização, a produção em massa de bens padronizados foi substituída por uma lógica da inovação, que flexibilizou a produção e fez com que as indústrias passassem a se preocupar com uma maior individualização de seus produtos (Cocco, 2000).

A lógica da economia passou a ser a necessidade de se criar sempre algo novo para oferecer para o consumidor. O modelo de telefone celular que comprei na semana passada, no mês que vem estará obsoleto. Se alguma coisa se quebra ou estraga, fica mais caro consertar do que comprar uma nova. É melhor “deixar prá lá”. Não existe



mais uma relação afetiva com os objetos, mas o desejo do consumo é movido pela ansiedade do novo.

Nesse contexto, também temos as profundas transformações nas relações de trabalho. Para a produção flexibilizada e não mais para a produção massiva, as empresas passaram a valorizar um profissional especializado, mas que também deve ser criativo e produzir inovação. Os empregados são chamados a gerenciar informações, e nesse processo é a sua capacidade cognitiva que importa. “(...) Revela-se de importância vital ter uma equipe de profissionais capaz de operar, sistematizar e aplicar, produtivamente, de forma inovadora, os fluxos de sentido e informação.” (Herschmann e Pereira, 2002, p.33)

Num capitalismo em que informação e conhecimento passam a desempenhar um papel fundamental na esfera produtiva, o trabalho é também transformado. Alguns autores entendem que, no pós-fordismo, o trabalho tende a ser eliminado frente a automação, enquanto outros sustentam que ele torna-se trabalho vivo e passa a ter uma centralidade cada vez mais proeminente na sociedade contemporânea (Lastres e Albagi, 1999). Dizer que o trabalho acabou é exagero. Certamente os níveis de emprego caíram muito, e, além disso, a própria dinâmica do trabalho mudou muito. Os trabalhadores já não são valorizados por aquilo de tangível que produzem, mas sim por aspectos imateriais de sua atividade. Cocco (1998) explica que o trabalho material é entendido como um fazer, enquanto o trabalho imaterial é uma ação política capaz de superar a repetição, padronização e previsibilidade do modelo taylorista-fordista. Neste tipo de trabalho, a intervenção não é feita nos materiais, mas sim nas relações sociais. “O trabalho vai ter novas tarefas de coordenação e monitoria” (op. cit. p.31) .

Não é possível fazer uma generalização acerca das transformações do trabalho na contemporaneidade, encarando o trabalho imaterial apenas como a capacidade de gerenciar, pensar e lidar com relações sociais. A produção industrial não deixou de existir e ainda há um grande contingente de trabalhadores longe das funções de coordenação e monitoramento. Os trabalhadores podem fabricar produtos de caráter imaterial, como *softwares* de computador, mas ainda assim estarem longe de uma posição capaz de gerenciar relações sociais. A mão de obra, da qual agora se exige criatividade, flexibilidade, capacidade de produzir conhecimento nas redes de informação e comunicação continua sendo submissa a uma lógica capitalista que separa os detentores do capital daqueles que servem a eles.



3 - O trabalho do jornalista – relação com as novas tecnologias e dimensão imaterial da profissão

3.1 Inserção de novas tecnologias

O trabalho do jornalista está intimamente ligado ao uso de novas tecnologias. Os primeiros jornais foram viabilizados depois do surgimento da prensa de Gutenberg. Antes dela, dificilmente textos de caráter periódico eram distribuídos. A produção de materiais escritos estava restrita a técnicas basicamente manuais, demoradas e particularmente caras. Mas a chegada da nova tecnologia na época permitiu a reprodução numerosa de livros, panfletos, além de jornais.

