



O Jornalista em Pauta: mudanças no mundo do trabalho, no processo de produção e no discurso¹

Cláudia do Carmo Nonato Lima²
Escola de Comunicações e Artes da
Universidade de São Paulo (ECA-USP)

Resumo

O século XX foi um período de grandes mudanças no mundo do trabalho do jornalista. Empresas de comunicação transformaram-se em conglomerados de mídia; métodos e processos foram reorganizados, precarizando o trabalho; a informação tornou-se um produto supervalorizado na sociedade de consumo e passou a ser customizada. Essas mudanças, nas esferas tecnológicas, culturais e interpessoais criaram novas práticas, influenciando profundamente os jornalistas e também a sua maneira de se comunicar. Este artigo pretende abordar tais mudanças, e suas consequências no processo de produção para o jornalista, a partir da reestruturação do mundo do trabalho.

Palavras-chave: jornalistas; jornalismo; comunicação; mundo do trabalho

Introdução

Sair em busca de uma boa reportagem, anotar dados em um bloco de papel, escrever o texto em uma máquina barulhenta e entregar as laudas ao editor. Durante quase um século essa foi a rotina de um repórter de jornal impresso. O trabalho era simples, mas a produção bastante complexa: do repórter o texto passava para o editor, que o encaminhava para diagramadores, gráficos, distribuidores, até finalmente chegar às mãos do leitor. Da Revolução Industrial até metade do século vinte, ocorreram poucas mudanças na rotina das redações e no processo produtivo dos jornais. Nesse período, o jornalista passou a ter certo destaque na sociedade da informação e precisou se organizar como categoria para regulamentar a profissão.

Com a chegada das novas tecnologias, a partir da década de oitenta, computadores e internet revolucionaram o mundo do trabalho. Esse quadro de mudanças que até então caminhava lentamente passou a mudar radicalmente, mexendo não só na rotina, como no modo de produção e no discurso do próprio jornalista.

¹ Trabalho apresentado ao GP Jornalismo Impresso no IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Ciências da Comunicação na ECA-USP, sob orientação da Profa. Dra. Roseli Fíguro e jornalista. E-mail: claudia.nonato@usp.br



Mudaram também as relações do público receptor com os meios de informação. Um primeiro olhar sobre as pesquisas já existentes na área de comunicação no Brasil nos faz ver que a maioria delas está voltada para as mudanças tecnológicas da chamada sociedade informacional e sua influência no público receptor. Para o jornalista, porém, a mudança está além daquela da máquina de escrever para o computador. O que temos observado é que tais mudanças aconteceram nos meios de produção, nas funções e no local de trabalho desse profissional. A sua relação com o espaço e com o tempo também mudou: ele está trabalhando mais, em lugares inusitados e para pessoas que jamais imaginou.

O jornalista está trabalhando em casa, enviando textos simultaneamente para jornais, revistas e blogs. Todos querem ter um assessor de imprensa, aparecer e acontecer nas mais diversas mídias. O mercado de trabalho foi ampliado. E o profissional, como está lidando com tantas mudanças? Como ele se vê no mundo do trabalho hoje? Milhares de jovens ingressam, a cada ano, nas faculdades de comunicação e no mercado de trabalho. A suspensão da obrigatoriedade do diploma de jornalismo para exercer a profissão, anunciada recentemente, parece não assustar a esses jovens, pois poucos têm consciência do que os espera. Os meios de produção, as funções e o local de trabalho do jornalista mudaram. Profundamente. E é importante que saibamos como o profissional está vivenciando essas transformações³.

A partir dessas reflexões, pretendemos discutir neste artigo, a partir do binômio Comunicação e Trabalho, e com o aporte de outras áreas de conhecimento, como inovações técnicas e tecnológicas durante a história recente puderam transformar a prática jornalística e o jornalismo, resultando à sociedade, segundo uma de nossas hipóteses, novos e diferentes campos de trabalho.

