CLÁUDIA DO CARMO NONATO LIMA

**Comunicação e Mundo do Trabalho do Jornalista:
o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da
reconfiguração dos processos produtivos da informação**

Dissertação apresentada à Escola de
Comunicação e Artes da Universidade de
São Paulo para obtenção do título de
Mestre em Ciência da Comunicação.

Área de Concentração:
Teoria e Pesquisa em Comunicação.

Orientadora:
Profa. Dra. Roseli Aparecida Fígaro Paulino

**São Paulo
2010**

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa desde que citada a fonte.

**Catálogo na publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação**

1. Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

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: Prof^a Dr^a Roseli Aparecida Fígaro Paulino

1. Jornalistas – São Paulo 2. Comunicação 3. Trabalho
4. Mundo do trabalho I. Paulino, Roseli Aparecida Fígaro II. Título.

CDD 21.ed. – 070

NONATO Lima, Cláudia do Carmo. Comunicação e Mundo do Trabalho do Jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação. Dissertação apresentada à Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências da Comunicação.

Banca Examinadora:

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura _____

Prof. Dr. _____

Instituição: _____

Julgamento _____ Assinatura _____

Aprovada em:

____/____/____

A César e Ignez, minha pequena grande família

Agradecimentos

Agradeço a todos que confiaram e acreditaram em mim. Em especial:

À minha orientadora, Profa. Dra. Roseli Fígaro, que me abriu as portas para retornar à academia, me acolheu com carinho e amizade e ainda distribuiu, generosamente, todo o seu conhecimento.

Aos meus pais, Ignez e Nonato, por todo amor e apoio que sempre deram nas minhas escolhas.

A César da Silva Lima, companheiro de todas as horas, pelo apoio, amor e também pelo respeito que sempre demonstrou ter pelo meu trabalho.

Aos amigos e colegas do grupo de pesquisa *Comunicação e Trabalho*, da ECA/USP, onde tudo começou: Adaci Rosa, Cláudia Rebechi, Edilma Rodrigues, Janaína Visibelli, José Muniz Jr., Juliane Cavalcante, Lígia Ungaretti, Luciana Santana (*in memoriam*), Marcello Magalhães, Rafael Grohmann, Sérgio Picciarelli Jr., Patricia Carla dos Santos e Wiliam Machado. Juntos, compartilhamos momentos de insegurança, angústia e ansiedade, mas também de muita alegria e emoção.

Aos amigos de todo o sempre que, mesmo distantes, torcem por mim: Adalberto de Souza, João Gomes Monteiro, Marcia Redding, Marluce Zacariotti e Márcio Sampaio de Castro.

À Denise Freire, Kelly Sinhorini e Sandra Caixeta, que acompanharam de perto a minha trajetória na ECA e sempre torceram pelo meu sucesso.

Aos meus irmãos, sogros, tios e amigos: peço desculpas pela ausência e agradeço a compreensão e a força que me deram.

Aos jornalistas que participaram da pesquisa quantitativa e, especialmente aos jovens que gentilmente me receberam para dar as entrevistas, contar e dividir experiências, ansiedades e expectativas.

Quero ainda agradecer e homenagear todos os professores que deram a sua valiosa contribuição para o meu trabalho; especialmente a Alice Mitika Koshiyama e José Roberto Heloani, pela atenção que dedicaram à minha qualificação.

À CAPES – Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – pelo apoio financeiro dado à pesquisa por meio da bolsa de estudo.

E, finalmente, agradeço ao Sol, que brilhou quase todos os dias na janela do meu quarto e me acompanhou durante essa jornada.

Muito obrigada a todos!

Há muito tempo tenho observado que a vida dos jornalistas, em contraste com a vida dos artistas, não é notícia de jornal¹ (Bernardo Kucinski)

---

¹ Exceto quando é morte matada, no exercício do seu ofício. Mesmo essas ficam apenas um dia nos jornais

Resumo

As transformações tecnológicas, culturais e de relações interpessoais ocorridas no século XX mudaram as empresas de comunicação, a relação da sociedade com a informação e os métodos e processos de trabalho dos profissionais de comunicação. Partindo da hipótese de que um novo perfil foi configurado a partir dessas transformações, esta pesquisa tem o objetivo de conhecer o jornalista que trabalha hoje no Estado de São Paulo. O binômio comunicação e trabalho, a partir da abordagem ergológica, ou seja, de atividade humana, foi o referencial teórico utilizado, em que o sujeito revela-se como foco principal para este estudo. Como metodologia, foi adotada uma combinação de métodos quantitativos e qualitativos aplicados junto a três grupos de amostras: com jornalistas jovens, convocados a partir de redes sociais; com associados do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo; e com jornalistas da Editora Abril. A amostra foi organizada no sentido de mapear a diversidade de jornalistas atuando hoje no mercado de trabalho em São Paulo, Estado que mantém aproximadamente 31% dos jornalistas brasileiros. Para obtenção de dados optou-se pelo uso de questionário eletrônico via internet e pela utilização de um roteiro de perguntas abertas para entrevistas em profundidade. A pesquisa observou que os jornalistas são jovens e individualistas; que estão trabalhando em condições precárias, como freelancers, PJs e autônomos. Além disso, a maior parte dos profissionais não está trabalhando nas redações: está atuando em diversas outras empresas, exercendo a função de assessor de comunicação.

Palavras-chave: Jornalistas, Comunicação, Trabalho, Atividade Humana, Mundo do Trabalho.

Abstract

The technological, cultural and interpersonal transformations occurred in the twentieth century have changed the communication companies, the relationship of society with information, and the methods and work processes of communication professionals. Assuming that a new profile was set from these transformations, this research aims to know the journalist who now works in São Paulo. The binomial communication and work, from the ergologic approach, in other words, of human activity, was the theoretical framework in which the subject is revealed as the main focus for this study. As a methodology, was used a combination of qualitative and quantitative methods applied with three groups of samples: with young journalists, called from social networks; with members of the Syndicate of Journalists of the State of São Paulo; and with journalists from Editora Abril. The sample was organized in order to map the diversity of journalists working today in the labor market of São Paulo, state which stands approximately 31% of Brazilian journalists. To obtain the research data we opted to use both: electronic questionnaire via Internet and a script of general questions in order to do in-depth interviews. The research noted that the journalists are young and individualists and work in precarious way conditions as freelancers, juristic person, and self-employed. Moreover, most professionals are not working in newsrooms: is working on several other companies, functioning as communications adviser.

Key-words: Journalists, Communication, Work, Work Activity, World of Work.

Sumário

INTRODUÇÃO.....	23
CAPÍTULO I	
PROFISSÃO: JORNALISTA.....	29
1. Como era e como ficou: reflexões sobre o jornalismo contemporâneo.....	30
1.1 Mercantilização da imprensa.....	37
1.2 O pós-fordismo nas redações.....	41
2. Breve percurso histórico do jornalismo.....	48
2.1 Onde está a calandra?.....	49
2.2 Da organização do conhecimento à revolução impressa.....	50
2.3 Imprensa, jornalismo e o jornalista: os primeiros passos.....	53
2.4 Dos bloquinhos aos teclados: mudanças na produção e desenvolvimento das pesquisas de comunicação.....	55
2.5 Existe uma teoria para o jornalismo?.....	67
3. Breve síntese.....	69
CAPÍTULO II	
COMUNICAÇÃO COMO PARTE DA ATIVIDADE HUMANA.....	71
1. Localizando a comunicação.....	72
1.1. Comunicação, uma questão de cultura.....	73
1.2. A linguagem como elemento da comunicação.....	74
1.2.1. Linguagem e Conhecimento.....	75
1.2.2. Discurso.....	77
1.2.3. Análise do Discurso de linha francesa.....	78
1.3. Atividade de Linguagem e Trabalho.....	83
2. Em busca do trabalho.....	86
2.1 Por que o trabalho é visto como um fardo tão pesado a ser carregado?.....	86
2.2 As “revoluções” no mundo do trabalho.....	91
2.3 Trabalho como atividade humana.....	99
2.3.1 A abordagem ergológica do trabalho.....	100
3. O binômio comunicação e trabalho sob a perspectiva ergológica.....	105
4. Qual o papel do jornalista na sociedade da informação?.....	109
5. Hipóteses.....	112
CAPÍTULO III	
CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA DA PESQUISA.....	113
1. Universo da pesquisa: os jornalistas do Brasil e do Estado de São Paulo.....	114
1.1. As características da ocupação no mercado brasileiro.....	114

1.2. A situação de trabalho dos jornalistas brasileiros em números.....	116
1.3. Os jornalistas de São Paulo.....	117
2. A construção do objeto empírico.....	120
2.1 A coleta de dados.....	120
2.1.1 Sobre a combinação de técnicas.....	121
2.2. O questionário quantitativo.....	122
2.2.1 Banco de dados eletrônico.....	123
2.3. Roteiro de questões abertas.....	123
2.3.1 Entrevista como técnica.....	124
3 Recorte do objeto empírico.....	125
3.1 Grupo 1 – Jornalistas que responderam o questionário pré-teste.....	125
3.1.1 Amostra de jornalistas do grupo 1 que responderam o questionário pré-teste.....	127
3.2 Grupo 2 – Associados do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo.....	128
3.2.1 Breve histórico do Sindicato.....	129
3.2.2 Amostra de associados do grupo 2 que respondeu o questionário quantitativo.....	132
3.3 Grupo 3 – Jornalistas da Empresa Editorial.....	135
3.3.1 Amostra de jornalistas do grupo 3 que responderam o questionário.....	137
4 A amostra qualitativa.....	139
4.1 Relação de entrevistados do roteiro com perguntas abertas.....	139
4.2 Amostra total do objeto empírico.....	140

CAPÍTULO IV

O PERFIL DOS JORNALISTAS DO ESTADO DE SÃO PAULO: ANÁLISE DOS DADOS QUANTITATIVOS.....143

1. 1.Diário de bordo: aplicação do questionário e pesquisa de campo.....	143
2. 2.Interpretação dos dados do grupo 1.....	146
2.1. Perfil sócio-econômico.....	146
2.2. Perfil profissional.....	148
2.3. Mudanças no mundo do trabalho do jornalista e perspectivas profissionais.....	150
2.4. Sobre informação e meios de comunicação.....	155
2.5. Conclusões parciais do grupo 1.....	161
3. Interpretação dos dados do grupo 2.....	163
3.1. Perfil sócio-econômico.....	163
3.2. Perfil profissional.....	167
3.3. As mudanças no mundo do trabalho para o jornalista associado.....	174
3.4. Impressões sobre a atividade de trabalho e os meios de comunicação.....	180
3.5. A relação com o Sindicato e com as mídias alternativas.....	183
3.6. O jornalista como receptor: hábitos culturais e de consumo.....	185
3.7. Conclusões parciais da pesquisa.....	190
4. Interpretação dos dados dos jornalistas do grupo 3.....	194
4.1. Perfil sócio-econômico e profissional.....	194

4.2. Percepção sobre as mudanças no mundo do trabalho e as rel. profissionais.....	198
4.3. Sobre as relações com o trabalho, a informação e os meios de comunicação....	202
4.4. Sobre mídias alternativas e hábitos de consumo.....	206
4.5. Conclusões parciais da pesquisa.....	214
5. Diferenças e aproximações dos perfis.....	215

CAPÍTULO V

O PERFIL DOS JORNALISTAS DO ESTADO DE SÃO PAULO: ANÁLISE DOS DADOS QUALITATIVOS.....	223

1. 1.Método de Análise.....	224
2. A experiência dos jornalistas.....	225
2.1. Em defesa dos assessores de imprensa.....	225
2.2. O jornalista cidadão.....	236
2.3. Jornalista de gabinete.....	242
2.4. Trabalhar em casa não é tão legal assim.....	250
2.5. Do blog para o mundo das celebridades.....	258
2.6. Decepção com a carreira desde a faculdade.....	267
2.7. A família em primeiro lugar.....	273
2.8. Acompanhando de perto as mudanças no jornalismo online.....	278
2.9. A experiência de Eurípedes Alcântara.....	285
2.10. Laurentino Gomes, jornalista como opção.....	289
3. O discurso dos jornalistas: formação, mudanças, relações trabalhistas e com o sindicato.....	292
3.1. A trajetória familiar e a opção pelo jornalismo.....	292
3.2 – A formação universitária e a obrigatoriedade do diploma.....	294
3.3 – As relações trabalhistas e as mudanças no modo de produção.....	296
3.4 – A atividade de trabalho.....	300
3.4 – Tempo de trabalho e tempo para o lazer.....	301
3.6 – A relação com o Sindicato dos Jornalistas.....	302
Considerações Finais.....	303
Referências Bibliográficas.....	307
Anexos.....	314

Relação de Quadros**Páginas**

Quadro 1 - Análise do DDTP.....	108
Quadro 2 - Linha do tempo: o jornalismo e o jornalista ontem e hoje.....	110
Quadro 3 - Piso salarial dos jornalistas no Estado de São Paulo (2010).....	119
Quadro 4 –Sexo, idade e funções de jornalistas que responderam o pré-teste.....	127
Quadro 5– Funções dos associados que responderam à pesquisa.....	133
Quadro 6 – Funções dos jornalistas da Editora Abril que responderam a pesquisa.....	138
Quadro 7 – Jornalistas do grupo 1 (pré-teste) e 2 (Sindicato).....	139
Quadro 8 - Jornalistas do grupo 3 (Editora Abril).....	140
Quadro 9 - Amostra total do objeto empírico.....	140
Quadro 10 – Comparativo entre as pesquisas do Grupo 1,2 e 3.....	217
Quadro 10 – Relação de jornalistas entrevistados.....	224
Quadro 11 – Relação de jornalistas entrevistados para a pesquisa <i>Comunicação e Trabalho</i>	224

Relação de Figuras

Páginas

Figura 1: <i>La pluridisciplinarité ergologique</i>	101
Figura 2 – Dispositivo Dinâmico de três pólos	107
Figura 3 – Distribuição de Jornalistas no Brasil (2005)	117
Figura 4 – Número de jornalistas no Estado de São Paulo por segmento (2005)	118
Figura 5– Distribuição de jornalistas no Estado de São Paulo (2005)	118
Figura 6– Grupo 1 – sexo	146
Figura 7 – Grupo 1 – idade	146
Figura 8 – Grupo 1 – estado civil.....	147
Figura 9 – Grupo 1 – nível de escolaridade	147
Figura 10 – Grupo 1 – fez universidade.....	147
Figura 11 – Grupo 1 – tempo de formação.....	148
Figura 12 – Grupo 1 - local de trabalho.....	148
Figura 13– Grupo 1 - horas de trabalho.....	149
Figura 14 – Grupo 1 – tempo nesta situação de trabalho.....	149
Figura 15 – Grupo 1 – faixa salarial.....	149
Figura 16 – Grupo 1 – sindicalizado?.....	150
Figura 17– Grupo 1 – mudanças na profissão de jornalista.....	151
Figura 18 – Grupo 1 – motivos da mudança.....	151
Figura 19 – Grupo 1 – sobre a atividade de trabalho.....	152
Figura 20 – Grupo 1 – resultado das mudanças.....	152
Figura 21 – Grupo 1 – reflexo das mudanças na atividade.....	152
Figura 22 – Grupo 1 – fatores externos que mais influenciam a atividade.....	153
Figura 23 – Grupo 1 – curso de atualização.....	153
Figura 24 – Grupo 1 – atualizado?.....	153
Figura 25 – Grupo 1 – do que mais sente falta no exercício da função.....	154
Figura 26 – Grupo 1 – planejamento da vida pessoal.....	154
Figura 27 – Grupo 1 – curso de atualização.....	154
Figura 28 – Grupo 1 – sobre a informação.....	156
Figura 29 – Grupo 1 – o que são os meios de comunicação.....	156
Figura 30 – Grupo 1 – o que o cidadão comum deseja.....	156
Figura 31 – Grupo 1 – decisões a partir dos meios de comunicação.....	157