Outros avanços de ordem tecnológica são freqüentemente apontados como condições para o barateamento do preço dos jornais, o aumento da circulação e a difusão massiva da imprensa. Nos Estados Unidos, depois de 1830, houve uma explosão de jornais que chegavam a ser vendidos por um *penny*. (Schudson, 1978). Schudson aponta que isso se deveu, em grande parte, a alguns fatores de ordem técnica e tecnológica. A prensa a vapor, de 1814, substituiu a cama plana aumentando a velocidade de impressão em dez vezes. Outra evolução foi relacionada ao papel, que deixava de ser fabricado com retalhos de pano para ser feito com polpa de madeira, o que barateou custos. As melhorias no sistema de transporte e circulação contribuíram imensamente para o aumento na distribuição dos periódicos. E, por fim, a chegada do telégrafo na década de 1840, também provocou mudanças na forma de se fazer jornalismo. O autor considera, porém, que o argumento tecnológico sozinho não dá conta de explicar a produção de jornais em grande escala e difusão massiva da imprensa. Fatores como a entrada da publicidade e dos anúncios como forma de custear parte da produção; e ainda, o aumento do número de alfabetizados (e conseqüentes leitores) também foram importantes para tais transformações na imprensa e no jornalismo.

Num âmbito mais voltado ao indivíduo, também observamos evoluções técnicas que se impuseram ao trabalho do jornalista. Os textos que iam ser compostos pelos tipos na incipiente imprensa eram entregues em papel. O linotipista tinha que decifrar possíveis garranchos para colocar em ordem as letras na máquina. Futuramente, as máquinas de escrever passaram a ser amplamente utilizadas nas redações, tanto que chegaram a ter um significado simbólico para os jornalistas. Mais tarde, a inserção dos



terminais de computadores nas redações dos jornais chegou até mesmo a incomodar ou assustar alguns profissionais mais tradicionais. (Travancas, 1992).

Além do suporte impresso, o jornalismo encontrou lugar em outros meios (rádio, TV, Internet), que também foram aclamados como novidade na época de seu surgimento. A cada surgimento de um novo *media*, um discurso apocalíptico anunciava o fim daquilo que lhe era anterior. Um exemplo disso foi o preocupado debate sobre a possibilidade de a televisão fazer desaparecer completamente o rádio. Análogo a isso, escutamos hoje a hipótese de a Internet acabar com os livros. Esses discursos não se sustentam; são rasos e facilmente desmentidos pelos fatos históricos. Mas uma coisa é certa: a chegada de um novo meio realmente provoca mudanças para a sociedade que o recebe. E, evidentemente, os profissionais que vão atuar nesses meios também precisam reconfigurar algumas de suas práticas diante das especificidades deles.

Em comparação com outros profissionais, entendemos que o uso que os jornalistas fazem das novas tecnologias da informação e comunicação é mais dinâmico e íntimo. Consideremos que historiadores, sociólogos, médicos, advogados, contadores, antropólogos, por exemplo, também aprendem a utilizar os novos aparatos tecnológicos, mas a utilização que esses grupos fazem deles tem um sentido mais funcionalista. Para o jornalista, a apropriação da técnica resulta em nítidas transformações da sua dinâmica de trabalho e, ainda mais, dos parâmetros para se definir o bom profissional. É preciso ter em mente: a atividade jornalística vai mudando ao longo do tempo. A identidade jornalística vai mudando também. E as evoluções tecnológicas desempenham papel fundamental para configurar algumas mudanças, pois os jornalistas se inserem em certas lógicas de produção que acabam por se tornarem práticas recorrentes. Inserir-se aqui tem um sentido de ir para dentro. Não é apenas fazer uma apropriação, um uso, mas incorporar à sua identidade os traços que aquela tecnologia apresenta. O advento do telégrafo, como aponta Schudson, foi um dos fatores para a adoção do conceito de objetividade no jornalismo americano³. Importante ressaltar que ele não diz que o telégrafo foi causa do surgimento do ideal da objetividade, mas reconhece que o aparato foi fundamental para transmitir notícias de forma rápida e fazer um intercâmbio com as agências de notícias, que deveria ser de forma breve e concisa. Com isso, pode-se considerar que o telégrafo teve uma certa influência sobre a repercussão da objetividade enquanto valor jornalístico.

³ A objetividade enquanto valor surgiu nos Estados Unidos, mas influenciou grandemente a imprensa brasileira, em especial nos anos 50, quando de lá foram importadas inovações no jornalismo brasileiro, tal como o uso do lead.



