



Formação, Relações de trabalho e Novos Processos Produtivos: o Discurso de Jovens Jornalistas de São Paulo¹

Cláudia do Carmo Nonato Lima²

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP)

Resumo:

Este artigo apresenta os resultados qualitativos da pesquisa “Comunicação e mundo do trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos de produção”³. Trata-se da análise de entrevistas feitas com oito jornalistas, selecionados dentro de um perfil pré-determinado: ambos os sexos, com menos de 40 anos, que trabalhassem em variados locais e setores (assessorias, redação de jornal e de portal online), sendo 50% sindicalizados. Os resultados apontaram que os jovens são individualistas, polivalentes e têm a clara ideia de que o marketing está inserido na informação. Com relação às relações trabalhistas, estão sem vínculo, terceirizados e precarizados, trabalhando muitas horas e com baixos salários. A maioria não está nas redações, e sim trabalhando como assessor de comunicação.

Palavras-chave: jornalistas, comunicação, mundo do trabalho

Introdução

Conhecer o perfil do jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo foi a questão principal que norteou esta pesquisa, que teve como objeto principal o jornalista que está situado no Estado de São Paulo. Partimos da hipótese teórica de aproximação entre comunicação e trabalho como mediações capazes de entrelaçar os diferentes aspectos das questões acima. Tal abordagem se justifica pelo fato da comunicação ser fundamento da atividade humana e dos processos de trabalho, o que nos permite melhor compreender o papel do jornalista na sociedade contemporânea.

O século XX foi um período de grandes mudanças no mundo do trabalho do jornalista. As empresas de comunicação transformaram-se em conglomerados de mídia; métodos e processos de trabalho precisaram ser reorganizados; 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 profissionais de comunicação e também a sua maneira de se comunicar.

¹ Trabalho apresentado ao DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

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

³ Dissertação de mestrado da autora, defendida em 2010 na ECA-USP



Diante desse quadro, procuramos entender como inovações técnicas e tecnológicas durante a história recente puderam transformar a prática jornalística e o jornalismo, resultando à sociedade, segundo nossa hipótese, um novo perfil profissional. Um primeiro olhar sobre as pesquisas já existentes na área de comunicação 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, nos lugares mais inusitados e para pessoas que nunca imaginou.

Dados divulgados pela Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) e fornecidos pelo Ministério do Trabalho e Emprego, mostraram que existiam no País, até abril de 2009, aproximadamente 80 mil profissionais com registro de jornalistas. O relatório RAIS (Relação Anual de Informações Sociais) divulgado em 2002⁴ mostrou que, naquele ano, haviam no Brasil 20.961 jornalistas em empregos formais, trabalhando com registro em carteira – apenas 20% do total nacional. Desse número, 36,4% estavam no jornalismo impresso (jornais, revistas e agências de notícias), 20,73% em rádio e televisão e 42,87% nos setores chamados “extra redação” (empresas não-jornalísticas; assessores de imprensa, do setor público, universidades, empresas públicas, empresas de economia mista, entidades de classe e ONGs, entre outros).

A Pesquisa *Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*⁵, feita com comunicadores de duas grandes empresas de comunicação, mostrou que os profissionais da área são jovens e atingem o auge da profissão entre os 30 e 40 anos de idade. A pesquisa também aponta, assim como o relatório do Ministério do Trabalho divulgado em 2002, que as mulheres hoje ocupam mais de 50% dos postos de trabalho.

É neste contexto de grandes transformações que propusemos discutir o perfil do jornalista de São Paulo, Estado que detém aproximadamente 31% dos jornalistas brasileiros, segundo um levantamento elaborado pela assessoria econômica do Sindicato

⁴ Estamos utilizando os dados da RAIS 2002 e de 2005. A primeira foi disponibilizada pela FENAJ (Federação Nacional dos Jornalistas), e a segunda pelo Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo. Vale destacar que fizemos tentativas de acesso ao relatório atualizado, de 2008 ou 2009, mas não obtivemos sucesso junto ao Ministério do Trabalho e Emprego.

⁵ Feita com apoio e aprovação da FAPESP, entre 2006 e 2008 pelo grupo de pesquisa de Pesquisa Comunicação e Trabalho, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



dos Jornalistas de São Paulo, com base na RAIS de 2005. Neste artigo, estão os resultados qualitativos da pesquisa “Comunicação e mundo do trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos de produção”.