Figura 32– Grupo 1 – leitura de jornais.....	157
Figura 33 – Grupo 1 – quais jornais.....	157
Figura 34 – Grupo 1 – leitura de revistas.....	158
Figura 35 – Grupo 1 – quais revistas.....	158
Figura 36 – Grupo 1 – TV aberta ou assinatura.....	158
Figura 37 – Grupo 1 – rádio.....	159
Figura 38 – Grupo 1 – meio pela qual fica sabendo dos assuntos do dia a dia.....	159
Figura 39 – Grupo 1 – atividade a que se dedica nas horas vagas.....	159
Figura 40 – Grupo 1 – leitura de livros.....	160
Figura 41 – Grupo 1 – ida ao cinema.....	160
Figura 42 – Grupo 1 – ida ao teatro.....	160
Figura 43 – Grupo 1 – local que costuma frequentar.	161
Figura 44 – Grupo 2 – base regional.....	163
Figura 45 – Grupo 2 – sexo.....	164
Figura 46 – Grupo 2 – idade.....	165
Figura 47 – Grupo 2 – cor.....	165
Figura 48 – Grupo 2 – estado civil.....	165
Figura 49 – Grupo 2 – nível de escolaridade	166
Figura 50 – Grupo 2 – tipo de universidade	166
Figura 51 – Grupo 2 – tempo de formação	166
Figura 52 – Grupo 2 – curso de atualização nos últimos cinco anos.....	167
Figura 53 – Grupo 2 – curso mais recente.....	167
Figura 54 – Grupo 2 – função.....	169
Figura 55 – Grupo 2- setor.....	169
Figura 56 – Grupo 2 – relação trabalhista	170
Figura 57 – Grupo 2 – previdência/seguro saúde	170
Figura 58 – Grupo 2 – consequências da falta de registro em carteira	170
Figura 59 – Grupo 2 – salário (periodicidade)	171
Figura 60 – Grupo 2- local de trabalho	171
Figura 61 – Grupo 2 – horas de trabalho por dia	171
Figura 62 – Grupo 2 – designação do horário de trabalho	172
Figura 63 – Grupo 2 – subordinação	172
Figura 64 – Grupo 2 – tempo em que está na situação de trabalho.....	172
Figura 65 – Grupo 2 – se já foi promovido.....	173

Figura 66 – Grupo 2 – se sofreu algum tipo de assédio	173
Figura 67 – Grupo 2 – faixa salarial	173
Figura 68 – Grupo 2 – se houve mudança na profissão de jornalista.....	175
Figura 69 – Grupo 2 – motivo das mudanças.....	175
Figura 70 – Grupo 2 – se a função mudou nos últimos anos.....	175
Figura 71 – Grupo 2 – motivo das mudanças.....	176
Figura 72 – Grupo 2 – resultado das mudanças.....	176
Figura 73 – Grupo 2 – outros resultados das mudanças.....	176
Figura 74 – Grupo 2 – ritmo da atividade.....	177
Figura 75 – Grupo 2 – causa da precarização.....	177
Figura 76 – Grupo 2 – motivo pela qual as empresas precarizam.....	177
Figura 77 – Grupo 2 – tendência da precarização.....	178
Figura 78 – Grupo 2 – equipe de trabalho.....	178
Figura 79 – Grupo 2 – atualização profissional.....	178
Figura 80 – Grupo 2 – do que sente mais falta no exercício da função.....	179
Figura 81 – Grupo 2 – pós-graduação.....	179
Figura 82 – Grupo 2 – planejamento pessoal.....	179
Figura 83 – Grupo 2- fatores externos que influenciam a atividade.....	181
Figura 84 – Grupo 2 – relação da atividade com a informação.....	181
Figura 85 – Grupo 2 – sobre os meios de comunicação.....	181
Figura 86 – Grupo 2 – o que o cidadão comum deseja.....	182
Figura 87 – Grupo 2 – o que o jornalista deseja.....	182
Figura 88 – Grupo 2 – sobre a informação.....	182
Figura 89 – Grupo 2 – decisões a partir das informações dos meios de comunicação....	183
Figura 90 – Grupo 2 – meio pela qual se informa sobre o sindicato.....	184
Figura 91 – Grupo 2 – participação nas atividades do Grupo 2.....	184
Figura 92 – Grupo 2 – tipo de atividades que participa.....	184
Figura 93 – Grupo 2 – acesso a mídias alternativas.....	185
Figura 94 – Grupo 2 – frequência de leitura de jornais.....	186
Figura 95 – Grupo 2 – jornais de preferência.....	186
Figura 96 – Grupo 2 – frequência de leitura de revistas.....	187
Figura 97 – Grupo 2 – revistas de preferência.....	187
Figura 98 – Grupo 2 – revistas de entretenimento de preferência.....	187
Figura 99 – Grupo 2 – frequência com que assiste tevê.....	188

Figura 100 – Grupo 2 – com qual finalidade utiliza a internet.....	188
Figura 101 – Grupo 2 – meio pela qual se informa.....	188
Figura 102 – Grupo 2 – atividade a que se dedica nas horas vagas.....	189
Figura 103 – Grupo 2 – leitura de livros.....	189
Figura 104 – Grupo 2 – ida ao cinema.....	189
Figura 105 – Grupo 2 – ida ao teatro.....	190
Figura 106 – Grupo 2 – locais que costuma frequentar.....	190
Figura 107 – Grupo 3 – sexo.....	195
Figura 108 - Grupo 3 – faixa etária.....	195
Figura 109 - Grupo 3 –estado civil.....	195
Figura 110 - Grupo 3 – escolaridade.....	196
Figura 111 - Grupo 3 –curso de atualização.....	196
Figura 112 - Grupo 3 –função.....	196
Figura 113 - Grupo 3 – se mudou de função alguma vez.....	197
Figura 114 - Grupo 3 – tempo de empresa.....	197
Figura 115 - Grupo 3 – sindicalizado?.....	197
Figura 116 - Grupo 3 – se a empresa mudou.....	198
Figura 117 - Grupo 3 – sobre a realidade do trabalho.....	199
Figura 118 - Grupo 3 – se a atividade na empresa mudou.....	199
Figura 119 - Grupo 3 – caráter das mudanças.....	199
Figura 120 - Grupo 3 – resultado das mudanças.....	200
Figura 121 - Grupo 3 –mais resultados	200
Figura 122 - Grupo 3 – se as mudanças atingiram a atividade profissional.....	200
Figura 123 - Grupo 3 – tamanho da equipe de trabalho.....	201
Figura 124 - Grupo 3 – se o tamanho mudará	201
Figura 125 - Grupo 3 – horas diárias de trabalho	201
Figura 126 - Grupo 3 – ritmo da atividade.....	202
Figura 127 - Grupo 3 – fatores externos que influenciam.....	203
Figura 128 – Grupo 3 – se sente atualizado?.....	203
Figura 129 - Grupo 3 – do que mais sente falta no exercício da função.....	204
Figura 130 - Grupo 3 – se sente seguro com relação ao vínculo com a empresa.....	204
Figura 131 - Grupo 3 – se consegue planejar a vida pessoal.....	204
Figura 132 - Grupo 3 – qual curso faria.....	205
Figura 133 - Grupo 3 – sobre a informação.....	205

Figura 134 - Grupo 3 – sobre os meios de comunicação.....	205
Figura 135 - Grupo 3 – o que ele prefere como leitor.....	206
Figura 136 - Grupo 3 – se as pessoas podem tomar decisões	206
Figura 137 - Grupo 3 – se lê algum tipo de comunicação interna da empresa.....	207
Figura 138 - Grupo 3 – se lê algum tipo de boletim do sindicato.....	208
Figura 139 - Grupo 3 – se tem acesso a algum tipo de mídia alternativa.....	208
Figura 140 - Grupo 3 – se lê jornal.....	208
Figura 141 - Grupo 3 – qual jornal.....	209
Figura 142 - Grupo 3 – se lê revistas.....	209
Figura 143 - Grupo 3 – quais revistas.....	209
Figura 144 - Grupo 3 – revistas de entretenimento.....	210
Figura 145 - Grupo 3 – se assiste a tevê aberta ou por assinatura.....	210
Figura 146 – Grupo 3 – se ouve rádio.....	210
Figura 147 - Grupo 3 – local onde acessa o computador.....	211
Figura 148 - Grupo 3 – para que finalidade.....	211
Figura 149 - Grupo 3 – com que frequência que utiliza a internet.....	211
Figura 150 - Grupo 3 – com qual finalidade.....	212
Figura 151 - Grupo 3 – como fica sabendo dos temas importantes do dia a dia.....	212
Figura 152 - Grupo 3 – atividade a que mais tem se dedicado nas horas vagas.....	212
Figura 153 - Grupo 3 – se leu algum livro no último mês.....	213
Figura 154 - Grupo 3 – se foi ao cinema no último mês.....	213
Figura 155 - Grupo 3 – se foi ao teatro nos últimos seis meses.....	213
Figura 156 - Grupo 3 – costuma frequentar.....	214

INTRODUÇÃO

Qual é o perfil do jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo? Como a reestruturação do mundo do trabalho afetou a profissão? Como o profissional está vivenciando e entendendo essas mudanças? O que o jornalista está fazendo para manter-se no mercado de trabalho? Durante quanto tempo o jornalista mantém-se em atividade?

Estas são as questões que orientam essa pesquisa, que tem 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.

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, além de diferentes campos de trabalho. Com tantas mudanças ocorridas em um período relativamente recente, é importante que saibamos como o profissional está vivenciando todas essas transformações. Os meios de produção, as funções, o local de trabalho e o discurso do jornalista mudaram. Profundamente. E, por essas razões, escolhemos o jornalista como objeto empírico dessa pesquisa.

Para especificar o assunto ou tema da pesquisa, é necessário fazer, como afirma Lopes (1997:120) um exercício de “vigilância epistemológica, através da justificativa da escolha do assunto, quando devem ser fundamentadas as razões que levaram a tal escolha”. Para a autora, “o engajamento teórico, o compromisso social, as condições institucionais são fatores intervenientes na escolha e dirigem os alvos teóricos e práticos

da pesquisa”. Desse modo, achamos pertinente explicitar o nosso relacionamento com o objeto empírico, ou seja, a nossa experiência como jornalista.

A nossa trajetória profissional acompanhou de perto as mudanças no mundo do trabalho. Ingressamos na faculdade de jornalismo ainda embalados pelo desejo de mudar o mundo por meio das palavras. Era final dos anos 1980, o país estava em plena transição democrática e os jornalistas tinham como opção de trabalho apenas três modalidades de veículos de comunicação: os impressos (jornais e revistas), o rádio e a televisão. O computador e a internet ainda eram sonhos distantes, e a rotina de trabalho de um repórter era feita com blocos de anotações, canetas e máquinas de escrever. Em um dos jornais que trabalhamos (o extinto *Diário Popular*, hoje *Diário de São Paulo*), por exemplo, o repórter precisava escrever com cópias feitas em papel carbono, para que as matérias fossem enviadas para o diretor de redação. Caso tivesse algo a ser corrigido, essas cópias retornavam no dia seguinte, com grandes marcas de caneta vermelha. Havia sempre um jornalista mais velho e experiente para corrigir e orientar as falhas dos mais jovens, os chamados “focas”.

Acompanhamos a chegada dos computadores nos grandes jornais, no início dos anos 1990, trabalhando como repórter na redação do *Jornal da Tarde*. Os tempos eram de grandes mudanças e todos os profissionais da redação ficaram esperançosos com a perspectiva de ter o seu trabalho facilitado com a agilidade das novas tecnologias. Aos profissionais da redação foram aplicados cursos de informática em turnos diferenciados para que todos se adaptassem à nova rotina. Mas o que vimos, em pouco tempo, foram colegas da revisão, copidesques e diagramadores serem dispensados, substituídos pelas máquinas. Os horários de fechamento foram antecipados, alterando totalmente o dia-a-dia da redação. Muitos chegaram a pensar que o jornal feito em papel estava com os dias contados.

Aos poucos pudemos acompanhar também o enxugamento das redações e o crescimento das assessorias de imprensa, junto com a proliferação de novas mídias, surgidas a partir da implantação da internet. Na mesma proporção, diminuiu consideravelmente a quantidade de profissionais que trabalhavam com registro em carteira profissional. Fomos convidados a abrir empresas próprias ou nos registrar como autônomos. Somos os chamados “PJs” (Pessoas Jurídicas) e *freelancers*. Na posição de terceirizados, passamos a arcar com todas as despesas trabalhistas e assistência médica. Alguns profissionais foram trabalhar em casa; outros abriram as próprias empresas,

geralmente de assessoria. Estão trabalhamos mais, em menos tempo, sem o respaldo financeiro e as garantias proporcionadas pelo emprego formal.

Hoje o jornalista é polivalente e imprescindível em todas as áreas. Seu trabalho não deixou de ser o de reportar o fato, tornando-o notícia, reorganizando, a partir de uma determinada ótica, a balbúrdia do cotidiano. Mas, 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, o jornalismo tornou-se um disciplinamento técnico, antes que uma habilidade investigativa ou linguística. Para o autor, “o trabalho aumentou, o contingente foi reduzido, as responsabilidades se tornaram mais individuais. Aos poucos a mística do *contrapoder* se esvai”, levando jornalistas, chantageados pelo desemprego, a perderem o fascínio da profissão. (2000: 31 e 58)

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.

O jornalista está trabalhando em casa, enviando textos simultaneamente. Ao mesmo tempo, todo mundo quer ter um assessor de imprensa, escrever um *blog*, todo mundo quer ver, ser visto e ser lido. E como o profissional está lidando com tudo isso? Como ele se vê no mundo do trabalho hoje? Milhares de jovens ingressam, a cada ano, nas faculdades de jornalismo e no mercado de trabalho. Mas poucos têm consciência do que os espera.

É neste contexto de grandes transformações que propomos discutir o perfil do jornalista de São Paulo. Para desenvolver essa pesquisa, este estudo foi dividido em cinco partes. Nos dois primeiros capítulos está a fundamentação teórica da pesquisa.

Na primeira parte, fazemos uma reflexão sobre o papel do jornalismo contemporâneo, a partir de suas bases clássicas e valores iluministas pelas quais emergiu, até transformar-se em produto cultural. Também mostramos como a mercantilização da imprensa e a reorganização do mundo do trabalho influenciaram o trabalho do jornalista. Fazemos ainda um paralelo entre o percurso histórico da imprensa e do jornalismo, com a

trajetória das teorias da comunicação. Na segunda parte do capítulo teórico, estão as mediações que nos ajudaram a refletir sobre os problemas enunciados para a pesquisa: comunicação, linguagem, trabalho e ergologia, para chegarmos ao binômio conceitual de comunicação e trabalho.