3.2 O jornalista no contexto do capitalismo cognitivo

Na primeira parte deste trabalho, foram descritas várias mudanças em todo sistema econômico global que foram se instalando principalmente a partir das novas tecnologias de informação e comunicação. Atualmente, saber fazer bom uso das informações e ter um bom manejo da comunicação representa um grande valor para a atividade econômica.

Não é demais lembrar que a troca e circulação de informação sempre foram importantes na história da humanidade. Mas nem sempre a figura do jornalista existiu. Além disso, ressaltamos que o jornalismo não nasceu com o viés do consumo, mas tal característica veio sendo incrustada na atividade ao longo da história. Nos Estados Unidos, Schudson descreve a passagem de uma imprensa de opinião, sustentada por partidos e figuras políticas para uma imprensa essencialmente empresarial e comercial com amplo espaço para a publicidade. (Schudson, op.cit.) No Brasil, Jorge Cláudio Ribeiro retrata as mudanças por que a imprensa brasileira passou na década de 1980, época em que as empresas que trabalhavam com distribuição de mercadorias culturais reproduziam cada vez mais a lógica capitalista. Para o trabalho jornalístico, as exigências empresariais impuseram uma lógica de produção de notícias que acabaram esmorecendo o jornalismo autoral, algo comum num período anterior. A partir dos anos 80, a empresa jornalística ganha força e mais expressão do que o indivíduo jornalista. Configura-se, então, um novo tipo de jornalismo no Brasil que veio claramente modificar parâmetros e práticas no trabalho jornalístico vigentes até então. Ribeiro escreve:

“Para os jornalistas, essas alterações representaram um duro golpe na compreensão da profissão. Em toda atividade jornalística foi corroído o velho espírito de missão. Dentro dos jornais ocorreu um desencantamento do mundo, devido à eliminação dos elementos políticos e românticos, incompatíveis com uma produção cultural industrializada.” (Ribeiro, p.54)

No livro “O mundo dos jornalistas”, a socióloga Isabel Travancas (1992) fala de uma atitude *blasé* diante dos fatos do mundo. O jornalista exposto a um excesso de acontecimentos no corre-corre do dia-a-dia - que vão desde discursos de políticos a



assassinatos brutais - corre o risco de assumir uma atitude *blasé* perante a vida.⁴ A autora identifica também uma apatia política e uma falta de vontade em reivindicar interesses próprios. Essa característica é observada principalmente nas entrevistas que ela faz com jornalistas mais jovens.

Paralelamente, mas não antagonicamente a essas sensações, o jornalista se declara apaixonado pela profissão. Travancas relata que em várias entrevistas que realizou para sua pesquisa, encontrou um discurso que demonstra certeza e satisfação pela escolha de ser jornalista. O aspecto passional leva muitos profissionais a se referirem ao seu trabalho como uma vocação. A autora também os relaciona com a profissão de médico, em que uma “adesão” à carreira é tão forte que chega a comprometer outros setores da vida.

Essa indissociação do trabalho com a vida privada, tão ecoante no jornalismo, é também uma característica apontada por alguns autores como sendo emergente no trabalho no pós-fordismo. A configuração de um trabalhador mais imaterial leva a uma outra forma de o indivíduo se relacionar com a atividade produtiva que exerce. Giuseppe Cocco apresenta aquilo que chamou de “processo de rearticulação e recomposição do trabalho” (Cocco, 2000, p.99), em que o trabalhador deixa de ser um simples apertador de parafuso, um fazedor de produtos em massa e passa a contribuir com sua criatividade e imaginação. Nesse sentido temos uma produção mais flexível que permite a formação de redes de integração – num outro termo – um trabalho vivo.