Construção metodológica da pesquisa

A amostra da pesquisa foi organizada no sentido de mapear a diversidade de jornalistas existentes hoje no mercado de trabalho do Estado de São Paulo. Para construir o objeto empírico, foi aplicado - na primeira etapa da pesquisa - um questionário online a jornalistas contatados a partir de mídias sociais; também a associados de uma entidade representativa de classes (o Sindicato dos Jornalistas de São Paulo) e a funcionários de uma empresa do setor de comunicação. A segunda parte seria a pesquisa qualitativa e a análise das entrevistas.

A composição do perfil da entidade e da empresa de comunicação foi feita com a adoção de métodos de pesquisa bibliográfica, a partir do discurso oficial, publicações da mídia especializadas e pesquisas acadêmicas. A partir deste perfil, foi feito um recorte da amostra de associados e funcionários para ser então utilizada uma combinação de duas técnicas de pesquisa: o instrumento quantitativo (formulário eletrônico) e o qualitativo (roteiro de perguntas abertas).

Os instrumentos de investigação foram adaptados ao recorte da pesquisa, de acordo com as especificidades de cada uma das organizações.

Amostra Qualitativa

Para a pesquisa qualitativa, foram realizadas oito entrevistas com jornalistas, profissionais selecionados dentro de um perfil pré-determinado: de ambos os sexos, com menos de 40 anos, que estivessem trabalhando em variados setores (assessoria de imprensa, de comunicação, comunicação interna, redação de jornal e redação de portal online) e em diferentes locais (na redação, no escritório e em casa). Metade dos entrevistados é sindicalizada e a outra metade, não.

As entrevistas foram realizadas entre o segundo semestre de 2009 e os dois primeiros meses de 2010. Os profissionais foram selecionados a partir grupos que participaram da etapa quantitativa da pesquisa. Metade dos jornalistas foi contatada a partir das redes sociais e a outra metade escolhida aleatoriamente, com o auxílio do



programa Excel, a partir dos respondentes do questionário aplicado junto com os jornalistas sócios do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo. Feito o contato e tendo a aceitação do jornalista, as entrevistas foram realizadas presencialmente pela pesquisadora, gravadas e depois transcritas.

O roteiro foi estruturado em sete blocos: o primeiro solicitava ao entrevistado seu histórico pessoal e profissional; o segundo perguntava a respeito da sua relação com o jornalismo; o terceiro, sobre a profissão e as novas tecnologias; o quarto bloco solicitava ao entrevistado falar sobre as relações e vínculos trabalhistas, além de sua rotina; o quinto questionava o profissional a respeito da sua formação universitária e relação com o Sindicato dos Jornalistas; o sexto bloco era sobre o tempo de lazer e tempo de trabalho, além das relações familiares e, finalmente, o sétimo bloco pedia a opinião do profissional com relação ao seu futuro.

Quadro 1 - Relação de jornalistas entrevistados

Nome	Idade	Local de Trabalho	Data da Entrevista
Rodrigo	28	Assessoria de Imprensa (CLT)	10/09/2009
Luís	33	Em casa, home Office (PJ)	10/09/2009
Fernanda	26	Assessoria de Comunicação (PJ)	11/09/2009
Cristiane	29	Em casa, home Office (PJ)	11/09/2009
Alberto	22	Folha de S. Paulo (CLT)	03/12/2009
Débora	24	Agência de Comunicação (PJ)	02/02/2010
Ana	37	Em casa (autônoma)	03/02/2010
Jair	29	Estadão Online (CLT)	12/02/2010

Método de Análise

A análise das entrevistas teve como foco dois procedimentos. O primeiro buscou revelar o lugar a partir do qual o jornalista está falando, de onde enuncia o seu discurso. Ao falar de seu percurso pessoal e profissional, de suas relações com a profissão, o sujeito nos ajudará a revelar nas suas falas as marcas ideológicas e como estão historicamente situadas, o que nos permitirá revelar as condições e produção do discurso. O segundo procedimento, a partir das respostas sobre a profissão, das relações trabalhistas e problemas do cotidiano, busca comentar os pontos de vista dos jornalistas. Desse modo, pudemos comparar experiências e chegar a conclusões e afirmações sobre os desafios que estes jovens enfrentam no mundo do trabalho.