Para melhor compreender essas transformações, faremos uma reflexão sobre as mudanças no jornalismo a partir da revolução industrial e da reorganização do mundo do trabalho, partilhando essa trajetória com as primeiras pesquisas de comunicação. Em seguida mostraremos a importância de se estudar a comunicação e o trabalho na

³ Partes das reflexões contidas neste artigo fazem parte da pesquisa de mestrado da autora, ainda em fase de qualificação, cujo universo tomado como objeto de análise é um grupo de jornalistas com perfil delimitado por representatividade profissional e temporal. Ou seja, pessoas do sexo masculino e feminino, com menos de 40 anos, que trabalhem em jornal impresso ou nos setores extra-redação, sem registro em carteira profissional e que estejam fisicamente em São Paulo. Trata-se de uma opção de construção de amostra significativa do profissional de comunicação, cujo perfil está sintonizado com as mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas a partir da introdução de novas tecnologias e também de novos processos de gestão de trabalho ocorridas nesse período.



contemporaneidade. Para finalizar, analisaremos as consequências dessas mudanças, a partir da precarização do trabalho do jornalista nos dias de hoje.

Da revolução industrial à tecnológica: efeitos colaterais

Nem sempre novas invenções que venham solucionar grandes problemas são bem aceitas pela sociedade. Peter Burke (2000) exemplificou algumas “consequências imprevistas, efeitos colaterais e problemas” que surgiram a partir da invenção da prensa de Gutenberg e da imprensa. O autor afirma que “nas atividades humanas, todas as soluções de um problema, mais cedo ou mais tarde acabam gerando outros problemas”. E cita, como exemplo, copistas, papelheiros (vendedores de manuscritos) e cantores contadores de histórias profissionais, que temiam que a imprensa os privasse de seu meio de vida. Algo parecido com o que aconteceu no final do século XX com os diagramadores, revisores e copidesques das redações de jornais, abolidos de seus cargos com a chegada da nova tecnologia.

Os eclesiásticos, ainda segundo Burke, “temiam que a imprensa estimulasse leigos comuns a estudar textos religiosos por conta própria em vez de acatar o que lhes dissessem as autoridades”, fato que realmente ocorreu. Nos dias de hoje, por exemplo, a Internet expandiu o acesso à informação e trouxe uma série de possibilidades para que as pessoas pudessem divulgar as suas ideias e pensamentos, como os blogs. Os escritores, que na Idade Média, se queixavam da escassez de livros, passaram, a partir da invenção da prensa, a reclamar da “inundação” de material impresso, fazendo com que os bibliotecários criassem novos métodos de armazenamento e gerenciamento das informações. Problema semelhante aos que temos nos dias de hoje, com a disseminação da informação via meios eletrônicos.

A revolução industrial e o avanço do capitalismo trouxeram consequências que incentivaram o avanço do jornalismo e as pesquisas na área de comunicação. Invenções como a eletricidade, a máquina a vapor, o telégrafo e o telefone, no final do século XIX, beneficiaram a urbanização e a existência de um público letrado, interessado em consumir novos bens, ampliando assim os investimentos em jornais e agências de publicidade.

Diante de um cenário de desenvolvimento industrial e consequente necessidade de venda de produtos e investimento em publicidade, começaram a surgir as primeiras pesquisas em comunicação. A cidade foi local de observação para os estudos de Park,



Burgess e Cooley nos Estados Unidos. A audiência e técnicas de persuasão, assim como os efeitos dos meios de comunicação nos indivíduos, foram pesquisadas por Lasswell na *Mass Communication Research* e na Teoria Hipodérmica. Os estudiosos Adorno e Horkheimer criaram na Alemanha o conceito de Indústria Cultural para fazer uma crítica à manipulação ideológica e à mercantilização cultural, provocadas pelos meios de comunicação de massa.

A criação de novas técnicas e tecnologias trouxe também mudanças no mundo do trabalho, nas atividades humanas e nas suas relações com o capital. A época do Pós-Guerra, no Japão, foi um marco para essas mudanças, pelo surgimento do Toyotismo, modelo de produção flexível, com nova racionalidade, voltado para a reconstrução em uma economia de guerra. Contrariando o Fordismo, modelo anterior que produzia o máximo e estocava o excedente, sua proposta subvertia a ordem, produzindo produtos diferentes para poucos: a demanda presente é que passava a comandar a organização, acelerando brutalmente o ritmo de trabalho. O modelo, chamado japonês, importou o método e as técnicas de gestão dos supermercados americanos, que deram origem ao *kanban*, cuja lógica de reposição dos produtos obedece à pós-venda.