Krishna Kumar (1997) aponta que os teóricos pós-fordistas utópicos vêem nessa rearticulação uma possibilidade de se proporcionar mais satisfação para a maioria dos trabalhadores. Significaria também maior envolvimento deles com seu trabalho, algo que Cocco também identifica ao relatar que a “qualidade e a quantidade de trabalho são organizadas em torno de sua imaterialidade”. Assim, em vez de encontrarmos um operário de função inflexível, que possui horário de entrar e sair do serviço, temos um trabalhador que, a rigor, pode estar envolvido 24 horas por dia com sua profissão. Toda sua vida passa a ser permeada por uma ligação com sua função produtiva. Mesmo que não esteja em seu escritório, ou no chão da fábrica, ele pode ser solicitado a dedicar-se ao seu trabalho. Ainda que no momento de lazer, ele deverá pensar, atentar para coisas, guardar idéias que surgem, estando continuamente ligado.

⁴ Essa atitude blasé, denominada pela autora, pode ser explicada como uma certa inamovibilidade perante os fatos da vida. O jornalista, por conviver com tanto crime, corrupção, e outros fatos que causam choque, acabariam por perder a sensibilidade ou qualquer vontade de reagir contra a realidade. Eles adotariam, ao contrário, uma atitude apática, uma espécie de entediamento, ou uma dessensibilização.



Voltando a focalizar os jornalistas, embora Travancas observe, que existe satisfação com a profissão por parte dos membros da categoria, não podemos inferir que isso se deve ao aspecto imaterial de seu trabalho. Diferente do que afirmam os teóricos utópicos de que fala Kumar, o fato de o trabalhador ser mais valorizado em suas habilidades criativas não é causa, necessariamente, de maior felicidade. Questões salariais, partilha de um bom relacionamento com os colegas, ausência de conflitos ou disputas dentro da organização são alguns fatores que podem interferir muito mais na promoção de satisfação do trabalhador.

Por privilegiar a flexibilidade em vez da produção massiva, a nova dinâmica de trabalho certamente dá espaço para o desenvolvimento de habilidades criativas. Contudo, ainda existe na economia atual uma grande pressão mercadológica para o atendimento da demanda. A diferença agora é que o consumo produtivo exige que se produza o novo sempre. Assim, a exigência é para que o trabalhador seja inventivo, empreendedor, criativo. Temos uma produção massiva da novidade, uma pressão pelo trabalho imaterial que não se desliga da vida do trabalhador.

Obviamente, se o indivíduo gosta de determinada atividade e consegue fazer dela seu ofício dentro da dinâmica econômica, ou seja, se ele consegue vender para as organizações ou para outros indivíduos seu trabalho, podendo aí desenvolver seu potencial criativo e desfrutar de suas habilidades artesanais, será um trabalhador privilegiado e satisfatoriamente realizado.

Alcançar essa posição dentro do contexto da economia globalizada nem sempre é uma tarefa fácil. Mesmo que esteja sob o rótulo de trabalhador terceirizado, a pessoa estará sujeita a submeter seus serviços à vontade de quem está pagando. Mesmo que seu trabalho seja altamente imaterial, cognitivo, criativo, as pressões organizacionais poderão acabar por transformá-lo em um escravo da inovação em massa. Ou poderão submeter suas criações (produtos imateriais) a um determinado propósito ou à lógicas com os quais não esteja de acordo. É um risco que o capitalismo cognitivo impõe às novas configurações das relações de trabalho. Ilustrando essa questão acima discutida, temos André Gorz destacando que num mundo econômico em que o valor está no saber, existem duas possibilidades para o trabalhador: a de ser uma “empresa individual”, tratando a si mesmo como capital ou a de estabelecer uma relação de vassalagem e dependência com as grandes empresas. (Gorz, 2003). Ele completa ainda que a primeira assertiva, que confere maior autonomia ao trabalhador, corresponde a uma realidade de 4% dos ativos norte-americanos. Tal “*elite of knowledge workers*” recebe 51% da renda



de todos os assalariados reunidos. Enquanto isso, a segunda proposição abrange a maioria dos trabalhadores, que são obrigados a vender por um baixo preço seu capital, seu conhecimento e sua disponibilidade para as empresas.