Além do depoimento dos jovens, utilizamos trechos das entrevistas feitas na pesquisa *Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*⁶, com os veteranos Laurentino Gomes e Eurípedes Alcântara, para serem utilizadas como contraponto.

Como método de análise, tomamos a fala de cada um dos jornalistas entrevistados, para depois verificarmos as aproximações e diferenciação enunciadas sobre cada um dos tópicos da entrevista. Fizemos também, quando possível, relação com os dados obtidos na pesquisa quantitativa.

Resultados:

a) A trajetória familiar e a opção pelo jornalismo

Bernardo Kucinski considera que existem os jornalistas por vocação e os jornalistas por profissão. O primeiro grupo, “centrado no mundo da cultura e das ideias” (2005:107), é fruto de uma época marcada pelo romantismo, em que a vocação e a paixão pelo jornalismo eram as suas características principais. O segundo grupo, que prevalece nos dias de hoje, é o que aprendeu a fazer jornalismo nas universidades, a partir do final dos anos 1960. Formados a partir do crescimento do capitalismo e da indústria cultural, são individualistas e, segundo o autor, não lutam mais pela verdade ou pelo interesse público: “lutam para garantir o seu emprego”.

A partir dos depoimentos de veteranos como Eurípedes Alcântara e Laurentino Gomes, notamos claramente que ambos pertencem ao primeiro grupo. Embora já sejam de uma geração que cursou jornalismo em universidades, eles transmitem, por meio de suas falas, a vocação por excelência, além da paixão pela profissão:

Eu fiz jornalismo, tinha a visão romântica da profissão. Do correspondente de guerra. E tenho ainda, não fui decepcionado em nenhum momento. Eu adorava essas revistas de histórias, do sujeito que individualmente se embrenha num lugar e trazia algo que ninguém nunca tinha visto. (Eurípedes Alcântara)

Entre os mais jovens, a maioria afirma ter escolhido o jornalismo pela identificação com a leitura e a escrita; não acrescentam a curiosidade e a vontade de ajudar os outros. Apontam as características pessoais como fator principal para a escolha do curso de comunicação. Nenhum deles, no entanto, traz motivação político-ideológica, ou experiência anterior à faculdade, como a elaboração do jornal da escola,

⁶ Feita com apoio e aprovação da FAPESP, entre 2006 e 2008 pelo grupo de pesquisa de Pesquisa Comunicação e Trabalho, da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo.



por exemplo. Também não demonstram, em seus depoimentos, traços de paixão pela carreira, como os veteranos. Demonstram ter feito a escolha com a insegurança típica dos adolescentes que, aos 17 anos, precisam escolher sem erro a profissão que deverão seguir.

Optei pelo jornalismo porque sempre gostei de escrever, publiquei o meu primeiro livro com 16 anos... (Rodrigo)

Eu comecei a fazer testes vocacionais e sempre dava alguma coisa voltada pra área de comunicação. Entre as opções eu acabei optando por jornalismo, pensando em jornal diário. (Débora)

Outro traço comum é que a maioria dos respondentes veio de família de classe média, bem estruturadas e capazes de sustentar os filhos até chegarem à faculdade, sem que estes tivessem necessidade de trabalhar. Alguns tiveram experiências de estudos no exterior (Rodrigo e Cristiane) e falam mais de dois idiomas. Quase todos cursaram faculdades particulares, e fizeram ou estão fazendo curso de pós-graduação, dados que coincidem com os resultados da pesquisa quantitativa. Vale destacar que os veteranos entrevistados têm formação universitária.

b) A formação universitária e a obrigatoriedade do diploma

Dados da pesquisa quantitativa comprovaram que a maioria dos jornalistas de São Paulo é formada em faculdades particulares. Pagaram altas mensalidades, mas poucos saíram satisfeitos: apresentaram, em suas falas, desde problemas com a grade curricular até de estrutura dos laboratórios e falta de computadores. Luís, que teve situação familiar menos privilegiada, foi o que mais sofreu com a falta de equipamentos, da Unisantana e, depois, da UNIP.