No terceiro capítulo discutimos a metodologia adotada na pesquisa e apresentamos o objeto empírico. A pesquisa que realizamos está baseada no estudo das amostras dos jornalistas de três grupos distintos: jornalistas contatados por meio de redes sociais, associados do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo e jornalistas da Editora Abril². A amostra foi organizada no sentido de mapear a diversidade de jornalistas atuando hoje no mercado de trabalho em São Paulo, Estado que mantém aproximadamente 31% dos jornalistas brasileiros.

Dessa amostra, primeiro aplicamos um instrumento quantitativo, o questionário com perguntas fechadas de múltipla escolha. O objetivo era mapear o perfil do jornalista, conhecendo o seu perfil sócio-cultural, além dos hábitos de consumo e da percepção dos profissionais quanto às mudanças ocorridas no mundo do trabalho. O questionário foi aplicado por e-mail, armazenado eletronicamente e abastecido em um banco de dados, que gerou tabelas e gráficos. Este processo nos permitiu analisar a realidade do trabalho em que os jornalistas estão inseridos.

Na segunda etapa da pesquisa empírica, ouvimos os jornalistas jovens, selecionados aleatoriamente a partir da amostra do pré-teste e entre os associados do Sindicato. Os profissionais responderam ao instrumento de pesquisa qualitativo, um roteiro de perguntas abertas, para entrevista em profundidade. O objetivo era colher o discurso dos jovens jornalistas, relatando sua trajetória familiar e profissional, além das experiências e expectativas no mercado de trabalho. Utilizamos também duas entrevistas feitas, para a pesquisa *Comunicação e Trabalho* com jornalistas já experientes da Editora Abril. As entrevistas foram todas gravadas, transcritas literalmente e analisadas. Para ajudar a compor o perfil e a preparar o roteiro temático, utilizamos dados oficiais das empresas participantes da pesquisa, de publicações acadêmicas e de jornais, revistas e sites da grande imprensa.

No quarto capítulo, apresentamos os resultados da pesquisa quantitativa e os aspectos particulares de cada grupo. No quinto e último capítulo, fazemos a análise das entrevistas qualitativas de cada entrevistado e a interpretação geral dos dados coletados na

---

² Amostra retirada de pesquisa feita com comunicadores entre 2006 e 2008 pelo grupo de pesquisa Comunicação e Trabalho, da ECA-USP, com apoio da FAPESP, da qual a pesquisadora é integrante.

pesquisa. As considerações finais respondem às questões que nortearam a pesquisa e, sem maiores pretensões, pretende colaborar com a formação de novos jornalistas, e chamar a atenção para as mudanças que estão ocorrendo e influenciando a sociedade.

CAPÍTULO I

PROFISSÃO: JORNALISTA

O trabalho do jornalista é reportar o fato, tornando-o notícia, reorganizando, a partir de uma determinada ótica, a balbúrdia do cotidiano. O discurso jornalístico, como produto cultural identificado com o tempo presente, passou por significativas mudanças e hoje é um produto cultural bastante diferenciado, cuja marca da interdiscursividade revela-nos, inclusive, as marcas do discurso publicitário. Hoje o jornalista é polivalente e imprescindível em todas as áreas e sofre com as consequências profissionais, financeiras e pessoais de um mercado de trabalho em mutação.

Para melhor entender as nossas questões – Qual é o perfil do jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo? Como a reestruturação do mundo do trabalho afetou a profissão? Como o profissional está vivenciando e entendendo essas mudanças? O que o jornalista está fazendo para manter-se no mercado de trabalho? Durante quanto tempo o jornalista mantém-se em atividade? – e ilustrar essas mudanças, dividimos este capítulo em duas partes.

Na primeira parte fizemos uma reflexão sobre o papel do jornalismo contemporâneo, retomando a construção do gênero jornalismo das suas bases clássicas e valores éticos, até chegar à sua transformação em produto cultural. Mostramos também as mudanças advindas com a reorganização do mundo do trabalho e consequente “pós-fordismo” das redações, que influenciam diretamente a identidade do profissional do jornalismo. Na segunda parte, ratificamos a importância da comunicação para os dias atuais, percorrendo a trajetória das teorias da comunicação em paralelo com a história da imprensa e do jornalismo.

1 - Como era e como ficou: reflexões sobre o jornalismo contemporâneo

O jornalismo nasceu sobre os moldes dos ideais do Iluminismo³ e do Racionalismo. Exigindo reforma em vez de revolução, os iluministas concebiam seu papel como educacional, utilizando o jornal impresso como principal instrumento. A necessidade social da informação produziu a necessidade do jornalismo que assumiu, a partir de então, papel de divulgador de conhecimento e funcionou como espaço de liberdade democrática, servindo como mediador da sociedade contemporânea.

Vale lembrar que o jornalismo, normalmente associado à imprensa, nasceu como linguagem da informação muitos anos depois da invenção de Gutenberg⁴ pois, na época, os jornais serviam apenas como espaço para publicação de comunicados oficiais, comerciais e folhetins. As primeiras “gazetas” semanais foram impressas, segundo Ribeiro (2001:20) apenas em 1609 na Alemanha, sendo imitadas pela Inglaterra, França e Itália. Sanchez (apud Marshall, 2003:73) revela que “a pré-história do jornalismo é fortemente marcada pela sintonia entre economia e mídia”, pois “os impressos do século XVI eram direcionados aos mercadores e narravam as principais ocorrências ligadas ao comércio”.

O jornal surgiu como uma fonte indispensável de notícias rápidas e regulares no momento em que o trem, o barco a vapor, a hélice, o casco de metal, o telégrafo ótico e depois elétrico, estavam fazendo sua aparição em um processo que, virtualmente, significou uma aceleração da história. No mesmo período, a industrialização se fez cada vez mais importante e os trabalhadores agrícolas emigraram para as cidades. O periódico serviu, por um lado, para orquestrar as aspirações da burguesia ascendente e, por outro lado, teve um papel vital como voz organizadora para o proletariado urbano desenraizado e pobre, de modo que muitas de suas esperanças residiam na direção que iria tomar no desenvolvimento da educação, o progresso científico e, pelo menos na França, as urnas. (WILLIAMS apud MARSHALL, 2003:73)

Dennis de Oliveira (2005:2) nos lembra que o jornalismo, da forma que conhecemos hoje, surgiu dentro do projeto iluminista com a proposta de se constituir uma esfera pública independente do Estado. Teve em seus primórdios um caráter revolucionário, de denúncia, de esclarecimento, de formação de ideia e fomentadora do debate público. O direito à liberdade de expressão, trazido pela imprensa, ainda segundo o

---

³ A “metáfora da luz”, movimento que antecedeu a Revolução Francesa, no século XVIII. Segundo Burke (2000:101), “a luz era da ‘Razão’, palavra-chave da época, usada em oposição à fé, superstição, tradição e preconceito. Outra palavra-chave do período era ‘crítica’”. Os principais representantes do movimento foram os pensadores franceses Voltaire, Rousseau, Diderot e D’Alembert.

⁴ O ourives alemão Johann Gutenberg inventou, em 1445, a prensa de tipos móveis na qual, através da tipografia, seria possível a reprodução de material impresso. A invenção impulsionou o conhecimento, a imprensa e também funcionou como elemento de transformação social.

autor, é um dos valores mais importantes na construção da sociedade democrática moderna.

A atividade nada tinha de mercantil – eram iniciativas que partiam de personalidades ou agrupamentos interessados em intervir no debate público com suas ideias (transformadoras ou conservadoras) seja no aspecto da política institucional, seja no campo da estética artística. É evidente que esta forma de jornalismo foi sendo modificada radicalmente ao longo dos tempos. O jornalismo deixou de ser uma atividade com caráter militante para se transformar em um empreendimento comercial. E tal mercantilização se acentua quando ele se articula dentro de um espaço maior, que é o sistema de comunicação de massas. (OLIVEIRA, 2005)

Neste primeiro estágio, o jornalismo possuía um caráter mais vinculado a uma visão do mundo. Os iluministas apoiaram-se na imprensa, principalmente nos panfletos, como principal veículo de comunicação para pregar o direito à liberdade de expressão, de comércio, fora das intromissões da igreja e do Estado. Para atingir a nobreza e as pessoas da burguesia, recorreram à publicação e difusão de livros.

Esses homens de letras pensavam e escreviam dentro de um sistema no qual havia censura, embora mais fraca do que aquela da época de Luís XIV. Os jornais, por exemplo, não podiam tratar de assuntos políticos. As restrições oficiais tornaram a cultura oral dos cafés politicamente importante, assim como a cultura dos salões, nos quais senhoras aristocráticas organizavam reuniões de intelectuais. (BRIGGS e BURKE, 2004:102).

Os jornais da época também participaram da introdução da esfera pública, colocando a política na vida da população do século XVIII. Segundo Briggs e Burke, “os jornais eram lidos em voz alta e discutidos nos cafés, que se tornaram um foro político”. Os jornais difundiam a Bolsa de Valores e informação econômica, e a ciência também participava da esfera pública, com “notícias das experiências e descobertas então recentes, mesmo que os encontros da sociedade permanecessem semipúblicos, abertos somente para os membros do clube” (2004:100).

O conceito europeu de “esfera pública” diz respeito ao espaço em que a ideologia ou a racionalidade burguesa se materializava em instituições (café, clubes, revistas, jornais) capazes de gerar um discurso político crítico e democrático. A palavra “pública” pode levar a enganos de entendimento, porque não se trata de um mero espaço de comunicação – esta é só sua superfície imediata – e sim de uma exterioridade dinâmica, um território marcado por linhas de força (nem sempre “públicas” ou visíveis) que descentram as subjetividades sociais, deslocando-as de suas posições fixas, transformando-as por meio da circulação transitiva de ideias. O jornalismo é apenas uma das atividades no interior dessa esfera. (MUNIZ SODRÉ, 2009:11)

Briggs e Burke destacam a publicação da Enciclopédia, entre 1751 e 1765, como “um evento crucial na história da comunicação” e também “importante veículo para a política”. Com o objetivo de “despertar a consciência política e transmitir o conhecimento” (idem, 2004), a obra contou com as contribuições dos intelectuais Jean Le Rond d'Alembert, Jean-Jacques Rousseau, Voltaire e Denis Diderot, e sintetizou o

conhecimento científico, tornando-se leitura obrigatória pelos considerados homens cultos da época. A Enciclopédia é precursora das inúmeras obras de referência que contribuíram para a recuperação da informação, revolucionando a pesquisa, pois apresentou um conjunto de conhecimentos em todas as suas funções, abstratos e concretos.

A falência do discurso humanista derrubou todos os paradigmas estabelecidos dentro do iluminismo. Os avanços tecnológicos e econômicos trouxeram um novo caráter ao jornalismo e a seu discurso. A criação e venda de jornais impulsionou o mercado de informação da época, aumentando a competição no ramo e obrigando os até então pequenos proprietários e editores a pensar em concorrência e sobrevivência do negócio. Era o início de uma nova fase para a imprensa, cada vez mais próxima do capital, utilizando estratégias empresarias para a venda do produto informação.

Em síntese, a informação abria os braços para o capitalismo, permitindo a sua reificação como objeto e mercadoria. Além de atender às necessidades latentes na sociedade burguesa da época, o mercado da informação precisava despertar nos consumidores as necessidades nem tão latentes. O capitalismo atendeu a esse problema. (MARSHALL, 2003:74)

Como qualquer produto, os jornais precisavam ter mais do que notícias atraentes para ser vendável, “oferecer novidades interessantes, curiosas, impactantes (ser, enfim, mercadorizadas), para poder despertar o interesse dos leitores e aumentar a engrenagem do capital” (Marshall, 2003:75). Uma das estratégias que surgiu na época foi, segundo o autor, o *sensacionalismo*, recurso utilizado na imprensa para noticiar fatos incomuns, anormais ou bizarros de maneira exagerada. O *jornalismo de opinião* surgiu para “imperar as vontades e os interesses políticos e ideológicos dos mantenedores das empresas jornalísticas”, privilegiando interesses políticos. Mas a grande transformação viria com a introdução de anúncios publicitários a partir do século XIX, chamada “terceira era na história da imprensa”.

O início da comercialização de espaços para anunciantes permitiu que as empresas reduzissem custos de produção e diminuíssem sensivelmente os preços dos exemplares. Esse barateamento do jornal e o aumento proporcional do número de leitores levaram finalmente os jornais às massas, desencadeando uma nova etapa da grande revolução social burguesa iniciada pela Renascença e impulsionada decisivamente pela Revolução Industrial. (idem:81)

Nessa época ocorreu a consolidação da imprensa como indústria. Impulsionadas pela alfabetização e crescimento da vida urbana, as tiragens e os jornais começaram a se

multiplicar, assim como o uso de tecnologias e o predomínio da publicidade. Ribeiro afirma que tais mudanças provocaram mudanças no perfil do leitor e no papel do jornalista, que “assalariado, deixou de ser emissor da própria opinião e sua função social se enfraqueceu em detrimento dos jornais, que procuravam legitimar-se como mediadores entre a sociedade e os fatos” (1994:22). Começava assim, uma nova fase do jornalismo.

Uma vez ultrapassada a fase artesanal e publicista, a imprensa passou a oscilar continuamente entre os seus interesses empresariais – dificilmente isentos das tentações da manipulação e da corrupção política – e os fatos relativos à realidade sociopolítica de seu público, sempre cercada pela mística de defesa incondicional dos direitos da cidadania regional ou mundial. A busca de uma transparência discursiva ou ideológica, mas apoiada nas opacidades de seu próprio mito, é a ambivalência constitutiva do jornalismo. (MUNIZ SODRÉ, 2009:13)

Muniz Sodré afirma que, trazendo a novidade ideológica da liberdade de expressão, a imprensa emerge do Estado absoluto ao Estado de direito, como porta voz dos direitos (civis) que inauguram a modernidade da cidadania. Mas sem abandonar a ideia de uma entidade que “administra a verdade dos fatos sociais” e mais, a “retórica encantatória na narração fragmentária sobre a realidade”:

Perpassada pelo compromisso histórico para com a ética do liberalismo, essa narrativa autoconfirmativa nos repete que cabe à imprensa, desde os começos do regime republicano europeu, assegurar ao cidadão a representatividade de sua palavra, de seus pensamentos particulares, garantindo assim a sua liberdade civil de exprimir-se ou manifestar-se publicamente. Esta função, que é a virtude intrínseca do jornalismo, lastreia eticamente o pacto implícito na relação entre os meios de comunicação e a sua comunidade receptora. Seja no jornalismo escrito ou eletrônico, o dever do jornalista para com o público-leitor é noticiar uma verdade, reconhecida como tal pelo senso comum, desde que o enunciado corresponda a um fato, selecionado por regras hierárquicas de importância. (idem, 2009:12)

A virtude citada acima por Muniz Sodré decorre do artigo XIX da Declaração Universal dos Direitos Humanos⁵, na qual “toda pessoa tem direito à liberdade de opinião e expressão; este direito inclui a liberdade de, sem interferência, ter opiniões e de procurar, receber e transmitir informações e ideias por quaisquer meios e independentemente de fronteiras”. O artigo, publicado em 1948, resultou em um movimento que buscou um novo referencial ético e deontológico para os meios de comunicação e para o jornalismo. Para Chaparro (2007), esse movimento tornou cada vez mais distante a visão liberal conservadora, “superada pela evolução dos padrões de instrução e educação, pelas novas tecnologias e consequentes mudanças culturais, e pela

---

⁵ Adotada e proclamada pela resolução 217 A (III) da Assembléia Geral das Nações Unidas em 10 de dezembro de 1948

nova discussão política”. Procurando atender a essa nova configuração, a UNESCO criou em 1976 a Comissão Internacional Sobre os Problemas de Comunicação, responsável pela elaboração do *Relatório Mac Bride*, que reformulou as funções e obrigações dos profissionais de comunicação, a partir dos princípios deontológicos e dos valores éticos dos profissionais de comunicação.