Tais mudanças foram adaptadas no Ocidente a partir, principalmente, dos anos 1980, e vieram a contribuir para o processo de precarização do trabalho. O tempo de trabalho foi intensificado, a mão-de-obra e a matéria-prima reduzidas e o desemprego, inevitável. Nos anos seguintes, vários movimentos grevistas organizados pelos sindicatos não conseguiram reverter a situação significativamente. Antunes (1995) afirma que o mundo do trabalho contemporâneo ficou marcado pela expansão do trabalho assalariado, heterogeneização do trabalho (com a entrada da mão de obra feminina) e subproletarização do trabalhador, representado pelos terceirizados e temporários.

Neste contexto, o jornal, que até então se dividia em direção, redação e oficinas, passou para uma fase industrial. Para Sodré (1999),

A mudança importante foi operada no nível das oficinas: elas não comportam mais o aparelhamento gráfico diversificado anterior, em que reinava o linotipo. A oficina, nome em desuso, resume-se em gigantesca impressora que substituiu a rotativa de outros tempos. Ela fabrica o jornal até o empilhamento para distribuição. Não são operários os que a operam, são engenheiros. O trabalho gráfico é residual. (p. XVI)



A comunicação passou a ser vista como importante instrumento para o acúmulo de capital. Com as mudanças nas relações interpessoais, nos modos de produção, nas estruturas econômicas e sociais, o mundo foi desafiado a pensar de modo global. A globalização é definida por Thompson (1995) como um conjunto amplo de processos que transformaram o mundo moderno. As distâncias ficaram menores, o tempo foi comprimido, as fronteiras estendidas e, ao mesmo tempo, as culturas segregadas. As questões ligadas à globalização e ao capitalismo financeiro neoliberal é que nos permitem entender por que cresce a relevância do trabalho na sociedade dita da informação.

Segundo Abreu (2002), os anos 1980 são marcados no Brasil pelo avanço da tecnologia, período em que as empresas investiram com o objetivo de baratear custos operacionais. Consequentemente, incentivaram o marketing para obter maior rentabilidade. A partir daí, começaram as pesquisas de opinião, aumentando, na pauta jornalística, a influência da opinião pública e das agências de publicidade. Dines (2004) aponta que “a partir dali, os empresários atuaram na própria essência do fazer jornalístico, com toda aquela supremacia do *marketing*, com o movimento de trocar as redações, tirar os mais velhos e botar a garotada. Isso marcou profundamente a imprensa brasileira”.

A década de 1990 ficou marcada pela instalação dos computadores nas redações e gráficas. As inovações tecnológicas baratearam a produção e causaram profundas alterações nas funções do jornalista, que viu cargos e postos serem extintos. Em 1995, a mudança foi total, com a chegada da Internet e da informação eletrônica e interativa. Houve valorização da imagem e maior velocidade da informação, que passou a circular em tempo real.

Hoje a informação está no topo da escala de valores da Sociedade. É a principal moeda de troca, em que é obrigatório conhecer e saber compartilhar as informações, sabendo usufruir o conhecimento como um todo, não apenas como benefício próprio. Castells (1999) afirma que estamos em meio a um novo paradigma, o da tecnologia da informação. Segundo ele, ao contrário do que se pensava no início dos anos 1990, o trabalho não acabou com a chegada dessa nova e avançada tecnologia; ocorreu sim um amadurecimento da revolução das tecnologias da informação que transformou o processo de trabalho, introduzindo novas formas de divisão técnica e social.

Os pesquisadores Carmem Lúcia Iochis Grisci e Paulo Henrique Rodrigues afirmam que o jornalismo vive hoje o pós-fordismo, em que a reestruturação do modo



de produção capitalista tem implicações sobre a organização do trabalho no jornalismo industrial:

Entre as características pós-fordistas nas rotinas de produção jornalística, compressão do tempo se destaca. A nova concepção de temporalidade tem transformado a cadência nas redações de jornais. Citam-se aqui três desses imperativos: encurtamento e supervalorização do tempo de confecção do produto jornal (*deadline*), alongamento da jornada de trabalho e dismantelamento dos limites entre funções. (2007)

Os autores afirmam ainda que “segundo Harvey (2004), no pós-fordismo, toda a organização do trabalho passa a se alicerçar na flexibilização e na desregulamentação. Antes mesmo que sejam feitas modificações nas leis trabalhistas brasileiras, a flexibilização de contratos de trabalho, como a terceirização, e do próprio sistema funcional vem ocorrendo”.