Mas as opiniões se dividem, principalmente, quando se fala em conteúdo curricular: um grupo defende uma formação humanística mais completa, enquanto outros defendem uma formação mais pragmática. Este é, na verdade, um embate entre aqueles que pensam o jornalismo como um meio de realização social e aqueles que encaram a profissão como negócio. Rodrigo, por exemplo, é contra; ele não acha importante a formação humanística. Não sabe o quanto é importante a preparação do intelecto, que dará ao profissional base cultural e maturidade, requisitos que capacitarão o jornalista a agir e tomar decisões.



Está faltando no sentido prático. Muitas universidades focam na questão teórica. Então vai você lá aprender as teorias da comunicação, que nunca vai usar pra nada, conceitos e teorias comunicacionais, que você também não vai usar pra nada. Então as faculdades estão ainda muito na questão teórica. Por que os computadores ficam em laboratório? Computadores tinham que estar na sala de aula. (Rodrigo)

O simples fato de fazer um estágio é suficiente para preparar o profissional? A partir da convivência que tiveram com estagiários, os jornalistas apontaram que existe falta de bagagem cultural e interesse por conhecimentos gerais. Esses problemas poderiam ser amenizados na graduação, ou em cursos de especialização ou pós-graduação. Mas há outras deficiências; como, por exemplo, a falta de leitura diária de jornais e também a falta iniciativa por parte dos jovens, tão criticada por Fernanda. Também não há curiosidade, tão importante para um bom profissional. As tecnologias, a internet e o *Google* facilitaram demais o acesso à informação. Nada tem graça, nada é novo. E o jornalista não precisa se mobilizar para buscar a notícia.

Então eu acho que é isso, porque quanto mais essas inovações tecnológicas vêm, a gente fica sempre como um receptor passivo da informação. E essa passividade acaba se refletindo no trabalho, na sua vida afetiva... (Fernanda)

Os jornalistas que estão no mercado de trabalho têm consciência de que precisam continuar estudando. Dados da pesquisa quantitativa apontaram que a maioria dos respondentes fez algum curso de especialização ou pós-graduação, em busca de atualização, aprofundamento ou mesmo para sanar as deficiências que tiveram na educação escolar. De olho no futuro, os mais maduros buscam cursos de gestão e empreendedorismo.

A regulamentação da profissão de jornalista ocorreu em 1969, com a promulgação do Decreto-Lei nº 972, que tornou obrigatório o diploma dos cursos de jornalismo para o exercício da profissão. Alzira Abreu (2002:40) afirma que a profissionalização nasceu a partir das demandas do mercado mas, nesse momento, entrou em cena “a lógica da diferenciação social”, que visava organizar o espaço do trabalho limitando a concorrência por meio de fronteiras. A partir daí “só teriam acesso à profissão os que possuíssem formação especializada, feita nas faculdades de jornalismo ou comunicação”. Tal iniciativa mudou o perfil do jornalista, que passou a ser de jovens universitários provenientes da classe média.



Em junho de 2009 o Supremo Tribunal Federal revogou o Decreto, e atualmente qualquer pessoa pode exercer a profissão. Restaram muitas dúvidas para os profissionais, para as empresas de comunicação e universidades. Contratar ou não um jornalista sem diploma? Fazer ou não faculdade de jornalismo? Como fazer para manter o interesse dos alunos? As entidades representativas dos jornalistas estão fazendo de tudo para reverter a situação. Todos os jornalistas jovens que responderam o roteiro são a favor da obrigatoriedade do diploma.

c) As relações trabalhistas e as mudanças no modo de produção

As respostas do questionário quantitativo mostraram que os jornalistas que estão atuando no mercado de trabalho no Estado de São Paulo são jovens, principalmente aqueles que estão trabalhando fora das redações de jornais e revistas. Ainda segundo as respostas, as mulheres estão ocupando pouco mais da metade dos postos de trabalho. Alberto e Jair, que trabalham em redações de jornais, declararam que seus colegas e chefes são jovens, com menos de 30 anos. Acima dessa faixa, o profissional é considerado um idoso! O preconceito começa muito cedo na área de jornalismo.

É assim: tem aquela questão da vida útil, né? Tem alguns idosos lá. Eu chamo de idosos por causa da idade. Eu tenho 33 anos, então já sou idoso do jornalismo, certo? (Luís)

A figura do jornalista mais maduro, que ensinava os mais jovens nas redações durante o horário de trabalho, tão importante para a formação do profissional inexperiente, não existe mais. Foram substituídos ou demitidos, assim como os revisores e copidesques. As redações ficaram nas mãos de jovens, para cargos de chefia, e dos programas de softwares, para fazer a revisão.