No Brasil, o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros⁶ tem como base, logo no artigo 1º, o direito fundamental do cidadão à informação, que abrange “direito de informar, de ser informado e de ter acesso à informação”. No artigo 2º, com relação ao acesso à informação de relevante interesse público “é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse”. O documento foi escrito durante a abertura política, período que trouxe profundas transformações para a vida política brasileira, com o objetivo de nortear e disciplinar as ações dos profissionais de jornalismo.

Victor Gentili (2005: 141) ressalta que, quando nos referimos ao direito à informação, estamos tratando das informações sobre a esfera pública “simplesmente indispensáveis para que cada um se oriente num mundo em constante mudança e, no sentido literal, saber onde se encontra”. Para ele, o jornalismo e a imprensa são elementos que constituem a democracia representativa da contemporaneidade, e o jornalista é um mediador que exerce um papel decisivo “à medida que é o resultado de seu trabalho que irá oferecer visibilidade ao poder e ao mundo”:

Penso o jornalismo como uma atividade indispensável no mundo contemporâneo, como o instrumento que viabiliza o direito à informação, onde os jornais desempenham a função de mediadores e os jornalistas, individualmente, de representantes do leitor, telespectador e ouvinte, como indivíduos, consumidores e cidadãos. (GENTILLI, 2005:142).

Sodré afirma que o modelo de jornalismo do século XX, “mais bem estruturado do ponto de vista de sua realização técnica, e sua organização capitalista e de ideologia liberal” é o da imprensa norte-americana, “que alternou sistematicamente as suas proclamações de objetividade, isenção e empenho ético com os silêncios e as adesões aos atos de guerra e massacres perpetrados pelos sucessivos governos de seu país” (2009:13). Apesar dessa contradição, o autor considera que a imprensa moderna continua a pregar “a mitologia do liberalismo”, por meio de “mitos progressistas capazes de encobrir o jogo de poder que preside à constituição do discurso jornalístico”:

---

⁶ Votado no XXI Congresso Nacional dos Jornalistas (1986); em vigor desde 1987.

Podem variar as perspectivas ou os pontos de vistas, mas a forma – a ideologia, no limite - assumida pela imprensa industrial como a conhecemos é universalmente burguesa e europeia, tecnicamente aperfeiçoada pelos americanos. Por isto, dessa mesma imprensa politicamente comprometida com o *status-quo* universal, sempre partiram diretivas técnicas de modernização no tratamento dos fatos. As reformas gráficas e textuais dos jornais latino-americanos tiveram e continuam a ter como fontes, com raras exceções, os experimentos técnicos levados a cabo pela corporação jornalística nos Estados Unidos. As transformações de inovações dos formatos comunicativos acompanham a evolução das máquinas de informação, majoritariamente expandidas pelo mercado norte-americano. (idem, 2009:13)

A influência anglo-saxônica na imprensa moderna também atingiu, segundo o autor, o conceito de notícia, entendido e praticado pelos profissionais do mundo ocidental como “narração do acontecimento, racionalizada, como uma *commodity*”⁷, forma comunicativa que, segundo Sodré, tem lastreado nos últimos dois séculos a ideia moderna de jornalismo, “na medida em que dá margem à construção e manutenção de toda a mitologia na neutralidade que se atribui a uma mercadoria e que, portanto, sustenta os coeficientes de confiabilidade pública nos relatos” (2009:14).

Para o autor, a notícia é um produto, uma forma de “economia da atenção” que caracterizou a mídia contemporânea. Sua identidade mercadológica se configura no momento em que houve a transição do “publicismo” (ou jornalismo de opinião) para a imprensa comercial, organizada em bases industriais e voltada para um público massivo.

A notícia-mercadoria desenvolve-se de forma modelar na imprensa norte-americana, cuja liberdade é publicamente proclamada pelo poder político como garantia do direito civil de livre expressão e de representação da realidade cotidiana. Hoje, em plena vigência da mídia eletrônica de massa, tem-se consciência de que a notícia não apenas representa ou “transmite” aspectos da realidade – hipótese embutida no modelo funcionalista – mas de que ela é também capaz de constituir uma realidade própria. (MUNIZ SODRÉ, 2009:25)

Sendo assim as notícias surgem, segundo o autor, da cultura profissional dos jornalistas, da organização geral do trabalho e dos processos produtivos, enfim, “de uma rotina industrial atravessada por uma polifonia discursiva”, de onde surgem os acontecimentos. O jornalista, neste processo, é “parcialmente autônomo”, pois precisa obedecer às regras, “fazendo com que a seleção das ocorrências informe tanto sobre o campo profissional do jornalismo quanto sobre o meio social a que se refere a notícia”. (2009:26)

Diante desta relação de notícia como *commodity* fica difícil para o jornalista manter a sua credibilidade, considerada por Muniz Sodré como “o principal capital simbólico do jornalista”, um direito do cidadão, decorrente das relações de confiança entre o público leitor e o profissional. Segundo ele, este “pacto” existe desde meados do

---

⁷ Termo em inglês, para mercadoria, utilizada em transações comerciais de produtos de origem primária.

século XX, quando se começa a diferenciar texto opinativo de notícia, “certamente como um rescaldo da fé iluminista do conhecimento objetivo garantido pela razão” (2009:43).

Obedecidas determinadas regras técnicas, o leitor dispõe-se a crer na versão oferecida pelo profissional. O sensacionalismo, a manipulação da notícia, a propaganda disfarçada são como irrupções maléficas na boa consciência jornalística, que não é imune às enormes pressões da mídia de entretenimento, ao enfraquecimento institucional de seus mecanismos de apuração do fato e à consequente perda de rigor na transposição do que já foi pactuado com o público-leitor como realidade objetiva (MUNIZ SODRÉ, 2009:43)

Por ter um status considerado diferenciado das demais profissões, e por ter recebido da sociedade o direito e responsabilidade na fiscalização das instituições, a imprensa recebeu o título de “Quarto Poder”. A expressão, criada em 1828 pelo escritor inglês Thomas Babington Macaulay, foi pensada para uma imprensa que funcionasse como uma voz para os cidadãos, para promover a defesa dos seus direitos, protegê-los de eventuais abusos do executivo, legislativo ou judiciário. Briggs e Burke afirmam que, na Europa, o jornal londrino *The Times* se considerava, entre 1830 e 1850, o “quarto poder”. A frase, segundo eles, foi realmente cunhada por Macaulay, mas ele estava se referindo à Galeria de Imprensa no Parlamento, e não à imprensa propriamente dita.

O conceito medieval de um “Estado” ou “poder” – espiritual, temporal e comum – havia sido quebrado na França revolucionária, mas sobreviveu residualmente na Grã-Bretanha nas duas casas do Parlamento, e a nova expressão “quarto poder” foi usada como título de um livro sobre imprensa em 1850, escrito pelo jornalista F. Knight Hunt. A expressão se tornou aceita na Grã-Bretanha, em diversos países europeus e até nos Estados Unidos. No século XX, o periódico norte-americano *Broadcasting* imprimiu orgulhosamente em sua capa as palavras “O quinto poder”. (BRIGGS E BURKE, 2006:192)

Em artigo publicado no *Le Monde Diplomatique* e reproduzido no *Observatório da Imprensa* em 2003, o jornalista e sociólogo Ignacio Ramonet afirma que nos últimos anos, o “quarto poder” se viu esvaziado à medida que perdia a sua função de contrapoder e acelerava a globalização liberal. Para ele, “o verdadeiro poder está atualmente nas mãos de um punhado de grupos econômicos planetários e de empresas globais cujo peso nos negócios do mundo inteiro parece, às vezes, mais importante do que o dos governos e dos Estados”.

Segundo o autor, este contexto geoeconômico e o avanço da internet produziram a criação de grandes conglomerados de comunicação, que começaram a trabalhar com a cultura de massa, a comunicação (no sentido publicitário, de persuasão) e a informação (com as agências de notícias) Estas três esferas, até então distintas, foram se misturando, “até constituírem uma única esfera, ciclópica, na qual é cada vez mais difícil distinguir as atividades pertencentes à cultura de massa, à comunicação ou à informação”, e hoje

resumem-se em grupos “mundiais, planetário e globais” que atuam em todas as áreas midiáticas e de transmissão de informação.

Portanto, a globalização econômica é também a globalização da mídia de massa, da comunicação e da informação. Preocupados, acima de tudo, em ver triunfar seu gigantismo – o que obriga a adular os outros poderes –, estes grandes grupos deixaram de ter como objetivo cívico o de ser um "quarto poder", assim como deixaram de denunciar os abusos contra os direitos ou de corrigir as disfunções da democracia para polir e aperfeiçoar o sistema político. Não pretendem se apresentar como um "quarto poder" e, menos ainda, como um contrapoder. (RAMONET, 2003)

Ramonet completa o seu raciocínio afirmando que tais grupos, ao se constituírem como quarto poder, reúnem-se a outros poderes, políticos e econômicos, “para esmagar o cidadão como poder suplementar, como poder da mídia”. E sugere, como resistência, a criação de um “quinto poder”, como “força cidadã à nova coalização dos senhores dominantes”. (2003)

Medina (1982) afirma que no Brasil tal concepção está vinculada aos processos de profissionalização do jornalismo no início do século XX, que induziram os jornalistas à busca por modelos profissionais. Hoje, no entanto, o chamado “quarto poder” está cada vez mais a favor dos interesses políticos e econômicos de grandes grupos e contra os direitos dos cidadãos.

O avanço do capitalismo impulsionou a comunicação; também foi instrumento para a globalização do mundo, que mudou as relações territoriais, a relação espaço-tempo, as sociabilidades. Neste contexto, o jornalista passa a atuar como um dos principais atores, por ter nas mãos um dos produtos mais valorizados da atualidade: a informação. Para entendermos este processo, faz-se necessário falarmos a respeito das mudanças na organização do trabalho e também nas empresas jornalísticas, principalmente a partir do início do século XX.

1.1 - Mercantilização da Imprensa

O capitalismo entrou, no início do século XX, em fase de acumulação, intensificação de trabalho e aumento de produção. Surgia assim uma demanda e, para supri-la, foram criados e introduzidos novos métodos e instrumentos de produção, redefinindo a velocidade e o ritmo impostos ao trabalho. A partir daí começava uma nova configuração do mundo do trabalho, que será explicada mais detalhadamente no próximo capítulo.

O sistema *taylorista* aumentou a produção e o acúmulo do capital. Ao mesmo tempo, intensificou o trabalho e desqualificou o operário, o sujeito por trás da máquina. Neste processo, “o trabalhador era visto como não mais que uma peça no sistema em que não podia interferir” (Heloani, 2003:39). Na década de 1920 surgia o *fordismo*, sistema sustentado pela tecnologia e ainda baseado em princípios tayloristas. O processo de linha de montagem tinha como destaque a esteira, que automatizava o sistema de produção e tornava a fábrica menos dependente do trabalhador.

Na época do Pós-Guerra, no Japão, surgiu um modelo de produção flexível, com nova racionalidade, voltada para a reconstrução em uma economia de guerra. O *toyotismo* propunha subverter a ordem, produzindo itens diferentes para poucos: a demanda presente é que passava a comandar a organização. A lógica do toyotismo deu maior autonomia ao trabalhador que exercia todas as tarefas, e precisou tornar-se polivalente, com capacidade de controlar várias máquinas ao mesmo tempo. Esse novo método de organização, também chamado pós-fordista, tinha como objetivo uma mão de obra capaz de trabalhar com tecnologias e processos mais flexíveis, para atender à demanda do mercado, sem que houvesse mudança de equipamentos.

As últimas décadas do século XX foram marcadas pela invenção dos computadores e criação da internet. A informação foi colocada no topo da escala de valores da sociedade, como principal moeda de troca, onde é obrigatório conhecer e saber compartilhar as informações, sabendo usufruir o conhecimento como um todo, não apenas como benefício próprio. Neste contexto, 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.

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.

Nesse cenário em que a informação adquire importância capital, os conglomerados de mídia passam a ser agentes econômicos estratégicos para a consolidação do novo regime de acumulação. Do ponto de vista político, veiculam um discurso legitimador da concepção de mundo hegemônica – de enaltecimento das virtudes do mercado. Da perspectiva econômica, constituem um dos setores de atração do capital transnacional. Empresas de capital nacional que tradicionalmente atuavam nas fronteiras do Estado-Nação são levadas a empreender mudanças profundas – na sua composição acionária, nas suas estruturas organizacionais e em seus métodos de gestão. (FONSECA, 2008:131)

No Brasil, a década de 1960 representa a consolidação da indústria cultural. A década seguinte ficou marcada na imprensa pela opressão da Ditadura e também pelo chamado “milagre econômico”. Os anos 1980 trazem o avanço da tecnologia, período em que as empresas investiram com o objetivo de baratear custos operacionais (Abreu, 2002:28) e, conseqüentemente, incentivaram o marketing para obter maior rentabilidade. Começaram então as pesquisas de opinião, aumentando, na pauta jornalística, a influência da opinião pública e das agências de publicidade. No livro *Eles mudaram a imprensa* (2004:129), Alberto Dines 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”.

Os computadores nas redações e gráficas chegaram ao Brasil na década de 1990. 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 completada, 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 comunicação está concentrada nas mãos de poucos grupos empresariais e transnacionais, que priorizam estratégias mercadológicas e visam o lucro. Também controlam a produção e a difusão das informações e do entretenimento. É a mercantilização da mídia. Dênis de Moraes, em capítulo do livro *Por uma outra comunicação* (2004:187), afirma que “as corporações de mídia e entretenimento exercem um duplo papel estratégico na contemporaneidade”, por legitimar o ideário global e transformá-lo em discurso social hegemônico, “propagando visões de mundo e modos de vida que transferem para o mercado a regulação das demandas coletivas”.