Especificamente em relação aos jornalistas, Michael Kunczik aponta a existência de uma ilusão de “profissão livre”. Por terem um trabalho que lhes permite conviver com pessoas importantes e estar presente aos últimos acontecimentos, isso cria uma falsa sensação de liberdade nesses profissionais. “Acredita-se que ele é independente em relação aos temas e às opiniões e que suas horas de trabalho não são rígidas. Muitos jornalistas distorcem a realidade. Negam-se a aceitar o trabalho pelo que ele realmente é: um trabalho assalariado.” (Kunczik, 2002, p.154)

3.3 – O trabalho do jornalista

Prolongando a discussão sobre o tema do trabalho, podemos encontrar algumas semelhanças entre vivências (não tão novas) na atividade jornalística com algumas mudanças na questão do trabalho na economia globalizada no pós-fordismo. Dois pontos de interseção entre as transformações na sociedade contemporânea e o trabalho do jornalista serão analisados. Um deles é em relação à preocupação em se produzir inovação, um aspecto que emerge no pós-fordismo, mas que já está presente no jornalismo mesmo em épocas de produção industrial em série. O outro ponto a ser discutido é o fato de estarmos observando uma crescente valorização da informação no mundo globalizado. Fornecer informações ao público é, indubitavelmente, uma atividade que, também, há muito tempo, acompanha a dinâmica do trabalho jornalístico.

Esses dois aspectos serão analisados conjuntamente, uma vez que observamos que o caráter informacional do jornalismo está intrinsecamente ligado à sua necessidade de veicular a novidade.

A nova dimensão mundial da economia e a explosão das novas tecnologias de informação e comunicação impuseram, como vimos, modificações no sistema produtivo como um todo:

“Vivemos em uma sociedade que, crescentemente, se organiza em rede e na qual o conhecimento e a informação desempenham um papel estratégico, sendo chave para a produção constante de inovação, condição básica para o sucesso das organizações.” (Pereira e Hershmann, 2002, p.32)



Enquanto temos no regime fordista, uma produção padronizada, com o trabalho assalariado, após a integração das novas tecnologias de informação e comunicação, o processo produtivo foi transformado para além do chão das fábricas. Conforme dizem Cocco, Silva e Galvão (2003), as redes sociais e técnicas constituíram arranjos produtivos em formas de rede. Nessa nova dinâmica de produção, o que importa não é mais a fabricação em série, mas uma especialização que valoriza a novidade. As empresas passam a ter que investir na invenção e na inovação; passam a ter que enfrentar o aleatório, a incerteza e o desequilíbrio. (Cocco et al., 2003).

A produção do novo é uma constante no trabalho jornalístico. Nos cursos de graduação, ensina-se que entre os pressupostos para saber se um fato pode vir a ser uma notícia estão a atualidade, a proximidade, e claro, a novidade. Esses e outros requisitos são chamados valores-notícia. Não é estranho dizer que se vai ler (ou ver, ou ouvir) o jornal para saber o que há de novo.

O caráter informativo é de fácil identificação no produto jornalístico. Entretanto, obviamente, essa não é sua única função. Nem sempre o jornalismo se prestou a dar informações sobre o mundo. Embora Alberto Dines diga que o jornalismo nasceu da necessidade inerente do homem em se informar (Dines, 1997), existem outras funções desempenhadas pelo jornalismo, desde o seu surgimento. Uma concepção mais abrangente expressa que o jornalismo tem suas raízes na palavra humana, “pulsão expressiva e socializante do homem” (França, 1998).

Por muito tempo, durante o século XVII e XVIII, nos EUA e na Europa, a imprensa servia de arena política para os partidos. Cada grupo ou facção poderia possuir um jornal e, ao imprimi-los, tornavam públicas suas vontades políticas, suas opiniões. Era uma imprensa voltada à doxa. (Schudson, 1978). A partir de 1830, o papel dos impressores de jornais (*printers*) deixava de ter tanta força para dar lugar ao jornalismo mais objetivo e com mais conteúdo informacional.