Do ponto de vista da atividade de trabalho, verifica-se o menosprezo pelos saberes da experiência. Os profissionais mais antigos são portadores de um saber que não é mais necessário à empresa de comunicação. Eles são portadores de um saber e de uma cultura que foi abolida das redações para dar lugar a uma nova ordem, a outra norma. Vários desses saberes dos profissionais foram assimilados em softwares ou migram para novos postos de trabalho.

Afinal, onde estão trabalhando os jornalistas? Poucos estão nas redações, cujas vagas estão cada dia mais enxutas. Segundo os dados da pesquisa quantitativa, daqueles jornalistas que estão no mercado de trabalho, a maior parte está concentrada nas assessorias de imprensa e também nos grandes centros urbanos. Débora, por exemplo,



que se formou em Santos, afirmou que os colegas que conseguiram emprego estão na capital. Segundo ela, quem ficou em Santos está trabalhando em outras áreas.

Se compararmos os resultados da pesquisa quantitativa com os relatos dos jornalistas, notamos que os profissionais que possuem mais de quarenta anos ou estão em cargos de chefia de grandes empresas jornalísticas, migraram para os cargos de chefia (ou tornam-se sócios) das assessorias de imprensa. Ou seja, os jornalistas experientes estão levando o conhecimento para as assessorias, que produzem a informação, posteriormente repassada para os grandes meios de comunicação, que as reproduzem.

Alzira Abreu (2002) nos lembra que os jornalistas que iniciaram suas carreiras nos anos 1970 e 1980 são os atuais chefes de redação, editorias e sucursais dos jornais. Segundo a autora, aqueles que ocupavam essas mesmas posições anteriormente, e que haviam iniciado a carreira nos anos 1950, “hoje são colunistas de prestígio ou ocupam cargos especiais, mas não detêm posição de direção” (idem, 39). Ou seja, a direção está nas mãos dos homens de negócios.

A reestruturação produtiva ocorrida no mundo do trabalho, principalmente a partir dos anos 1980, transformou profundamente as relações trabalhistas. Foi a partir dessa época que aumentou o número de jornalistas contratados sem registro em carteira, 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. Tais relações trouxeram perdas dos direitos trabalhistas para os trabalhadores, chamada por Antunes (1995) de “subproletarização do trabalhador”.

A pesquisa quantitativa também mostrou que há uma proliferação de profissionais que estão trabalhando em casa, em *home office* ou empresa própria. É muito mais barato para a empresa manter o profissional como PJ ou autônomo, trabalhando em casa. Se o trabalho é espaço de troca de sociabilidade, local onde a pessoa quer ser reconhecida como útil, como desenvolver esse papel trabalhando em casa? A solidão, a falta de compreensão dos familiares e de estrutura adequada de trabalho estão entre as maiores reclamações dos entrevistados. A angústia esteve presente na fala das duas mulheres entrevistadas (Cristiane e Ana), uma solteira e outra casada.

Os jovens que ingressam hoje no mercado de trabalho têm consciência das perdas proporcionadas pela precarização. São maioria nos dados quantitativos os que



não têm vínculo. Sentem-se encurralados, porque se não aceitarem as condições impostas pelas empresas, não conseguem ingressar no mercado de trabalho. Aqueles que conseguem contrato pela CLT sentem-se privilegiados dentro da profissão. Ao falar sobre a questão, os jovens sem registro ficam constrangidos com a situação. A falta de vínculo impede que se tenha uma série de garantias e também o planejamento pessoal e familiar, como mostrou a pesquisa quantitativa: a maioria dos respondentes afirmou conseguir se planejar apenas a médio e curto prazo.

Fernanda nos chama a atenção ao afirmar que as empresas estão “quarteirizando o intelecto” dos profissionais. Esse seria mais um passo dentro do processo de precarização das relações trabalhistas, da cadeia que se forma a partir da empresa, que possui uma assessoria de imprensa, que por sua vez contrata outra assessoria, que coloca os seus freelancers e PJs para trabalhar. E o que é pior: é uma relação legalizada; cabe apenas ao trabalhador se sujeitar ou não a essa situação.