No mesmo livro, Ramonet (2004:243 e 244) afirma que a cada dia existem menos fronteiras entre o mundo da mídia, da comunicação (cultura de massas) e o da publicidade. Segundo o autor, há dez anos poderíamos falar dos “meios de comunicação

como um universo fechado, com sua própria lógica, com sua própria dinâmica, autônomo em relação ao resto do universo da comunicação”, mas isso já não é possível. Depois da chamada “revolução digital”, o universo da comunicação, separado pelo autor como esfera de informação (imprensa, informação radiofônica, agências de notícia, noticiários de televisão, cadeias de informação contínua), da comunicação institucional (publicidade, propaganda) e da cultura de massa (telenovela, quadrinhos, edição literária, livros e cinema de massa; esporte), foi combinado e passou a não apresentar mais diferença entre as três esferas.

A unificação dessas culturas proporcionou o surgimento de empresas com vocação voltadas para a administração das três esferas citadas. Para exemplificar, o autor cita a fusão da *Time Warner* com a *America On Line*, ocorrida em 2000 e o aparecimento do grupo euro-americano *Vivendi Universal*, transformados em megagrupos de comunicação. Como resultado desse processo, a informação passou a ser considerada essencialmente como mercadoria.

Não é um discurso que tenha a vocação ética de educar o cidadão ou de informar, no bom sentido da palavra, o cidadão, pois tem essencialmente e antes de mais nada uma perspectiva comercial. Compra-se e vende-se informação com o objetivo de obter lucros. Está é uma lei importante, de modo que a informação não se move em função das regras de informação – o que faria da verdade, por exemplo, uma referência suprema -, mas em função das exigências do comércio, que fazem do ganho, ou do interesse, o imperativo supremo. (RAMONET, 2004: 247)

Dentro desse processo capitalista, a publicidade passa a ocupar um lugar de destaque para a própria sobrevivência do veículo. Chega 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 interdiscursividade⁸ 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 prepara uma pauta inteiramente planejada pelo veículo. Romanet (2004) afirma que passamos para um mundo do “imediatismo, do instantaneísmo”, sem tempo para estudar a informação. A informação, cada dia mais gratuita, é paga, na verdade, pela

---

⁸Segundo Eni Orlandi, o interdiscurso é que chamamos de memória discursiva, “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra. O interdiscurso disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada” (2010:31).

publicidade. E a empresa jornalística, segundo o autor, deixou de vender informação para vender consumidores a seus anunciantes.

Leandro Marshall (2003: 41) afirma que o discurso jornalístico está hoje relegado apenas ao “discurso mercadológico das empresas e aos manuais funcionalistas”. Segundo ele, “a ideia de um jornalismo preso ao objeto deu lugar a um jornalismo do sujeito, só que do sujeito preso ao marketing”. E vai mais além, ao afirmar que os jornais também passam por mudanças, contaminados pela “promiscuidade existente entre informação e propaganda”.

1.2 – O pós-fordismo nas redações

Segundo dados da pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de Comunicação*⁹, a partir do quadro de reorganização do mundo do trabalho, os 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 e também precisam ter múltiplas habilidades, escrevendo para jornais impressos, Internet, *blogs*, revistas, rádio e televisão, convivendo em um ambiente de trabalho muito mais competitivo, com grandes exigências e baixos salários.

A industrialização, os interesses financeiros e as transformações tecnológicas fizeram com que o jornalismo e os jornalistas tivessem que repensar a sua atuação. Divididos entre manter a credibilidade, os ideais do jornalismo e o emprego, atrelados a questões econômicas, políticas e mercantilistas, renderam-se a um novo papel.

O jornalista pós-moderno transformou-se numa máquina de produção da informação, um operário com demandas estipuladas e prazos de entrega a cumprir. Afinal, as redações dos jornais contemporâneos adotaram processos fordistas e tayloristas de produção de notícia, obrigando o jornalista a ser uma peça maleável capaz de se adaptar a variadas necessidades e situações. (MARSHALL, 2005:32)

Os pesquisadores Virginia Pradelina da Silveira e Paulo Henrique Rodrigues de Souza¹⁰ consideram que o jornalismo brasileiro vive hoje o pós-fordismo¹¹ nas redações,

---

⁹ Realizada entre os anos 2006 e 2008 pelo grupo de pesquisa Comunicação e Trabalho, da ECA/USP, na qual a pesquisadora faz parte. A pesquisa, realizada com o apoio da FAPESP, teve como objeto o mundo do trabalho dos comunicadores, tendo os profissionais da comunicação como centro da pesquisa. Para construir o objeto empírico, foram escolhidos três grandes empresas do setor da comunicação: Editora Abril, Rede Globo de Televisão e Agência de Comunicação Giovanni+DraftFCB.

¹⁰ Artigo da Revista Intexto, da UFRS. Disponível em:
<http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4264/4426>

onde a reestruturação do modo de produção capitalista tem implicações sobre a organização do trabalho no jornalismo industrial. Segundo os autores, a transição para o regime flexível de acumulação, iniciada a partir de 1973 entre os países capitalistas avançados (Harvey, 2001), aconteceu anos mais tarde no Brasil.

Quando EUA e Europa já se despediam do fordismo, o Brasil recém vivia sua Idade do Ouro, o chamado “milagre brasileiro”, na década de 1970, período em que o Produto Interno Bruto oscilava em torno de 7% ao ano. Apesar do crescimento econômico exuberante, objetivo perseguido pelo modo de desenvolvimento ancorado no industrialismo, o fordismo brasileiro distancia-se do modelo americano e europeu pela incapacidade de estruturar um eficiente estado de bem-estar social, um Estado-Providência. (FONSECA e SOUZA, 2006:3)

Atuando na contramão do fordismo norte-americano, que pregava a produção em massa para consumo em massa, o Brasil restringiu o consumo a alguns setores da população e apostou na concentração de renda. Enquanto isso, fatores políticos e econômicos mundiais, além do endividamento dos Estados Unidos, fizeram o mundo mergulhar em crise e passar a questionar o sistema. E a mudança de regime de acumulação afetou diretamente a organização do trabalho:

Para os trabalhadores, tudo isso implica uma intensificação dos processos de trabalho e uma aceleração na desqualificação e requalificação necessária ao atendimento de novas necessidades de trabalho. A aceleração do tempo de giro na produção envolve acelerações paralelas na troca e no consumo. Sistemas aperfeiçoados de comunicação e de fluxo de informações, associados com racionalizações técnicas de distribuição (...) possibilitaram a circulação de mercadorias no mercado a uma velocidade maior. (HARVEY, 2001:58)

No Brasil, a transição ocorreu apenas nos anos 1990, quando o avanço tecnológico e a internet já faziam parte da reestruturação do capitalismo. Fonseca e Souza (2006:5) afirmam que prevalecem, quanto à organização do trabalho, “ideias de flexibilização e de desregulamentação, como contratos de trabalho por tempo indeterminado, terceirização, pagamento por tarefas, etc.”, antes mesmo da alteração da legislação trabalhista. E essa flexibilização da organização do trabalho tem consequências diretas na compressão do tempo-espaço. (Harvey, 2001).

---

¹¹O pós-fordismo é o regime de acumulação que passa a se estruturar a partir da crise da década de 70, configurando o novo capitalismo, ou capitalismo global, popularizado no senso comum como neoliberalismo. Sob o fordismo, os processos de trabalho e de organização da produção são fortemente regulados e rígidos – produção em escala, jornadas de trabalho fixas, fragmentação de tarefas, definição de funções, etc. Sob o pós-fordismo, prevalece o conceito de flexibilidade, em oposição à rigidez do período anterior - produção de escopo, jornadas de trabalho flexíveis, menor demarcação, ou mesmo eliminação, de funções e acúmulo de tarefas, entre outras características. (FONSECA, 2008).

Para o jornalismo, essas mudanças significaram acúmulo de tarefas, extinção de cargos e funções, estabelecimento de metas de produtividade e alto investimento em tecnologia e softwares, que representavam “automatização de tarefas, tornando-as mais ágeis e rápidas, de forma a permitir que, no mesmo período de trabalho, um mesmo profissional assuma outras atribuições”. (Fonseca e Souza, 2006:5)

Nessa nova fase, de crescente apropriação intelectual, as máquinas apropriam-se da subjetividade do trabalhador, que transfere 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, a pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de Comunicação* nos mostrou que o comunicador 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).

A pesquisa citada confirma que 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.

Hoje, poucos conseguem registro na carteira de trabalho. Os autônomos ganham por projetos, trabalhos ou textos. Segundo dados extraídos da RAIS¹², 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, arcando com todos os próprios encargos trabalhistas. Além disso, exercem funções executivas, de gerência.

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).

Além disso, jornalistas e empresas de comunicação ainda estão se adaptando a uma nova realidade. 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

---

¹² Relação Anual de Informações Sociais do Ministério do Trabalho e Emprego (MTE)

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, informações mais superficiais e menos contextualizadas para concorrer com a rapidez da internet. Com o tempo, vimos que há espaço e público para todos os meios. A discussão atual gira em torno de como administrar a disseminação da informação na Internet.

O jornal é uma empresa, inserida em uma sociedade capitalista, e precisa conquistar cada vez mais leitores. Os jornalistas a consideram, segundo a pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de Comunicação* como um negócio como outro qualquer. Os grandes jornais, administrados no passado por grupos familiares, como *O Globo*, *Folha de S. Paulo* e *O Estado de S. 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)

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.

Pesquisa realizada por alunos do curso interno da Editora Abril¹³ sobre a identidade do jornalista no Brasil revelou que os jornalistas são jovens, ganham pouco e que as mulheres representam 50% das redações. A televisão continua sendo o modelo: o apresentador e editor-chefe do *Jornal Nacional*, da Rede Globo, foi o mais citado como a imagem do jornalista brasileiro, seguido por Caco Barcellos e José Hamilton Ribeiro,

---

¹³ E publicada na revista Plug, da mesma empresa, em 2007.

ambos da mesma emissora. O jornalista norte-americano Gay Talese¹⁴ foi considerado o ídolo dos entrevistados.

Em geral, os comunicadores no mercado de trabalho são jovens, incautos, sem vivência e idolatram a life-style internacional. Possuem um nível cultural baixo e, por isso, viram reféns fáceis do senso comum e do ideário neoliberal. Recebem baixos salários, têm duplo ou triplo emprego e, o que é muito comum, trabalham em condições profissionais precárias. (MARSHALL, 2003:31)

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.

Atualmente, o jornalismo é uma profissão no Brasil que fascina e confunde seus receptores com seus espetáculos muitas vezes próximos dos espetáculos 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. Também é uma profissão com uma tradição de negócios e faz parte do exercício da política. (KOSHIYAMA, 2008:2)

Todos esses fatores, aliados às grandes exigências e baixos salários, contribuem para que o ambiente de trabalho torne-se muito mais competitivo. Ribeiro (1994:158) afirma que, por ser imprevisível, “a notícia exige do jornalista estar sempre alerta”, à espera da surpresa e em condições de agir. Ainda, segundo o autor, o ritmo de trabalho e de vida do jornalista é “descontínuo e concentrado, oscilando entre fases de marasmo e de aceleração”, como por exemplo, os plantões nas redações. Além da tensão, fatores como a precariedade do local de trabalho e sofrimento mental administrado pelas empresas de comunicação pioram o quadro e, com esse ritmo a saúde, inevitavelmente, acaba sendo prejudicada. Corroboram essas afirmações a pesquisa realizada em 2003 por Roberto Heloani, cujos resultados apontaram que as transformações ocorridas no processo de trabalho do jornalista afetaram a qualidade de vida dos profissionais. Heloani afirma que:

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). (HELOANI, 2003:20)

---

¹⁴ Nascido em 1932, Talese é um dos criadores do movimento que foi batizado de *Novo Jornalismo*, criado na década de 60, que incorporava no jornalismo características de literatura (descrição de cenas, diálogos e ponto de vista dos personagens). Escreveu perfis que entraram para a história do jornalismo, como os do cantor Frank Sinatra, o jogador de baseball Joe DiMaggio e os boxeadores Floyd Patterson e Joe Louis.

Nessa pesquisa, realizada com 44 profissionais, Heloani demonstra que a deteriorização da qualidade de vida do jornalista “banalizou-se, ou melhor, naturalizou-se”, forçando o trabalhador a negociar a sua força de trabalho para manter a subsistência:

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. (2003:78)

Além da saúde e da precarização, outro problema que preocupa é a falta de comprometimento dos profissionais de jornalismo, que não veem 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*, realizada 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 Fígara (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, para eles, a informação tem valor porque é um negócio, pensamento que foi transmitido através da nova forma de produção da comunicação.

2- Breve percurso histórico do jornalismo

O trabalho do jornalista brasileiro sempre foi precarizado? A história mostra que sim, mas em outro contexto. Até meados do século passado o jornalista era o romântico, idealista, profissional sem formação acadêmica que trabalhava por vocação. Kucinski considera que a vocação “é o marcador do velho jornalismo”, assim como “a reportagem típica, a postura contra-hegemônica e crítica, a irreverência, o desafio às autoridades e ideologias dominantes e o cinismo, que costumava atacar o velho jornalista do meio para o fim da carreira” (2005:104). O autor completa afirmando que o cinismo hoje é o ponto de partida do jovem jornalista, que “já começa cínico” e que os jornalistas com as características citadas acima estão em extinção.

Vale lembrar que estamos falando de uma época em que o jornalismo ainda não era reconhecido como profissão:

(...) o jornalismo era um bico, um sinecura, um modo de ter entradas de graça para o teatro e para os desfiles de carnaval. Os jornalistas se divertiam nas redações, convivendo com tipos exóticos, poetas e escritores que se sustentavam não com seus livros, mas com efêmera jornalística. Depois do fechamento, iam tomar cerveja nos botequins. Viviam mais nos botequins que no jornal. (idem, 2004:104)

O autor cita Luiz Beltrão (1992), que observou, ainda na década de 50, “o desapareço em que é tido o jornalismo no Brasil”. Segundo ele,

Localizava esse desapareço na cultura das elites brasileiras paternalistas, que cooptavam os jornalistas com pequenos favores, tais como o não-pagamento do Imposto de Renda, e menosprezavam suas críticas, minando assim uma das principais funções do jornalista. Esse desapareço se irradiava para as camadas populares. E o próprio jornalista sofria de um complexo de inferioridade, sentindo-se desorientado e despreparado para as tarefas cada vez mais complexas e segmentadas da profissão nos anos 1950, quando ele escreveu este seu ensaio. (KUCINSKI, 2004:103)

Hoje ainda existe o jornalista por vocação, mas, segundo dados da pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de Comunicação*, realizado em 2008, os comunicadores/jornalistas da atualidade são jovens, com formação universitária, têm uma postura menos crítica da profissão, que é regulamentada desde 1937. Mas os jornalistas começaram a ter o salário valorizado apenas no final dos anos 1960, passaram por um difícil período de ditadura e, a partir dos anos 1980, a partir da nova configuração da chamada “sociedade da informação”, por uma nova fase. O trabalho com registro em carteira está acabando, paga-se pouco,

trabalha-se mais e em várias atividades ao mesmo tempo. É uma nova forma de precarização.

2.1- Onde está a calandra?

Antigamente era comum que um jornalista veterano solicitasse, logo no primeiro dia de trabalho de um novato (ou “foca”, como era chamado), que buscasse a calandra na oficina e a trouxesse à redação. O inocente percorria todo o prédio e tentava encontrar o objeto de nome estranho, até descobrir que era um trote, pois a tal “calandra”, era uma peça de aproximadamente seis toneladas, impossível de ser carregada, composta por cilindros rotativos que faziam o acabamento no papel. Uma boa piada para começar a carreira.