Outra função que diverge da informativa é aquela que podemos designar como produtora de sentido para a vida das pessoas. Campbell (1991) revela que, em oposição ao jornalismo objetivo-informativo nos Estados Unidos, uma nova forma de fazer jornalismo foi inaugurada por programas televisivos, tais como o “60 Minutes”, da rede CBS ou “Laugh-In”, da NBC, cujo formato privilegiava uma construção textual próxima à narrativa e à contação de histórias. Nesse sentido, o objetivo de tal unidade jornalística não era informar, mas sim criar uma aproximação com a vida cotidiana do telespectador, de forma que a narrativa ressoasse dando sentido a ela. Ainda sobre essa



característica atribuída ao produto jornalístico, Jorge Cláudio Ribeiro diz que “as empresas jornalísticas procuram temperar seu produtos com pitadas de emoção para compensar a normatização do texto e a pasteurização resultante da edição pragmática” (Ribeiro, p.97). Nesses casos, o jornalismo (que pode estar no formato impresso ou eletrônico, sob a forma de notícia, reportagem, editorial ou qualquer outro gênero) não tem a intenção primeira de informar, mas, usando de toques emocionais, servem de fruição individual. De qualquer forma, mesmo nesses programas, não podemos descartar certa preocupação dos produtores com um “quê” de novidade. Todavia, é essencialmente com o jornalismo informativo, a produção diária de notícias, as chamadas “hard news”, que a produção do novo torna-se uma preocupação do jornalista. A edição seguinte de um dado produto jornalístico deve apresentar a novidade, informar o que não se sabia antes.

Há muita coincidência entre as transformações do trabalho no mundo contemporâneo com o trabalho do jornalista. Tal como apontam Cocco et al (op. cit.), na economia pós-fordista que valoriza a inovação, um dos fatores fundamentais para a produção do novo é o saber. Eles têm o cuidado de pontuar que só o conhecimento *per se* não é capaz de produzir o novo. A inovação apareceria a partir de trocas no processo comunicativo entre sujeitos, organizações, agentes econômicos (todos eles detentores de conhecimentos). O novo surgiria, então, a partir dessas interações nas redes de sociabilidade.

Tudo isso é muito comum no mundo dos jornalistas. Lester e Molotch apontam as relações que os agentes sociais estabelecem na produção noticiosa. Os jornalistas (*news assemblers*) constroem uma rede de relacionamento com as fontes (*news promoters*). São nos processos de trocas que um dos lados consegue a informação para ser publicada e o outro alcança visibilidade no noticiário. A novidade, no jornalismo, é valor de troca.

4 – Considerações finais

É de suma importância esclarecer que essa comparação que estamos fazendo entre a valorização da inovação no trabalho pós-fordista e a produção da novidade no trabalho jornalístico não pode ser tomada como uma equivalência. Embora no jornalismo a produção da novidade tenha sido uma prática tradicional, nem sempre ela



representa inovação. Quer dizer: não há uma preocupação cotidiana em inovar quanto ao fazer jornalístico em geral. O produto jornalístico traz, sim, informações novas. A profissão de jornalista realmente exige a busca por um dado inusitado, um acontecimento inesperado. Contudo, tudo isso vai sendo veiculado pelas velhas fórmulas de textos, sob os mesmos padrões. Dentro de um veículo, ou numa determinada editoria o que observamos é a manutenção de padronizações e estereótipos. Mesmos nos textos de jornalismo para internet, não observamos uma exploração dos recursos que o caráter reticular desse meio permite. O que percebemos é que a maioria dos produtos jornalísticos na internet são meras reproduções do que também pode ser encontrado nos jornais, revistas ou na televisão. Não se pode negar que existem mudanças acontecendo no trabalho jornalístico, mas elas não são, necessariamente, fruto dessa busca pela novidade.

No pós-fordismo, as empresas de vários ramos (não apenas aquelas que sempre lidaram com comunicação) aprendem a importância de se gerenciar as informações para permitir seu emprego “antes que se tornem sem valor ou obsoletas” (Pereira e Hershmann p.33). Entretanto, é até contraditório o fato de alguns grandes jornais e outras empresas que lidam com informação e comunicação estarem passando por dificuldades econômicas, algumas em visível decadência. Isso pode sinalizar que o modelo de jornalismo que se pratica nesses âmbitos já não dá conta de atender aos anseios da contemporaneidade. É claro que não podemos restringir as causas dos problemas dessas empresas à qualidade do jornalismo, mas o que se pretende aqui é apontar que o simples fato de lidar com informação e comunicação não é causa de sucesso empresarial.