A introdução das tecnologias no processo de produção do jornal e da chegada dos computadores e da internet nas redações, trouxe muitas mudanças também na visão empresarial. Os jornalistas foram afastados da direção das empresas familiares a partir dos anos 1980 e substituídos por grupos de administradores, economistas, empresários. O jornal se estabelecia como negócio e a notícia como produto. Alzira Abreu lembra que, ao adotar as novas tecnologias, o objetivo das empresas de comunicação era baratear os custos operacionais, economia essa que exigia investimentos em equipamentos que, por sua vez, precisavam do retorno financeiro do veículo. Diante desse quadro, e pensando em ampliar o público, os empresários começaram a investir pesado em publicidade e marketing, “um novo elemento que se tornou fundamental para os meios de comunicação”. (2002:28)

Segundo a autora, foi a partir da introdução do marketing e das pesquisas de mercado que as empresas começaram a trabalhar os meios de comunicação como “produto” e o público consumidor como “cliente”. Para ela, não foi só o público que passou a influir diretamente entre os meios de comunicação. “Também as empresas de publicidade procuraram induzir as empresas jornalísticas a se tornar meios mais atraentes e sedutores de divulgação para os produtos anunciados” (idem: 29)

A pesquisa quantitativa apontou que os jornalistas de hoje consideram a captação de novos clientes e a receita publicitária como as principais influências na empresa em que trabalham. No discurso dos profissionais, encontramos essa relação



direta com o discurso publicitário principalmente no profissional que trabalha em assessoria de imprensa, que vê a notícia como produto e o público como cliente.

Hoje as empresas de comunicação vivem em plena sintonia com a publicidade, e os jornalistas tornaram-se apenas coadjuvantes dessa relação. Nascido a partir de um caráter revolucionário, de denúncia, esclarecimento, de espaço para debates e formação de ideias (Oliveira, 2005:2), o jornalismo perdeu este caráter militante a partir do momento em que o passou a ocupar uma posição mercantil e a informação passou a ser encarada como um produto. “Nas empresas jornalísticas, o fazer tornou-se mais importante que o saber, e o jornalista é hoje um trabalhador de linha de montagem”. (Kucinski, 2005:109). O trabalhador é, como afirmou o jovem Rodrigo, um “operário da informação”, que pega a informação oriunda das assessorias de imprensa e transforma em produto, sem ter tempo e disponibilidade de apurar o que recebeu. Ou seja, Rodrigo lastima tal situação porque ela provoca o rebaixamento da qualidade do trabalho e sobreleva valores e escolhas que nem sempre permitem o adequado exercício profissional.

Não há dúvida de que a informatização agilizou o processo de trabalho. Mas também intensificou os horários de fechamento e a pressão sobre o jornalista, que hoje trabalha muito mais: ele se pauta, entrevista, escreve, fotografa e filma. Quem está nas redações vê o tempo e a equipe reduzidos, controlados e apenas o trabalho ampliado. O cargo de repórter é exercido pelos mais jovens, que precisam atuar em várias frentes e geralmente não têm tempo para checar as informações como deveriam. Releases chegam a ser publicados na íntegra. O jornalista da redação torna-se um mediador, que busca e seleciona a informação a ser transmitida. As reportagens investigativas estão praticamente extintas.

A relação entre assessores de imprensa e jornalistas é cada vez mais intensa, mas o preconceito que existe é latente. Cada um defende o seu lado; os jornalistas afirmam que os assessores são insistentes e consideram o tipo de trabalho feito por este profissional inferior; os assessores, por sua vez, consideram os jornalistas arrogantes. Todos disputam o poder sobre a informação, mas este poder está, na verdade, nas empresas de comunicação.

A polivalência do jornalista é fundamental para sobreviver hoje no mercado de trabalho. Não há opção de escolha. Cristiane, no entanto, coloca que não quer ser um profissional multiuso. Para ela, “cada um deveria ser bom numa coisa só”. Ou seja, o jornalista deveria fazer as reportagens, o fotógrafo e o cinegrafista registrar o momento



e o diagramador, montar o jornal e acompanhar a gráfica. Mas não é o que ocorre: um jornalista produz o trabalho de três, às vezes quatro profissionais. E ganha apenas um salário para isso.