Passado o período de iniciação, não demorava muito para o jovem descobrir a rotina de trabalho: sair em busca de uma boa reportagem, anotar os dados em um bloquinho, 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. O trabalho era simples, mas a produção do jornal complexa: do repórter o texto passava para revisor, depois para o editor, que o encaminhava para os diagramadores, gráficos e, finalmente, distribuidores, até chegar às mãos do leitor. Ao longo desse tempo (final do século XIX até metade do século XX), ocorreram poucas mudanças no processo produtivo e na rotina das redações. O jornalista passou a ter certo destaque na sociedade da informação e precisou se organizar como categoria e regulamentar a profissão.

A partir dos anos 1980, a revolução tecnológica trouxe computadores e, pouco mais tarde, a Internet. Esse quadro de mudanças que até então caminhava a passos lentos mudou radicalmente, mexendo não só na rotina, como no modo de produção e no discurso do próprio jornalista e do jornalismo. Mudaram também as relações do público receptor com os meios de informação. É importante procurar entender como o jornalista está lidando com mudanças tão rápidas em todos os aspectos, seja pessoal, profissional, emocional e até físicas em tão pouco espaço de tempo.

Partindo da atualidade, é importante fazer um percurso histórico da imprensa e do jornalismo no Brasil, relatando a rotina dos jornalistas e do modo de produção dos jornais impressos em cada década. Michel de Certeau afirma que um texto histórico é essencial numa pesquisa científica. Segundo ele,

Um estudo particular será definido pela relação que mantém com outros, contemporâneos, com um 'estado da questão', com as problemáticas exploradas pelo grupo e os pontos estratégicos que constituem, com os postos avançados e os vazios determinados como tais ou tornados pertinentes com relação a uma pesquisa em andamento. (1996:72)

Essa combinação dinâmica formaria assim, a história num dado momento.

2.2 – Da organização do conhecimento à revolução impressa

Nem sempre novas invenções que venham solucionar grandes problemas são bem aceitas pela sociedade. Peter Burke (2000)¹⁵ examinou em um artigo 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 os copistas e papeleiros (que vendiam manuscritos) e os 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. Trazendo para os dias de hoje, a expansão ao acesso da informação, trazida pela Internet, faz com que a sociedade tenha acesso e a possibilidade de divulgar as suas ideias e pensamentos através de diversos meios, 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. No percurso que faremos a seguir, encontraremos mudanças positivas, vantagens e benefícios para a profissão. Mas encontraremos também, com certeza, muitos efeitos colaterais e problemas.

O primeiro registro da pré-história da imprensa data da era pré-cristã, cerca de cinco séculos antes do nascimento de Jesus. O Imperador Júlio Cesar mandou fazer um

---

¹⁵ In Problemas causados por Gutenberg: a explosão da informação nos primórdios da Europa Moderna. Revista Estudos Avançados nº16, 2002.

Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142002000100010

tipo de mural informativo utilizado pela civilização romana com dois tipos de publicações periódicas, a *Acta Senatus*, onde figuravam deliberações tomadas nas sessões do Senado, e a *Acta Publica*, contendo informações oficiais diárias ou acontecimentos variados da vida romana. Na mesma época histórica, apareceram na Grécia as *Efemérides*, uma espécie de almanaques com informações diversas sobre astrologia, curiosidades e fatos do cotidiano, entre outros. As efemérides eram afixadas em locais à vista do público, em alguns pontos do Senado e da periferia de Roma. Os redatores eram chamados de *actuarii* e podem ser considerados os primeiros jornalistas profissionais da história. (Marshall, 2003:66)

Asa Briggs e Peter Burke (2004:37) apresentam o conhecimento como advindo, a princípio, de uma cultura predominantemente oral. Ou seja, a oralidade era o principal veículo de transmissão do conhecimento. Os autores afirmam que “a arte da fala (e do gesto) era considerada pelos retóricos tão importante quanto a da escrita” e apontam os sermões dos padres das igrejas da Idade Média e o ensino nas universidades, por meio das palestras, debates ou discursos, como difusores de informação.

Na Alta Idade Média, caracterizada pela formação do sistema feudal, pequenos centros urbanos eram locais de acúmulo de riqueza e de trocas comerciais, gerando forças ligadas ao comércio. A sociedade, hierarquizada, se dividia entre nobres ricos e camponeses subjugados. Houve, também, o renascimento urbano e a retomada do comércio. Paralelamente, pequenos espaços foram instalados perto dos bispados, estimulando uma produção da escrita. Surgiram escolas, privilegiando as práticas, o saber fazer, diferentes das faculdades e universidades. Também surgiram professores laicos e disciplinas ligadas à medicina e ao direito. Integrado aos espaços urbanos estava a escolástica como espaço de ensino, voltado para o entendimento da obra de Deus.

Castells (1999) cita os chineses como os precursores no processamento da informação, por terem inventado o papel e a imprensa já no século XI e também por criarem o “método de impressão em bloco”, em que utilizavam um bloco de madeira entalhada para imprimir uma única página. Ainda segundo ele, não foi feita uma revolução na época por conta do método ser apropriado para ideogramas e também pela opressão do Estado Chinês.

A partir do século XIV, período de mudança da Idade Média para a Idade Moderna, surgiram na Europa as folhas de papel, seguidas das cartas, que levavam de um ponto a outro as “notícias”, escritas de cada porto. Por manter certa periodicidade, as cartas poderiam ser chamadas de precursoras do jornal. O mundo estava em prosperidade,

e esse período foi marcado por muitas mudanças, principalmente pela reorganização do conhecimento.

Em 1445 o ourives alemão Johann Gutenberg inventou a prensa de tipos móveis em que, por meio da tipografia, se poderia reproduzir o material impresso. Estava criada a imprensa que, segundo Burke (2000), impulsionou a confluência dos diferentes tipos de conhecimento e agiu como elemento de transformação social, provocando significativas mudanças na forma de produzir. Seria a mola propulsora para o desenvolvimento da sociedade da época. Marshall (2003:68) afirma que “os primeiros jornais representaram um instrumento poderoso de orientação e informação para os comerciantes, o catalisador necessário para a combustão de um novo modelo de economia e de vida.”

Após a invenção da imprensa, as bibliotecas tiveram os seus acervos expandidos e passaram a atuar como sedes de conhecimento, centro de estudos, lugares de debates intelectuais, espaços de sociabilidades e troca de informações. Burke (2000) destaca que as principais cidades da Europa tiraram vantagem da quantidade de bibliotecas que possuíam, aproveitando-se das atividades portuárias como forma de intercâmbio de conhecimento. Tais fatos forçaram também uma nova estruturação das bibliotecas e a busca de novas formas de classificação e organização. Já naquela época a Igreja e o Estado mantinham a preocupação com a influência do conhecimento na população.

Ao mesmo tempo, a atenção dos pesquisadores começa a se voltar para o corpo humano, através do estudo anatômico. A dissecação se torna modelo, e os livros impressos passam a utilizar gravuras. Enquanto isso, os estudos médicos progridem, com o desenvolvimento da psicologia da alma, que veio a se transformar na psicanálise. Os vários espécimes da natureza passam a ser observados, dissecados. A partir dessa ideia, surgiu o “Livro da Natureza”.

Esse período, marcado pelo surgimento da imprensa tipográfica e pela publicação da primeira enciclopédia, impulsionou a confluência dos diferentes tipos de conhecimento e também foi elemento de transformação social. Provocou mudanças na produção e disseminação das informações e do conhecimento; e também incentivou as produções intelectuais da época, que buscavam críticas e questionamentos. Estava pronto o cenário para o desenvolvimento da imprensa e dos jornais.

2.3 – Imprensa, jornalismo e jornalistas: os primeiros passos

Na Europa, os primeiros jornais com periodicidade regular surgiram quase dois séculos depois da invenção da tipografia, principalmente, em decorrência das demandas criadas pelo processo de mercantilização da vida burguesa na Europa. A história da imprensa confunde-se com a história do capitalismo. Conforme a sociedade europeia foi-se organizando e prosperando, tornou-se sedenta de informações. Líderes políticos começaram a tomar consciência do poder de influência dos jornais e também do seu potencial como negócio lucrativo, aumentando a demanda na Europa.

A imprensa trouxe consigo não apenas um novo grupo social de editores, mas também aliou ocupações tais como a de revisor e bibliotecário. A eles se juntaram, nos séculos XVII e XVIII, na execução da tarefa de administrar materiais impressos, indexadores, editores e catalogadores profissionais ou semiprofissionais e compiladores de enciclopédias. (BURKE, 2000)

Ribeiro (1994) afirma que o jornalismo floresceu à margem da imprensa e sua periodicidade lançou as bases de uma relação estável com o público:

Apesar desses méritos, o jornalismo artesanal não era moderno, pois não tinha meios de dirigir-se livre e amplamente à sociedade. Até o final do século XVIII o papel do herói civilizador do campo jornalístico ainda cabia ao gazeteiro a mão e ao noticiarista clandestino. (Lage, citado por RIBEIRO, 1994:30)

A mudança do século XVIII para o XIX foi marcada pela Revolução Industrial na Inglaterra, primeiro com o surgimento da máquina a vapor e, cem anos mais tarde, com o desenvolvimento da eletricidade. A partir desses eventos, o trabalho humano foi substituído pelas máquinas: mudaram as relações entre capital e trabalho, e surgiu a chamada Cultura de Massa. A concorrência abriu espaço para a publicidade e as empresas jornalísticas começaram a se consolidar, mudando o perfil do leitor e do jornalista.

Como consequência, “o jornalista passou a assumir o papel de agente socializador e educador das massas para vida urbana; ele se tornou um vendedor de jornais a qualquer preço, mesmo à custa da adulteração dos fatos”, posição que mudou a partir da segunda metade do século XIX, quando a lógica capitalista e a empresa de notícias tomaram o espaço da opinião pública e o jornalista, assalariado, “deixou de ser emissor da própria opinião e sua função social se enfraqueceu em detrimento dos jornais, que procuravam legitimar-se como mediadores entre a sociedade e os fatos”. (Ribeiro, 1994:22)

O Brasil entrou no século XIX sem tipografia, sem jornal e sem universidades, muito atrasado com relação a outros países da América do Sul. A coroa portuguesa

proibia a existência de tipografias na Colônia. Houve, nesse período, apenas uma tentativa frustrada dos holandeses, durante o período de ocupação no Nordeste, de introduzir a tipografia no país, mas sem sucesso. A primeira tipografia do Brasil só surgiu com a chegada da família real, em 1808, transportada a bordo da nau *Medusa*, integrante da esquadra que transferiu a corte portuguesa para o Rio de Janeiro.

Mesmo assim, o primeiro jornal brasileiro foi editado em Londres por Hipólito da Costa e tinha que entrar clandestinamente no país. Era o *Correio Brasiliense*, que possuía entre 70 e 140 páginas em média (tinha formato de um livro) e circulou até 1822, durante 14 anos. O primeiro jornal oficial, a *Gazeta do Rio de Janeiro*, também foi lançado em 1808, mas três meses depois de *O Correio*. Finalmente estava instalada a imprensa no Brasil. Para Nelson Werneck Sodré ressalta que,

O atraso da imprensa no Brasil, aliás, em última análise, tinha apenas uma explicação: ausência de capitalismo, ausência de burguesia. Só nos países em que o capitalismo se desenvolveu, a imprensa se desenvolveu. A influência do *Correio Brasiliense*, pois, foi muito relativa. Nada teve de extraordinário. Quando as circunstâncias exigiram, apareceu aqui a imprensa adequada. (SODRÉ, 1999: 28)

É importante destacar que esse período foi marcado por diversas e importantes invenções. O telégrafo, inventado em 1844 por Samuel Morse, foi uma revolução na transmissão de informações, permitindo o envio de notícias a longas distâncias. Essa capacidade foi ampliada com a criação dos cabos submarinos (segunda metade do século XIX), que uniu os continentes.

Em 1847 foi criada a máquina rotativa nos Estados Unidos; um ano depois, o *Times*, da Inglaterra criou uma rotativa que imprimia dez mil exemplares por hora. A fotografia começou a ser usada na imprensa diária em 1880 e a Alemanha foi o primeiro país a produzir revistas ilustradas graficamente com fotografias. O linotipo, inventado em 1889, revolucionou as técnicas de composição de página com o uso de tipos de chumbo fundidos para gerar linhas inteiras de texto.

Com a construção das ferrovias, em 1850, foi facilitada a distribuição dos jornais nas regiões de maior população e mais intensa atividade econômica. As linhas telegráficas também proporcionaram maior rapidez no fluxo das informações destinadas às redações. O telégrafo elétrico, de 1852, não favorecia o envio de mensagens longas, mas permitia aos jornais das maiores cidades brasileiras receberem informações sobre os principais acontecimentos no mesmo dia em que ocorriam.

Ainda no final do século XIX, a existência de um público letrado e interessado em consumir notícias beneficiou o estabelecimento da imprensa no Brasil. O seu crescimento

aliado à criação de novas técnicas e equipamentos, como a eletricidade, a máquina a vapor, o telégrafo e o telefone, fizeram a gradual transição rumo a um jornalismo de caráter industrial, que caracterizaria a nova fase que viria a seguir. Também incentivou a sociedade a pesquisar os melhores meios de utilização dessas inovações. A partir daí nasceram os primeiros estudos de comunicação.

2.4 - Dos bloquinhos aos teclados: mudanças na produção e desenvolvimento das pesquisas de comunicação

A passagem do século, assim, assinala, no Brasil, a transição da pequena à grande imprensa. Os pequenos jornais, de estruturas simples, as folhas tipográficas, cedem lugar às empresas jornalísticas, com estrutura específica, dotadas de equipamento gráfico necessário ao exercício de sua função. Se é assim afetado o plano de produção, o da circulação também o é, alterando-se as relações do jornal com o anunciante, com a política, com os leitores. Essa transição começara antes do final do século, naturalmente, quando se esboçara, mas fica bem marcada quando se abre a nova centúria. Está naturalmente ligada às transformações do país, em seu conjunto, e, nele, à ascensão burguesa, ao avanço das relações capitalistas: a transformação na imprensa é um dos aspectos desse avanço; o jornal será, daí por diante, empresa capitalista, de maior ou menor porte. (Sodré, 1999: 275).

A implantação da técnica de tipografia possibilitou a fabricação artesanal dos periódicos, permitindo assim as primeiras participações políticas da imprensa no País. Com a constituição de veículos para transmitir informações, a atividade jornalística participou, com textos críticos, de grandes transformações do início do século, como a Independência do Brasil, a abolição dos escravos e a adoção do regime republicano. Até a República, o jornalista era uma espécie de ativista político e o jornal, veículo para suas ideias. Após esse período, a imprensa artesanal começou a ser substituída pela industrial, transformando o jornalismo em empresa que, modernizada com o progresso da técnica, acaba ficando sob o domínio do Estado e do capital. Ribeiro (1994) destaca que o quadro profissional da época era formado por repórteres e publicistas, políticos profissionais.