O mundo do trabalho passou, nas últimas décadas, por diversas mudanças em decorrência do capitalismo, da revolução informacional e da chegada nas novas tecnologias. Essas transformações naturalmente se refletiram no trabalhador e na sua relação com o trabalho, resultando em pesquisas geralmente direcionadas a refletir sobre as alterações globais da sociedade; poucas abordam o homem diante de sua atividade de trabalho.

A comunicação para um melhor entendimento do mundo do trabalho

A comunicação é hoje campo privilegiado para observação e interpretação dos fenômenos da sociedade. Por seu caráter interdisciplinar, é atravessada por áreas distintas do conhecimento (sociologia, antropologia, linguística e psicologia, entre outros) e pode ser analisada a partir de diversos ângulos, do emissor ao receptor. Pesquisas empíricas têm demonstrado que a comunicação é tema obrigatório para que melhor se entenda as transformações do século XX, a partir de novas tecnologias, da reorganização de métodos e processos de trabalho, fusão de mídias e supervalorização da sociedade de consumo.

O mundo do trabalho é peça fundamental para o estudo de diversas faces das relações humanas e lugar de mediação e de construção de subjetividade. É espaço de relações interpessoais, trocas de sociabilidades, identidades e auto-estima. Por ter um caráter multidisciplinar, a comunicação nos permite pensar os processos e conflitos, o



ritmo das mudanças no mundo do trabalho. Seguindo essa reflexão, a comunicação é uma disciplina aberta, inserida em temáticas contemporâneas, como tecnologias do imaginário, sociedade em rede, tempo e espaço mediatizados. Nela estão presentes outras ciências humanas, possibilitando a identificação de novos temas, problemáticas e abordagens para a investigação científica. Comunicação e trabalho partilham, ao longo dos anos, experiências e mudanças econômicas, interpessoais, tecnológicas e culturais muito semelhantes. “O trabalho, tanto como ação humana (pela defesa e sobrevivência) quanto como atividade econômica, ao apoderar-se do conceito de comunicação, trouxe a revolução dos meios, métodos, tecnologias, relações a que estamos vivenciando na contemporaneidade” (Fígaro, 2005:142).

Ao longo do século XX, a comunicação foi incorporada à lógica do Capital, assumindo importante papel para que se entenda a transformação ocorrida na sociedade. Mattelart (1999) aponta a divisão do trabalho como primeiro passo teórico para a história da teoria da comunicação. Segundo ele, “a comunicação contribuiu para a organização do trabalho coletivo no interior da fábrica e na estrutura dos espaços econômicos”. A partir daí estudiosos de diversas áreas começaram a se interessar pelo tema.

Por meio do desenvolvimento das teorias da comunicação, vemos que a cultura e o cotidiano passaram a ter um papel de destaque para a compreensão do sujeito inserido no processo comunicacional. E também, como afirma Fígaro (2001), “como as implicações econômicas e políticas atuam e compõem, na atualidade, a arena das relações sociais, onde se reconhece que a luta pelos sentidos se dá de forma mais estreita e próxima do cotidiano”.

E uma das organizações do cotidiano é o mundo do trabalho. Segundo Castells (1999: 265), o processo de trabalho situa-se no cerne da estrutura social. “As transformações tecnológica e administrativa do trabalho e das relações produtivas dentro e em torno da empresa emergente em rede é o principal instrumento por meio do qual o paradigma informacional e o processo de globalização afetam a sociedade em geral”.

A sociedade contemporânea e o trabalho mudaram. E ambos incorporaram novos meios, tecnologias, processos e linguagens, trazidos pela comunicação. A comunicação nos permite pensar os processos e conflitos, o ritmo das mudanças no mundo do trabalho. Daí a relação entre comunicação e trabalho.



Trabalho precarizado, polivalência profissional

O que é o trabalho? É a gestão de si mesmo, capacidade de transformar. Local onde o homem quer ser reconhecido como pessoa, útil, um ser capaz. O trabalho fez o homem, que precisou sobreviver em prol da sua subsistência.