d) A atividade de trabalho

Ao questionarmos os jornalistas sobre a sua atividade de trabalho, verificamos que eles apenas descreveram a tarefa prescrita que realizavam diariamente, ou seja, ler e responder e-mails, ler jornais, escrever releases. Não foi possível obter informações sobre o trabalho “real” dos jovens, ou seja, a diferença entre o trabalho prescrito e o realizado. Como afirmou Pierre Trinquet (2009), é difícil fazer com que o profissional reflita sobre a sua atividade e fale sobre a intimidade do seu trabalho. Durante as entrevistas, a pesquisadora precisava retomar várias vezes a pergunta, pois os jovens começavam a falar de sua experiência e rapidamente mudavam o assunto. Todos, sem exceção afirmaram que a primeira atividade que fazem ao acordar ou ao chegar ao escritório é abrir os e-mails, inclusive para ler os jornais do dia. Ou seja, a internet está totalmente integrada ao cotidiano dos profissionais de jornalismo.

Para quem trabalha em casa é ainda mais difícil separar a vida pessoal da profissional. O sujeito perde a referência do local de trabalho como troca de sociabilidades e de auto-estima. Ao mesmo tempo, o lar deixar de ser um local prazeroso, de descanso e lazer. Quem mora com a família vê esse problema aumentado, com a administração dos problemas familiares do cotidiano. Os conflitos são inevitáveis.

As empresas, por sua vez, sempre arranjam uma maneira de controlar o trabalho, mesmo que a distância. A equipe de trabalho de Cristiane se monitora pelo Skype; um depende do outro e, se for preciso, se acusam pela queda na produção, como no toyotismo; Rodrigo, que trabalha em assessoria de imprensa, precisa preencher planilhas de metas diárias. Ou seja, o controle é intenso, onde quer que o profissional esteja. A pesquisa quantitativa apontou que os jornalistas trabalham, em média, dez horas por dia, dado que também coincidiu com as nossas respostas.

e) Tempo de trabalho e tempo para o lazer

Como um médico, o jornalista é jornalista em tempo integral. Ele gosta do que faz e é um observador do cotidiano onde quer que esteja, seja em casa ou no trabalho. Com a nova configuração no mundo do trabalho, no entanto, está cada vez mais difícil



para o profissional ser um jornalista por inteiro. Quase todos os jovens que ingressam na faculdade de comunicação querem atuar como repórteres, geralmente da área de cultura e entretenimento, a mais citada e admirada nas entrevistas. Mas o restrito mercado de trabalho faz com que a maioria vá para as assessorias de imprensa, escrever sobre assuntos que pouco interessam, e dentro de uma rotina cansativa e exploratória imposta pelas empresas. É o desafio de exercer a atividade, questão que Schwartz e Durrive chamaram de “dramáticas do uso de si por si mesmo” (2003:261), que vem a ser o momento em que o “corpo-si”, ou sujeito, se defronta com a batalha da sua atividade, onde tem uma prescrição de como deve ser feito e o que ele tem a fazer. O desafio do real e do prescrito.

Diante desse quadro, como o jornalista faz para organizar o seu “desconforto intelectual”, realizar a sua vontade, exercer o seu ofício com prazer? Por meio dos blogs. Quase todos os entrevistados afirmaram ter um blog, geralmente relacionado à área cultural e de entretenimento. O prazer está em ir ao cinema, teatro, shows, ouvir um CD ou ler um livro e escrever o comentário no blog. Não importa o dia ou horário, pode ser à noite, depois do expediente, ou num final de semana. O blog também é visto como uma vitrine e uma grande oportunidade de chegar a uma redação de jornal. Alberto conseguiu emprego em jornal por que seu blog foi lido por um editor. Luís sonha conseguir o mesmo feito e faz um investimento até mesmo financeiro em seu blog, buscando entrevistas e frequentado bares para assistir a shows.

As novas tecnologias permitem que se trabalhe de qualquer lugar. Sem perceber, o profissional está trabalhando mais, fora do expediente, ou nos finais de semana. Ler jornal, ouvir rádio e assistir à televisão é diversão ou trabalho? Resposta difícil para um jornalista. A pesquisa quantitativa apontou que o jornalista é um leitor comum, como a maioria dos consumidores de classe média. Leem os mesmos jornais e revistas, assistem aos mesmos programas de televisão e não buscam novas alternativas culturais e de entretenimento.