Naquela época, o jornal era caracterizado pela ausência de subtítulos, desconhecimento das manchetes e de outros processos jornalísticos. Os impressos possuíam de quatro a oito páginas, as colunas eram frias (monotonamente alinhadas) e os títulos, curtos e pobres. Em 1905 foram introduzidos os linotipos para acelerar a composição, e rotativas que permitiram aumentar as tiragens e melhorar a qualidade de impressão. Surgiram as primeiras máquinas de escrever, na redação e na área administrativa dos jornais.

O desenvolvimento das indústrias teve como consequência o aumento na venda de produtos e um maior investimento em publicidade. Tal fato fez com que surgisse, no começo do século XX nos Estados Unidos, as primeiras pesquisas em comunicação. A *Mass Communication Research*, corrente de estudos funcionalistas¹⁶, que privilegiava a pesquisa quantitativa e possuía orientação pragmática e voltada prioritariamente para a comunicação mediática, estimulando pesquisas voltadas para a audiência e aperfeiçoamento de técnicas de persuasão, colocando a comunicação em local estratégico para o desenvolvimento econômico daquele país. O livro de Harold Lasswell, *Propaganda Techniques in the World War*, lançado em 1927, em que estuda a propaganda durante o conflito, foi o primeiro passo para o desenvolvimento das pesquisas.

A década de 20 “apresentou o amadurecimento no sistema de comunicação brasileiro e sua modernização no ponto de vista do capitalismo” Ribeiro (1994:33). Segundo o autor, foi nessa época que Roquete Pinto introduziu o rádio no Brasil. Também foram fundadas a primeira agência de notícias (A Americana, por Cásper Líbero) e de publicidade (Thompson) do país.

Ainda nessa época, foi ampliada a distribuição de jornais, graças ao crescimento do transporte ferroviário e marítimo. O noticiário era feito de forma rebuscada; os editoriais eram publicados na capa e o jornalismo, confundido com literatura, porque era feito por escritores. O estilo europeu de escrever começa, aos poucos, a ceder lugar a um modelo norte-americano, mais seco e direto. E a imprensa operária surge, voltada basicamente para a grande comunidade de imigrantes que se formava.

Nos anos 1930, com a política do Estado Novo e do período democrático do governo Vargas, de centralização e nacionalismo, há avanços tecnológicos e de mercado. Na mesma época, a rádio assume um papel importante, noticiando, ao lado dos impressos, fatos sobre a Segunda Guerra Mundial. A Rádio Nacional, do Rio de Janeiro, se tornará a grande porta-voz da cultura popular massiva.

Em 1937, o Estado Novo regulamentou a profissão de Jornalista, através do Decreto-Lei nº 910. No mesmo ano, em 15 de abril, foi fundado o Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo. Segundo a revista comemorativa aos 70 anos da entidade¹⁷, “os jornalistas queriam colocar ordem na profissão, num cenário de repressão às liberdades de expressão e de imprensa e de transformações políticas” (2007:35).

---

¹⁶ Escola teórica cujas pesquisas se davam a partir pesquisas a partir da concepção de função e efeitos dos meios de comunicação. Os principais teóricos da escola funcionalista eram o sociólogo Paul Lazarsfeld, o cientista político Harold Lasswell e os psicólogo Kurt Lewin e Carl Hovland.

¹⁷ Publicada pelo Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo em abril de 2007.

Segundo a publicação, as únicas agremiações existentes na época eram a APC (Associação Paulista de Imprensa), a ABI (Associação Brasileira de Imprensa) e a ACEESP (Associação dos Cronistas Esportivos no Estado de São Paulo).

Ribeiro (1994) afirma que, mesmo com a profissão de jornalista regulamentada na época, os salários eram pagos mediante convênios e trocas com empresas, criando a cultura dos chamados “jabaculês”.

Nessa época, a empresa jornalística começou a ser vista como um investimento atraente, substituindo a concepção anterior de jornalismo, associada ao risco inevitável e ao partidarismo. Os classificados, que antes dominavam a publicidade, tiveram de dividir espaço com os grandes anunciantes e com os anúncios produzidos pelas agências. (idem, 1994:36)

Graças ao desenvolvimento urbano-industrial e ao início da sociedade de massas ocorreu, na década de 1940, a consolidação do rádio. Foram introduzidos na época os primeiros aparelhos de rádio a válvula e, segundo Ribeiro (1994:38), ocorreu a “abertura paulatina da legislação para a publicidade”. Para o autor, a propaganda privada ou oficial, viabilizou a imprensa como empreendimento. Mas havia outro problema a ser resolvido: o papel, que era importado, e ficava à mercê de elevações de preços, fazendo com que desaparecessem os veículos pequenos, e “determinando a concentração do poder econômico na área” (Dines, in Ribeiro, op. cit:38).

Nessa época surgiram os jornais *Última Hora* e *a Tribuna da Imprensa*, de Carlos Lacerda. Foi neste jornal que Ibrahim Sued iniciou a sua carreira, passando anos mais tarde para *O Globo*, onde ficaria até morrer, em 1995. Mesclando o mundo da alta sociedade com furos sobre a vida política nacional, o jornalista lançou um novo modelo de colunismo social nessa mesma década, modelo este que é copiado até hoje. O noticiário dos jornais da época começou a tratar mais da informação, e grandes jornais criaram manuais de redação para impor padrões de qualidade e uniformização da notícia. Apesar de todas essas inovações, os repórteres ainda tinham o hábito de escrever à mão, em blocos de anotação. Os espaços dos jornais não eram diagramados e também não havia programação para a publicidade.

Seguindo um modelo visto a partir de uma perspectiva puramente técnica, os engenheiros matemáticos Claude Shannon e Warren Weaver contribuíram com a criação, no final dos anos 1940, da *Teoria Matemática da Comunicação*, ou *Teoria da Informação*, na qual sistematizavam o processo comunicativo e davam ênfase nos aspectos quantitativos. Ainda nos anos 1940, Harold Lasswell tentou formalizar o processo comunicativo, através das chamadas “questões programa” *Quem? Diz o quê?*

Em que canal? Com que efeito? Paul Lazarsfeld deu a sua contribuição analisando as pesquisas de opinião e se tornando precursor dos medidores de audiência.

Matterlart (1999) afirma que, para Lasswell, o processo de comunicação cumpre três funções principais na sociedade: a vigilância do meio; o estabelecimento de relações entre os componentes da sociedade para produzir uma resposta ao meio e a transmissão da herança social. A essas funções, Lazarsfeld e Merton acrescentaram o entretenimento ou diversão.

A preocupação com o indivíduo surge pela primeira vez na *Teoria do Estudo dos Efeitos*, em que os teóricos funcionalistas procuravam verificar – financiados por entidades diretamente interessadas nos resultados – os efeitos de campanhas políticas e propagandas. Desses estudos surge a teoria denominada *Hipodérmica*, para explicar a ação dos meios de comunicação nos indivíduos, em referência ao termo “agulha hipodérmica”. Tais estudos mostram que o agendamento e os principais temas em discussão na sociedade se dão a partir dos meios de comunicação Wolf (1992) afirma que, por coincidir com o período das duas guerras mundiais, a teoria representou a primeira reação à difusão em larga escala das comunicações de massa:

Os principais elementos que caracterizam o contexto da teoria hipodérmica são, por um lado, a novidade do próprio fenômeno das comunicações de massa e, por outro lado, a ligação desse fenômeno às trágicas experiências totalitárias daquele período histórico. Encerrada entre estes dois elementos, a teoria hipodérmica é uma abordagem global aos *mass media*, indiferente à diversidade existente entre os vários meios e que responde, sobretudo à interrogação: que efeito tem os *mass media* numa sociedade de massa? (Mauro Wolf, 1992:18)

Em 1950, o mercado de trabalho do jornalista se amplia com o surgimento da primeira emissora de televisão, a TV Tupi de São Paulo, de Assis Chateaubriand. Como consequência, mudaram os hábitos de recepção do público, fazendo com que os comunicadores precisassem alterar o modo de escrever e também de falar. Ao lado da imprensa escrita e do rádio, o novo veículo viria a noticiar acontecimentos importantes como o suicídio de Getúlio Vargas, a renúncia de Jânio Quadros e o golpe de 1964.

Também nessa época, grandes empresas de multimídia (emissoras de rádio, televisão e jornais) começam a se formar, como os *Diários e Emissoras Associados*, de Assis Chateaubriand. Os jornalistas eram considerados os “intelectuais”; mas não possuíam dinheiro, nem bens, como carros, por exemplo. Um repórter ganhava em média um salário mínimo por mês, distribuído em vales semanais que, geralmente, não eram pagos em dia. O salário era completado geralmente com um emprego público.

Alzira Abreu (2002:10) relata que nos anos 1950 foram também lançados “jornais precursores da modernização do jornalismo brasileiro, e as reformas de outros que atuavam desde o início da República ganharam novo fôlego”. Esses jornais eram a *O Diário Carioca*, *Última Hora* e, pouco mais tarde, o *Jornal do Brasil*.

Além de ter introduzido o *lide*¹⁸ nos jornais, o *Diário Carioca* contratou a primeira equipe de copidesques¹⁹ em redação. Era considerado o mais moderno daqueles tempos, uma grande escola de jornalismo dos anos 1950. Em entrevista concedida para a revista *Comunicação & Educação*²⁰, o jornalista Jânio de Freitas, que participou das duas reformas, considerou que o *Diário Carioca* e o *Jornal do Brasil* fizeram as duas transformações mais influentes no jornalismo brasileiro.

Quando cheguei, o *Diário Carioca* já havia introduzido mudanças. Mas tive a sorte de pegar o *Diário Carioca* em uma época em que ele foi a melhor escola de jornalismo da imprensa brasileira, principalmente pela atividade de Luís Paulistano. Ele era um jornalista absolutamente excepcional, com sensibilidade para a reportagem e muito talento como redator e editor. A outra (transformação) foi a do *Jornal do Brasil*. Há pessoas que atribuem importância à *Última Hora*, lançada mais ou menos no começo da década de 50, mas eu não atribuo. Acho que era um caos, uma fantasia, um jornal popularesco, copiando muitos jornais do exterior, ao passo que o *Diário Carioca* foi uma coisa muito criativa. Era um jornal pequeno, com texto peculiar, que conseguia ter o humor carioca impresso, o que não é fácil. E o *Jornal do Brasil* tem a sua importância demonstrada pelo que aconteceu a todos os demais, que procuraram segui-lo, tanto do ponto de vista gráfico como do ponto de vista da linguagem, do tratamento temático, etc. (FREITAS, in FÍGARO, 1996:58)

Nilson Lage, Tales Faria e Sérgio Rodrigues (2004) relatam que a técnica de redação jornalística introduzida no jornal *Diário Carioca* nasceu da experiência acadêmica de Danton Jobim e Pompeu de Sousa – o primeiro catedrático e o segundo seu assistente, na cadeira de Técnica de Jornal e Periódico do curso de Jornalismo da Faculdade de Filosofia da Universidade do Brasil (hoje, Universidade Federal do Rio de Janeiro). Segundo eles, foram incorporadas ao *lide* “uma série de inovações introduzidas na linguagem literária pelos modernistas de 1922”. (2004:139) Entre elas,

(...) a eliminação de adjetivos inúteis, o combate aos chavões, o uso de preposições mais próximo ao da linguagem falada e a supressão, paulatina mas constante, das formas arcaicas de tratamento e referência (‘doutor’, ‘eminente jurista’, ‘sua excelência’) e do jargão jurídico dominante em uma profissão até então exercida freqüentemente por bacharéis em Direito, quando não contagiada pela vulgata de rábula de policiais e bandidos. Foi no *Diário* que se eliminou o uso absurdo da palavra ‘indivíduo’ como sinônimo de criminoso e ‘indigitado’ (que quer dizer ‘apontado’) para mencionar exclusivamente o réu em um processo; trocou-se ‘homicídio’ por ‘assassinato’, latrocínio por ‘roubo’, ‘humilde’ por ‘pobre’ (já que a humildade é subjetiva e a pobreza objetiva), ‘homem de cor’ por ‘negro’. As pessoas

¹⁸ *Lide* é o primeiro parágrafo da notícia, resumo que responde às questões-chave do fato: quem? O quê? Onde? Quando? E Por quê?

¹⁹ Profissional responsável pela verificação de erros de ortografia, digitação e estrutura gramatical do texto.

²⁰ Publicação do curso Gestão da Comunicação, da Escola de Comunicações e Artes da USP; entrevista de Jânio de Freitas a Roseli Fígaro: *Jornalismo com transparência e rigor profissional*, realizada em 1996.

passaram a morar ‘na rua x’ e não ‘à rua x’; as esposas tornaram-se ‘mulheres’, os advogados deixaram de ser ‘causídicos’, os médicos ‘facultativos’, os vereadores ‘edis’, os prefeitos ‘alcaldes’, as prostitutas ‘damas da noite’, as casas de dois andares ‘mansões’, os automóveis quando passam depressa ‘bólidus’ etc. Os redatores do noticiário policial tiveram que aprender que corpos em ‘decúbito dorsal’ estão de costas, ao contrário daqueles em ‘decúbito ventral’, que estão de frente para o chão ou a cama.

As mudanças feitas no *Jornal do Brasil*²¹, iniciadas em 1956 por Odylo Costa Filho, foram continuadas em 1962 por Alberto Dines. Visualmente, Jânio de Freitas, então redator e diagramador de esporte, retirou os fios da página, experiência que se estendeu a todo o jornal com sucesso. Abriram-se fotos de qualidade e houve um investimento em textos mais elaborados. Estruturalmente, o JB inovou com a criação das reuniões de pauta e a implantação de arquivos com registro do autor. Até então, os fotógrafos guardavam os negativos em casa. Também foi organizada uma biblioteca de referência, a partir de uma lista de livros e dicionários comprados em sebos. Eram os embriões dos departamentos de pesquisa. Para Dines essa reforma do *Jornal do Brasil* foi uma das coisas mais importantes da imprensa brasileira.

A revolução seguinte deu-se no *Jornal do Brasil*, em 1956, onde as inovações experimentadas quatro anos antes no *DC* foram combinadas à nova estética concretista. Liderados por Odylo Costa, filho, um grupo de jovens e brilhantes profissionais entre os quais o escultor Amílcar de Castro e os jornalistas Reynaldo Jardim, Janio de Freitas, Ferreira Gullar, Carlos Lemos, Wilson Figueiredo – para citar apenas alguns – produziu a mais feliz e duradoura reforma jamais feita na imprensa brasileira. Manteve-se intacta até os anos 1990 e mesmo diluída no jornal-matriz esparramou-se como paradigma da modernidade jornalística do norte ao sul do país. Alguns de seus aportes estão visíveis até hoje (chamadas de primeira página com textos-resumo, espaços em branco no lugar dos fios de paginação etc.). (DINES, 2010)

Na década de 1960, o canadense Herbert Marshall McLuhan partiu da ideia central de que o “o meio é a mensagem” para colocar o meio, o canal, a tecnologia como elementos determinantes da comunicação. A mesma época ficou marcada pela chegada e consolidação da *Indústria Cultural* no Brasil, conceito criado a partir da publicação, em 1944, de um capítulo da obra *Dialética do Iluminismo*²², pelos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer, principais fundadores da Escola de Frankfurt²³. Precursores da chamada *Teoria Crítica*, os estudiosos não pertenciam ao campo da comunicação e

---

²¹ A partir de 1º de setembro de 2010, o centenário e tradicional *Jornal do Brasil* finalizou a publicação de sua edição impressa, e passou a disponibilizar o seu conteúdo apenas na internet, com preço de assinatura. A decisão está vinculada à longa crise financeira pela qual o jornal atravessava nos últimos anos. Em 2001, o jornal foi arrendado por 60 anos para a administração de Nelson Tanure, também responsável pelo fechamento da *Gazeta Mercantil*, *JBTv* e revista *Forbes*.