Na sociedade capitalista, o trabalho está diretamente ligado ao capital. Marx (1993:120) afirma que o capital é “certa quantidade de trabalho armazenado e acumulado”. A sociedade se apropria dos bens do trabalho. A empresa visa o lucro, o crescimento, um melhor resultado. Para isso, utiliza todos os mecanismos disponíveis na sociedade. O capital ocupa uma verticalidade e o trabalho uma negatividade.

Para Marx, o trabalho vivo é o realizado pelo homem. O trabalho morto é aquele que já foi feito pelo homem, mas assumido por um instrumento/ferramenta. Esses conceitos nos ajudam a pensar no trabalho como mercadoria. Para Antunes,

Como o capital não pode eliminar o *trabalho* vivo do processo de mercadorias, sejam elas materiais ou imateriais, ele deve, além de incrementar *sem limites* o trabalho morto corporificado no maquinário tecnocientífico, aumentar *a produtividade do trabalho de modo a intensificar as formas de extração do sobretrabalho em tempo cada vez mais reduzido*. (2003:160)

O trabalho material é produzido através de matéria pura, que gera uma mercadoria palpável; o imaterial vem a partir de uma matéria prima chamada “informação”. Antunes afirma que há na sociedade contemporânea uma tendência dada pela crescente imbricação entre trabalho material e imaterial, por causa da precarização do trabalho e da expansão do trabalho intelectual, seja nas atividades industriais informatizadas, no setor de serviços ou nas comunicações. Para o autor, ambos encontram-se, entretanto, “centralmente subordinados à lógica da produção de mercadorias e de capital”.

Nessa nova fase, de crescente apropriação intelectual, as máquinas apropriam-se da subjetividade do trabalhador, que transferem parte do seu saber intelectual do trabalho para elas, necessitando de uma maior interação entre ambos. Para Antunes, “nesse processo, o envolvimento interativo aumenta ainda mais o estranhamento e a alienação do trabalho, amplia as formas modernas de reificação, distanciando ainda



mais a subjetividade do exercício de uma vida autêntica e autodeterminada” (2003: 163).

Nesse contexto, o jornalista está dividido entre a função de informar sobriamente os fatos e a atender as demandas de um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, cujas regras vão ao encontro da precarização do trabalho (terceirização, pessoa jurídica) e da polivalência do profissional.

O repórter, que no século passado era apenas um cidadão curioso e cheio de ideais, sem formação específica, mas com visão romântica da profissão, deu lugar ao jovem recém formado na faculdade de jornalismo, oriundo de camadas privilegiadas da população. A figura do jornalista mais experiente, que antes repassava informações e dicas para os mais novos, não existe mais, assim como diagramadores, revisores, secretários de redação e *past-ups*.

Antes, era possível discriminar assim o pessoal da imprensa: a direção era recrutada na burguesia; a redação, na camada social média ou pequena burguesia; e a oficina, no proletariado. Desaparecida a oficina tradicional, o proletariado está excluído da imprensa. A redação obedece a uma hierarquia nova, mais rígida, povoada, interna e externamente, daqueles que ingressam na profissão através de cursos acadêmicos e que, por isso mesmo, demandam estágios para a prática do mister. (Sodré, 1999: XVI).

Todos esses cargos foram extintos e, diante do novo quadro de reorganização do mundo do trabalho, jornalistas tornaram-se profissionais multifuncionais e polivalentes, obrigados a atuarem como repórteres, redatores, fotógrafos e cinegrafistas; às vezes ao mesmo tempo. São profissionais requisitados em todas as áreas, que precisaram se adaptar às demandas da nova tecnologia, aprendendo a produzir informação para diversas mídias.

A informatização também representou um salto em termos de rapidez na execução das tarefas e distribuição de jornais, tornando os horários mais rígidos para os profissionais. O tempo, ainda mais escasso, impossibilitou a pesquisa e as grandes reportagens. Os textos, muitas vezes adaptados à linguagem da hipermídia, estão mais curtos e a informação pasteurizada.