Ainda com relação aos hábitos culturais, os jornalistas estão lendo livros, frequentando cinemas e teatros. Quando conseguem ter horas vagas, preferem utilizá-las nas academias de ginástica ou mesmo ficar sem fazer nada.

A maioria dos jovens declarou ter o apoio dos pais na escolha da profissão, embora muitos não assimilem as novas relações de trabalho. Acostumados a empregos formais, carteiras de trabalho assinadas, locais fixos e horário determinado, não há muito que fazer, a não ser torcer pelo sucesso dos filhos.



Para a mulher, ter filhos também significa abrir mão de cargos de chefia e de uma melhor remuneração na carreira. Ana demonstra que optou pela família conscientemente e sabe das dificuldades que precisa enfrentar no dia a dia. Poucas mulheres, no entanto, têm essa coragem. A pesquisa *Comunicação e Trabalho*, por exemplo, apontou que a maioria das profissionais que atuam na área de comunicação são solteiras e sem filhos.

f) A relação com o Sindicato dos Jornalistas

A participação dos profissionais no Sindicato dos Jornalistas de São Paulo é muito pequena, inclusive entre os associados, cuja maioria declarou não participar das atividades oferecidas pela entidade. O desinteresse é evidente; entre os associados, a participação maior é em busca de cursos de atualização e busca de orientação jurídica. Aqueles que não são sindicalizados criticam a falta de representatividade e de iniciativa por parte da entidade. A pesquisa quantitativa apontou que a maioria dos jornalistas está trabalhando nas assessorias de imprensa. E esses são os profissionais que mais reclamam da falta de apoio do sindicato, que só se faz representar nas redações. A entidade precisa começar a acompanhar as mudanças no mundo do trabalho, buscar uma atualização e conhecer de perto quem são e o que querem os seus associados. Caso contrário, perderá totalmente o seu papel de representante da classe na sociedade.

Considerações finais

São três os grandes marcos do jornalismo no Brasil. O primeiro ocorreu nos anos 1950, depois da Segunda Guerra Mundial, com a chegada da televisão e de uma cultura audiovisual, momento em que ocorre uma modernização dos jornais. A segunda mudança ocorreu nos anos 1960, com a obrigatoriedade do diploma, a criação das faculdades de jornalismo e a consolidação da Indústria Cultural no país. A terceira mudança foi nos anos 1980, com a introdução das novas tecnologias, fusão e surgimento das novas mídias. Hoje, essas mudanças que se acumularam nas duas últimas décadas, cristalizaram o perfil que mostramos acima: os jornalistas são jovens, individualistas, estão preocupados com o produto e têm a clara ideia de que o marketing está inserido na informação. Com relação às relações trabalhistas, estão sem vínculo, terceirizados e precarizados. Apesar de toda a modernização das máquinas, continuam trabalhando muitas horas e com salários baixos. São operários da informação. Mas o



fato principal é que a maior parte dos jornalistas não está mais trabalhando nas empresas de comunicação. Eles estão em diversas outras empresas em funções de assessor de comunicação, que pode ser assessor de imprensa, de mídia, de comunicação interna, entre outros. A recente introdução de novas mídias e redes sociais, assim como a extinção ou não do diploma, podem trazer novos aspectos para a profissão. As transformações são contínuas e merecem ser acompanhadas com atenção pela sociedade.

Referências Bibliográficas

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

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

FIGARO, R.(coord.) Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação. Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho CNPq/ECA-USP. São Paulo: FAPESP. Pesquisa concluída. Disponível em www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo na era virtual**. Ensaio sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo: Editora UNESP, 2005.

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** / Cláudia do Carmo Nonato Lima. São Paulo : C. do C. N. Lima, 2010. 313 p. : il. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes/Universidade de São Paulo. Orientadora: Profa Dr^a Roseli Aparecida Fígaro Paulino. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-30112010-160410/fr.php>

OLIVEIRA, Denis de. **Jornalismo, mídia e esfera pública: dimensões da ação ideológica**. Trabalho apresentado para a Sessão de Temas Livres do XXVIII Congresso da Intercom (2005).

Disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1062-2.pdf>
Acesso em 08/07/2010

SCHWARTZ, Y. e DURRIVE, L. (Orgs.). **Trabalho e Ergologia**. Conversas sobre a atividade humana. Tradução de Jussara Brito e Milton Athayde. Niterói: EdUFF, 2007.