Muitas empresas têm dado maior atenção aos departamentos de comunicação, contratando inclusive jornalistas. Entretanto, consideramos que o trabalho que o jornalista irá desempenhar ali dentro já não pode ser denominado jornalismo. Ele ainda vai lidar com informação e comunicação, mas com propósitos diferentes. Ele vai estar junto com outros profissionais no mesmo departamento, num esforço de construir uma comunicação que chega a diminuir as fronteiras entre um jornalista, um publicitário e um relações públicas. Questionar se o assessor de comunicação pode ser conceitualmente considerado um jornalista é trabalho para um outro momento, pois responder a essa questão requer pesquisar as fronteiras da identidade jornalística e as tensões envolvendo várias práticas relacionadas à profissão. Neste trabalho, o esforço foi demonstrar que as mudanças na configuração do trabalho no capitalismo cognitivo



possuem muitas semelhanças com práticas do trabalho jornalístico, principalmente no que diz respeito à inovação. Além disso, concluímos que, embora a informação e a comunicação tenham se tornados centrais para a economia global, transformando a natureza do trabalho na contemporaneidade, as dinâmicas do trabalho jornalístico parecem não ter sofrido grandes mudanças. O caráter imaterial e flexível do trabalho, o fato de lidar com informação e comunicação e a necessidade de produção do novo são características que já existem há algum tempo na profissão de jornalista. Assim, não podem ser elencadas como mudanças que o capitalismo cognitivo trouxe a esses trabalhadores. De qualquer forma, entendemos que o jornalismo não está imune às mudanças da sociedade contemporânea e à chegada de novas tecnologias de informação e comunicação. Contudo, os principais locais onde o jornalismo se encontra atualmente ainda são os meios de comunicação de massa.

Referências bibliográficas

- CAMPBELL, Richard. 60 Minutes and the News: a Mythology for Middle América. Urbana and Cuicago: University of Chicago Press, 1991.
- COCCO, Giuseppe. “As dimensões produtivas da comunicação” in: *Comunicação e Política*. Rio de Janeiro, IE/UFRJ, 1998.
- _____. Trabalho e Cidadania. São Paulo, Cortez, 2000.
- DINES, Alberto. *O papel do jornal*. Artenova, 1997.
- FRANÇA, Vera Veiga. “Pré-texto teórico”. In *Jornalismo e Vida Social: a história de um jornal mineiro*. Belo Horizonte: editora UFMG, 1998.
- GORZ, André. *O imaterial*. Rio de Janeiro. Annablume, 2005.
- _____. *Miséria do Presente. Riqueza do Possível*. Annablume, 2003.
- KUMAR, Krishan. *Da sociedade pós-industrial à pós-moderna*. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1997.
- KUNCZIK, Michael. Problemas relacionados com o trabalho no jornalismo. In: conceitos de jornalismo. São Paulo: Edusp, 2002. p.151 a 183.
- LASTRES, Helena e ALBAGI, Sarita (orgs.). *Informação, Globalização na Era do Conhecimento*. Rio de Janeiro, Campus, 1999.
- LESTER, Marlyn e MOLOTCH, Harvey. “As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos.” In: TRAQUINA, Nelson (org) *Jornalismo: questões, teoria e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1993.
- LÉVY, Pierre. *Cibercultura*. Rio de Janeiro, Ed. 34, 1999.
- PEREIRA, Carlos Alberto M. e HERSHMANN, Micael. “Comunicação e Novas estratégias organizacionais na era da informação e do conhecimento” in: *Comunicação e Sociedade*. São Bernardo, UMESP, n.32, 2002, p.27-42.
- RIBEIRO, Jorge Cláudio. *Sempre Alerta: Condições e Constradições do trabalho jornalístico..*
- SCHUDSON, Michael. *Discovering the news: a social history of american newspapers*. New York: Basic Books, 1978
- TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus, 1992. 3 ed.