Todos esses fatores, aliados às grandes exigências e baixos salários, contribuem para que o ambiente de trabalho torne-se muito mais competitivo. A saúde, inevitavelmente, acaba sendo prejudicada. Segundo Heloani,



As organizações, pressionadas pelo processo de globalização, substituem cada vez mais o homem pela máquina, implementam novas tecnologias e obrigam o jornalista a adaptar-se freneticamente a elas. Assim sendo, o seu corpo, que é o seu instrumento de trabalho, se “ressente” e a sua mente se “surpreende” como se pode inferir através da observação dos consideráveis níveis de stress. (2003:72)

Poucos conseguem registro na carteira de trabalho. Os autônomos ganham por projetos, trabalhos ou textos. Segundo dados extraídos da RAIS⁴, em 2002 havia no Brasil 20.961 jornalistas trabalhando em empregos formais, com registro em carteira. Desse total,

- 36,4% dos profissionais trabalham em jornalismo impresso (jornais, revistas e agências de notícias);
- 42,87% trabalham nos setores chamados de “extra-redação” (empresas não jornalísticas, assessorias de imprensa, setor público, universidades, empresas públicas, empresas de economia mista, entidades de classe e ONGs, entre outros);
- Ou seja, apenas 25% dos jornalistas trabalham com carteira profissional assinada.
- 12,5% dos profissionais formados em jornalismo atuam na área
- As mulheres ocupam 51,5% das vagas nas redações
- Mais de 50% dos jornalistas estão no eixo Rio - São Paulo
- A maior parte dos jornalistas que trabalham na área tem menos de 40 anos.

Na mesma época, a Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) estimava que no Brasil existissem aproximadamente 80 mil profissionais formados. Se apenas um quarto está trabalhando com carteira assinada, onde estão os demais profissionais? As relações de trabalho mudaram completamente com a proliferação dos “PJs”, ou Pessoas Jurídicas. Com o auxílio das novas tecnologias, os jornalistas hoje trabalham em casa ou têm um pequeno escritório, onde oferecem os seus serviços, bancando todos os próprios encargos trabalhistas. Além disso, exercem funções executivas, de gerência.

Apesar da difícil situação do profissional no mercado de trabalho, o jornalista é polivalente e imprescindível em todas as áreas. Seu trabalho é o de reportar o fato, tornando-o notícia, reorganizando, a partir de uma determinada ótica, a balbúrdia do

⁴ Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)



cotidiano. O discurso jornalístico, como produto cultural identificado com o tempo presente, também passa por significativas mudanças: hoje é um produto cultural bastante diferenciado, cuja marca da interdiscursividade revela-nos, inclusive, as marcas que contém do discurso publicitário. Para Ciro Marcondes Filho (2000: 31), o jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma habilidade investigativa ou linguística.

O trabalho aumentou, o contingente foi reduzido, as responsabilidades se tornaram mais individuais. Aos poucos a mística do *contrapoder* se esvai. Chantageado pelo desemprego, os jornalistas de posição intermediária na empresa e os precários (frilas, repórteres-redatores, focas) perdem rapidamente de vista o fascínio da profissão. Mas não só eles: mesmo tarimbados jornalistas de informação política e geral estão reconhecendo o recuo de seu prestígio: primeiro a TV tem de noticiar para despertar interesse na notícia, depois é que eles podem aspirar a serem lidos (Marcondes Filho, 2000:58).

Ao mesmo tempo, o jornal impresso vive o desafio da sobrevivência. Com o surgimento da internet e a migração de leitores para o novo veículo, muitos apostaram no fim do jornal em papel. Mas, embora tenha havido uma queda na circulação e nas assinaturas, o jornal ainda persiste. Teve que adaptar-se aos novos tempos, investindo em um visual arrojado e em informações mais críticas, contextualizadas e completas para concorrer com a rapidez da internet.

O jornal é uma empresa, inserida em uma sociedade capitalista, e precisa conquistar cada vez mais leitores. É um negócio como outro qualquer. Os grandes jornais, administrados no passado por grupos familiares, como *O Globo*, *Folha de São Paulo* e *O Estado de São Paulo*, deram lugar a grandes conglomerados de mídia. Lourival Sant’anna (2008) afirma que há uma tendência rumo à convergência dos meios de comunicação, de as tradicionais famílias compostas por jornalistas darem lugar a gestores profissionais e, num segundo momento, a acionistas externos.

Essas mudanças nas modalidades de gestão e de propriedade têm implicações importantes sobre a cultura da empresa e sobre sua política de investimentos da atividade-fim, o jornalismo. Executivos formados em outros setores tendem a demonstrar menos propensão a aceitar investimentos, que não garantem rentabilidade no curto prazo, e que configuram “capricho de jornalistas”, como grandes reportagens, custosas coberturas, manutenção de redes de correspondentes, cadernos e suplementos culturais. (Sant’anna, 2008: 19)

Nesse processo, a publicidade ocupa lugar de destaque para a própria sobrevivência dos veículos, chegando inclusive a influenciar diretamente o texto jornalístico que se afasta, em certa medida, da textualidade jornalística, quando deixa



transparecer o atravessamento pelo discurso publicitário. Passa a refletir certa estrutura textual persuasiva, evidenciada tanto por seu caráter manipulador, quanto pela maneira como constrói positivamente uma imagem do tema-produto. Essa interdiscursividade chega a passar despercebida para a maioria dos leitores. Segue as regras de manuais de redação, adotados para marcar a identidade das empresas perante o mercado e uma pauta inteiramente planejada pelo veículo.

O perfil do jornalista está em transformação. Sant’anna (2008: 23) acha que, nesse novo perfil, o individualismo e o protagonismo do profissional cederiam espaço para o trabalho em equipe. Ainda segundo o autor, “o trabalho de apuração de reportagem como empreitada solitária marcada por talentos pessoais que funcionam como marcas distintas aliadas ao nome de um profissional, perderia parte de seu papel”. Hoje há, de fato, pouco espaço para a reportagem nos veículos de comunicação.

Além disso, na televisão, jornalistas, apresentadores e comentaristas tornaram-se celebridades com status e salários de grandes estrelas. Para Koshiyama (2008), o jornalismo hoje é uma profissão no Brasil que fascina e confunde seus receptores com espetáculos muitas vezes próximos dos ficcionais; “alguns jornalistas tornaram-se ídolos nos meios de comunicação de massa e temos em ação neles pessoas com os mais diferentes perfis intelectuais e morais – para o bem e para o mal”.

Considerações finais

Como todas as inovações, os computadores e a Internet trouxeram boas e más novidades para os jornalistas, como afirmou Burke no início deste artigo. As mudanças no mundo do trabalho para o jornalista são evidentes. Hoje as empresas de comunicação são grandes corporações; contam com capital externo, são totalmente institucionalizadas e têm elevada organização e divisão do trabalho do comunicador. Com o surgimento de novas tecnologias e também de megacorporações – que englobam diversas mídias em uma só empresa - elas reorganizaram suas plantas produtivas e introduziram novos processos de organização do trabalho. Ao mesmo tempo ocorre, entre os empregados, acúmulo de funções e enxugamento de postos de trabalho.

É importante destacar que não se faz aqui apenas uma crítica às novas tecnologias, que, na opinião de muitos profissionais, chegou para agregar valor ao processo de produção do jornal. Mas o fato é que esse “avanço” também prejudicou a saúde dos jornalistas. Segundo Heloani,



Pesquisas da Organização Internacional do Trabalho (OIT), junto a sindicatos de jornalistas, demonstram uma tendência nada promissora para essa profissão: devido às doenças insidiosas e, portanto, de difícil diagnóstico precoce, parte significativa desses profissionais não alcança sequer a aposentadoria... Ademais, a partir da implantação de novas tecnologias nas redações nacionais, os usuários – jornalistas em sua maioria – se vêem cada vez mais diante dos “Distúrbios Osteomusculares Relacionados ao Trabalho” (DORT). (2003:20)

Além da saúde e da precarização, outro problema que preocupa é a falta de comprometimento dos profissionais de jornalismo, que não vêem a informação como um dos direitos fundamentais do cidadão. Segundo dados da pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*⁵, feita entre 2006 e 2008, o perfil e a situação do profissional de comunicação coincidem com o que foi relatado até aqui. O que preocupa é a falta de responsabilidade com relação ao bem que esses profissionais produzem: a informação, que é vista “como um produto fundamental na sociedade contemporânea, um negócio de muita lucratividade”. Poucos responderam (em alternativas sugeridas num questionário quantitativo) que é “um direito do cidadão”, ou seja, não entendem a informação como um bem público. Para Fígaro (2008), “esse é o cerne do conflito que se enuncia no mundo do trabalho na comunicação e que perpassa as relações de trabalho dos comunicadores na contemporaneidade”.

Para os profissionais pesquisados, os meios de comunicação na atualidade são “o negócio mais promissor da atualidade” e “um negócio como outro qualquer”. Ou seja, a informação tem valor porque é um negócio, pensamento que foi transmitido através da nova forma de produção da comunicação.

Diante desse quadro, conclui-se que está nas mãos das instituições de ensino e universidades o desafio de reavaliar o papel do profissional de jornalismo e a sua atual função no mundo do trabalho. É preciso resgatar princípios éticos e noções de cidadania, para que o profissional tenha a verdadeira noção de seu papel na sociedade.

A obrigatoriedade do diploma de jornalismo para o exercício da profissão foi suspensa há pouco tempo, mas os cursos continuam. Algumas empresas de comunicação já anunciaram que pretendem continuar contratando profissionais formados em jornalismo. É o momento para repensar a grade curricular e preparar um profissional que seja capaz de representar os verdadeiros valores do jornalismo.

⁵ Feita pelo grupo de pesquisas Comunicação e Trabalho, da ECA-USP, da qual a autora é integrante, sob a coordenação da Profa. Dra. Roseli Fígaro, com apoio da Fapesp.



Referências Bibliográficas

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa (1970-2000)**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002. (Coleção Descobrimo o Brasil).

_____, LATTMAN-WELTMAN, Fernando, ROCHA, Dora (organizadores). **Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2003.

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. 4ª ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1987, pg. 287-295.

ANTUNES, Ricardo. **Adeus ao trabalho?** Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho. 3. ed. São Paulo: Cortez/Edunicamp, 1995.

_____. **Os sentidos do trabalho**. Ensaio sobre a afirmação e negação do trabalho. 6ª ed. São Paulo: Boitempo, 2001.

BURKE, Peter & BRIGGS, Asa: **Uma história social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004 .

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura; v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

FÍGARO, Roseli. **Comunicação e Trabalho: estudo de recepção: o mundo do trabalho como mediação da comunicação**. São Paulo: Anita Garibaldi, 2001.

_____. Considerações sobre os resultados da pesquisa de recepção: a construção dos sentidos do trabalho pelos receptores dos meios de comunicação. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación**. Año II, n.2 enero/junio, 2005. p.138-148. ISSN 1807-3026

_____. **Atividade de comunicação e trabalho**. Fapesp/ECA-USP, 2007.

_____. **Relações de comunicação no mundo do trabalho**. São Paulo: Annablume, 2008.

HARVEY, David. **Condição Pós Moderna**. 6ª edição. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HELOANI, José Roberto. **Mudanças no mundo do trabalho e impacto na qualidade de vida do jornalista**. São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, NPP – Série Relatórios de Pesquisa – Relatório nº12/2003

MARSHALL, Leandro. **O Jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.



MARCONDES FILHO, Ciro. **Jornalismo. A saga dos cães perdidos.** São Paulo, Hacker Editores, 2000.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos.** Lisboa: Edições 70, 1983.

MATTERLART, Armand e Michèle. **História das teorias da comunicação.** São Paulo: Loyola, 1999.

RIBEIRO, Jorge Cláudio. **Sempre alerta – condições e contradições do trabalho jornalístico.** São Paulo: Editora Brasiliense e Olho D'água, 1994.

ROMANCINI, Richard e LAGO, Cláudia. **História do Jornalismo no Brasil.** Florianópolis: Ed. Insular, 2007

SANT'ANNA, Lourival. **O destino do jornal: a Folha de S. Paulo, O Globo e o Estado de São Paulo na sociedade de informação.** Rio de Janeiro: Record, 2008.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil.** 4ª ed. (atualizada). Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade.** Uma teoria social da mídia. Petrópolis: Vozes, 1995.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação,** 2ª ed. Lisboa: Presença, 1992

Textos da Internet

GRISCI, Carmem Lígia Iochis e RODRIGUES, Paulo Henrique
Revista Psicologia & Sociedade - vol.19 n° 2 Porto Alegre - May/Aug. 2007 – acessado em 08/07/2009 às 22h
http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-71822007000200007&script=sci_arttext

KOSHIYAMA, Alice Mitika. O estudo de história nos cursos de jornalismo. Artigo publicado no XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Intercom 2008
<http://intercom.org.br/papers/nacionais/2008/resumos/R3-0658-1.pdf>