²² Algumas traduções utilizam “Dialética do Esclarecimento”

²³ Ao lado dos pensadores Erich Fromm, Herbert Marcuse, Walter Benjamin e Siegfried Kracauer, eles formaram a primeira geração da Escola de Frankfurt, corrente de pensamento crítica dos meios de comunicação.

tinham o objetivo de promover uma crítica à manipulação ideológica e à mercantilização cultural, provocadas pelos meios de comunicação de massa. Fazendo um contraponto à perspectiva americana, pragmática e positivista, a Teoria Crítica “promove uma crítica severa à mercantilização da cultura e à manipulação ideológica operada pelos meios de comunicação de massa” (Veiga, 2001:56).

No texto, Adorno afirma que na indústria cultural, antes concebida como “cultura de massas”, tudo o que é produzido culturalmente é igual a qualquer produto industrial, seja ele erudito ou popular. Não é uma cultura que surge espontaneamente, do povo. A produção determina o que deve ser consumido e vice-versa, importando apenas que a mesma chegue às massas.

A indústria cultural é a integração deliberada, a partir do alto, de seus consumidores. Ela força a união dos domínios, separados há milênios, da arte superior e da arte inferior. Com o prejuízo de ambos. A arte superior se vê frustrada de sua seriedade pela especulação sobre o efeito; a inferior perde, através de sua domesticação civilizadora, o elemento da natureza resistente e rude, que era inerente enquanto o controle social não era total. Na medida em que nesse processo a indústria cultural inegavelmente especula sobre o estado de consciência e inconsciência de milhões de pessoas às quais ela se dirige, as massas não são, então, o fator primário, mas um elemento secundário, um elemento de cálculo; acessório de maquinaria. O consumidor não é rei, como a indústria cultural gostaria de fazer crer, ele não é o sujeito dessa indústria, mas seu objeto. (Adorno, 1978: 287-288)

Benjamin e Kracauer, situados um pouco distantes do grupo, repudiavam a ideia de cultura burguesa e manifestavam simpatia pelas novas formas de arte tecnológicas. Achavam que tinham que criticar o uso da técnica e não a técnica propriamente dita.

O filósofo Jünger Habermas pertenceu à segunda geração de pensadores frankfurtianos representada por Adorno e Horkheimer. Procurou retomar conceitos Iluministas e buscou produzir respostas para questões dos embates e situações de crise da sociedade moderna. No livro *Mudança estrutural da esfera pública*, o filósofo afirma que, graças à formação de uma esfera pública, podemos discutir e deliberar livremente interesses comuns. E também, graças à criação dos jornais, a burguesia pôde desenvolver consciência crítica para poder questionar o pensamento do Estado e da Igreja. Hoje a esfera pública é diferente daquela discutida por Habermas: não há mais um espaço físico para esses debates. Com o domínio da mídia e das grandes corporações o novo espaço passa a ser, por exemplo, a Internet e a televisão.

No Brasil, ainda nos anos 1960, foram inaugurados a TV Globo (1965); a Editora Abril lançou as revistas *Quatro Rodas*, *Claudia*, *Realidade* (1965) e *Veja* (1968). Em 1966 foi lançado o *Jornal da Tarde*, que segundo Dines (2010), foi um caso à parte: “não

foi uma reforma, foi um novo produto associado a um novo conceito inspirado no *New York Herald Tribune* – o jornal-revista aceso, criativo, alegre.”

O foco do jornalismo brasileiro começava a sair do Rio de Janeiro para São Paulo. Os vespertinos transformaram-se em matutinos. Naquela época, as empresas jornalísticas passaram por um processo de profissionalização, tanto administrativa como organizacional. As inovações alcançaram as redações com a adoção de técnicas jornalísticas inspiradas no modelo americano, entre as quais a busca da objetividade, o *lide*, a pirâmide invertida, a diagramação mais atrativa e até a organização das redações por editoria. Os jornalistas (cargos de chefia) se atualizavam em cursos feitos no exterior, como na Universidade de Columbia (EUA) e adaptavam o aprendizado ao jornalismo brasileiro.

Já era possível, na década de 1960, fazer plano de carreira em jornalismo: o repórter começava a trabalhar cumprindo uma carga de cinco horas de trabalho; ia subindo de categoria, até chegar a dez horas. Os aumentos salariais eram dados somente a quem subisse de categoria, a partir de uma avaliação dos chefes. Os jornalistas eram isentos de imposto de renda, não pensavam em aposentadoria, nem descontavam INSS.

(...) Eu não era nem funcionário do Jornal do Brasil. Meu nome não estava no expediente. Meu nome só entrou em 1964, quando saí da Manchete. Eu ganhava um salário no Jornal do Brasil, mas na época o jornalista era isento de imposto de renda, ninguém estava preocupado com aposentadoria, e eu nem descontava INSS. Aliás, durante um período trabalhei também na Tribuna da Imprensa. De manhã estava na Fatos e Fotos, de tarde no Jornal do Brasil e, de noite, ia para a Tribuna. (DINES, in Abreu, Lattamn-Weltman e Rocha:86)

O período da Ditadura Militar (1964 a 1975) foi aquele em que a liberdade dos jornalistas foi mais seriamente cerceada, com controle total do governo sobre os meios de comunicação. A política desenvolvimentista do Regime Militar trará expressivo crescimento econômico para o país e um grande investimento por parte do governo em infra-estrutura e equipamentos de telecomunicações:

A relação dos militares com a imprensa teve, contudo, outra face. Ao mesmo tempo em que censuravam matérias e interferiam no conteúdo da informação, os governos militares financiaram a modernização dos meios de comunicação. Isso se explica porque, para eles, essa modernização era parte de uma estratégia ligada à ideologia da segurança nacional. A implantação de um sistema de informação capaz de “integrar” o país era essencial dentro de um projeto em que o Estado era entendido como o centro irradiador de todas as atividades fundamentais em termos políticos. (ABREU, 2002: 15).

Da censura estabelecida pelo regime militar resultou o surgimento de uma imprensa alternativa, que viria renovar o jornalismo e marcar época com publicações como “O Pasquim”, “Opinião” e “Movimento”, entre outros. Kucinski conta que,

Em contraste com a complacência da grande imprensa para com a ditadura militar, os jornais alternativos denunciavam sistematicamente as torturas e violações dos direitos humanos e faziam a crítica do modelo econômico. Inclusive nos anos de seu aparente sucesso, durante o milagre econômico, de 1968 a 1973, destoando, assim, do discurso triunfalista ecoado pela grande imprensa (...) (1991:13)

Também nessa época foi decretada a obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão de jornalista no país. Em artigo publicado no Jornal da USP, o professor José Coelho Sobrinho conta que, até 1969, jornalismo no Brasil era sinônimo de subemprego para muitos “profissionais”. Era regra, segundo ele, uma emissora de rádio contratar funcionários públicos como “setoristas” para cobrir os seus próprios departamentos.

O começo dos anos 1970 foi marcado pela repressão do governo Médici, com censura e autocensura nos grandes jornais, além da presença constante do censor nas redações. Chamado de comissário, ele procurava dar ordens, não fazia nada por escrito; tudo era comunicado oralmente ao secretário de redação. Alberto Dines conta que 30% dos assuntos censurados eram a respeito de segurança nacional e que não podiam falar de assalto a banco. “O resto era política econômica, era o Delfim querendo controlar a imagem do ‘milagre’”. (2003:103)

Em 1974, a *Gazeta Mercantil* inovou, por ser o único jornal do país a fazer distribuição simultânea, transmitindo, imprimindo e distribuindo o jornal em todo o país. A técnica foi copiada do *The Wall Street Journal*, dos Estados Unidos, e consistia em transmitir as páginas do jornal por um processo que utilizava uma banda do sinal de um canal de televisão. “Codificava-se na saída e codificava-se na chegada”, afirma o jornalista Roberto Mullher Filho (2003:23). Segundo ele, ninguém sabia como fazer o equipamento funcionar no Brasil, mas a *Gazeta Mercantil* contratou um técnico da empresa fornecedora de energia e treinou engenheiros da Embratel. “O resultado foi explosivo, pois aquela tecnologia permitiu tornar realidade o conceito de um jornal nacional de negócios. Começamos a transmitir para o Rio de Janeiro, depois Brasília. Uma pequena equipe recebia o jornal e imprimia numa gráfica de terceiros”, explica.

Em 1975, o então presidente Geisel iniciou o processo de abertura política, consolidado no governo Figueiredo, em 1979. A imprensa noticiou a participação da sociedade em toda a transição política, assim como no Movimento das Diretas Já e na primeira eleição direta para presidente da República. Ao mesmo tempo, com o financiamento de bancos e instituições estatais, são importados equipamentos modernos e constituídas grandes sedes de empresas de comunicação. Ainda sob a sombra do governo, o futuro tecnológico estava próximo. Dentro desse contexto, *O Globo* criou a primeira

editoria de economia, área que passou a ter destaque em todos os meios de comunicação a partir dali. Em São Paulo, sob a direção de Claudio Abramo, a Folha também inovava:

(...) Coube à *Folha de S.Paulo*, em 1975, iniciar a mais original, a menos ostensiva e a mais eficaz reforma jornalística brasileira com profundas implicações no processo político. Orquestrada por Cláudio Abramo e acompanhada de perto pelo *publisher* Octávio Frias de Oliveira, a reforma consistiu na simples reintrodução do ingrediente fundamental do jornalismo – a opinião – tornada inútil pela censura e autocensura do regime militar. A promessa de uma distensão política levou Frias & Abramo a materializar um dos preceitos básicos da imprensa: podem existir jornais sem notícias, mas jornais sem opinião não sobrevivem. (DINES, 2010)

O mercado cultural e a pesquisa em comunicação no Brasil tiveram o seu início segundo Lopes (1997), na década de 1950, período de organização capitalista no país em sua fase contemporânea. A base de estudos era funcionalista até os anos 1970. Com o engajamento advindo da Ditadura Militar surgiram correntes marxistas que iniciaram os primeiros estudos de teoria crítica no país.

Nas pesquisas em comunicação no Brasil, houve uma ruptura com os padrões conservadores do funcionalismo e com a crítica radical a partir dos anos 1980. Os estudos começaram a ser comprometidos com a transformação social. Aos poucos são definidas novas análises dos meios de comunicação. A década de noventa é marcada pela centralidade no campo da comunicação. Há uma preocupação com as tecnologias e novas linguagens dos meios de comunicação. Surgem também modelos de pesquisa interdisciplinares e qualitativas, principalmente estudos de recepção, etnografia de mídia e ficção televisiva. Segundo Lopes, há nessa época uma revitalização das pesquisas de comunicação internacional (política de blocos, fluxos de comunicação e informação) impulsionadas pela globalização e também um maior interesse por comunicação/cultura, com ênfase nos temas de identidades étnicas, sexuais e geracionais.

Segundo Abreu (2002), os anos 1980 são marcados 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”. Jornalistas passaram a escrever textos e títulos mais curtos e a ter uma maior preocupação com a imagem.

Em 1984 o jornalista Otávio Frias Filho assumiu a direção da Folha de S. Paulo em substituição a Boris Casoy e implantou o *Projeto Folha*, com propostas básicas reunidas no Manual de Redação:

Nesses documentos pretendeu-se construir um projeto, sobretudo técnico, como base de um jornalismo “crítico, pluralista, apartidário e moderno”. Delineava-se uma face ideológica para o principal produto de uma indústria jornalística que, nas décadas anteriores, se consolidara como organização empresarial. (RIBEIRO, 1994:64)

O novo diretor, filho dos proprietários do jornal, enfrentou restrições pelo grupo de jornalistas da redação, remanescentes da direção de Claudio Abramo e Bóris Casoy (1962 e 1984) e procurou impor-se sobre os focos de influência. Ribeiro conta que “um de seus principais objetivos, ele admite, foi remover a cultura jornalística existente, que tinha fortes referências ao estilo de comando dos dois diretores precedentes”. O resultado do novo projeto foi o isolamento de Abramo, demissão dos jornalistas mais experientes, substituída por uma redação jovem, que ascendia muito rápido profissionalmente.

Mais do que antes, os profissionais foram colocados numa linha de montagem, enquanto a direção da empresa, contraditoriamente, se confessava ou incompetente ou inapetente para promover um programa de treinamento *moderno*, dilapidando de forma selvagem seu *capital humano*. (RIBEIRO, 1994:66, grifos do autor)

O final dos anos 1980 e o início dos 1990 ficaram marcados com a instalação dos computadores nas redações e também nas gráficas. A Folha de S. Paulo e o Globo foram os primeiros jornais a adotar computadores na produção de notícias. As inovações tecnológicas baratearam a produção e causaram profundas alterações nas funções do jornalista, que viu cargos e postos serem extintos. Sobre a Folha, por exemplo,

O investimento custou à empresa US\$ 2 milhões e possibilitou uma economia de 40 minutos no prazo final de conclusão de cada edição (o deadline do fechamento), acrescentando uma vantagem importante na distribuição e vendagem dos exemplares. A automação resultou, em setembro de 1983, na substituição de 72 revisores por apenas um encarregado de apontar os erros de português e de digitação na edição de cada dia. (RIBEIRO, 1994:68)

Nos anos 1990 a mudança foi radical, 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. Abreu (2002) afirma que a informatização das redações significou um salto em termos de rapidez na execução das tarefas.

Em contrapartida, o rigor no horário de fechamento do jornal aumentou, obrigando o jornalista a trabalhar sob pressão. Antes, o jornal estava pronto para rodar quando o editor dizia “pode fechar”. Hoje, o jornal fecha muito mais cedo, e quem exige isso é outra instância: a comercial. Os jornalistas têm que obedecer a horários rígidos, pois há contratos com companhias aéreas, que distribuem o jornal para outros estados, e com serviços terrestres, para a distribuição em cidades próximas. (ABREU, 2002: 34)

A autora destaca que hoje as redações estão enxutas e o jornalista é multitarefa: prepara a notícia, diagrama, fotografa. Não há tempo para controle da qualidade do texto. A informação foi transformada em um bem simbólico, uma mercadoria. E os proprietários dos meios de comunicação, “são agora homens de organização submetidos a determinações de profissionais de diferentes especializações, como economistas, administradores, engenheiros”.

A pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação* corroborou em suas conclusões que o mercado de trabalho para o comunicador exige um profissional com diversas habilidades:

Requer um profissional com habilidades em multiplataformas, com destreza no uso da língua e das linguagens para poder produzir enunciados de acordo com os requisitos das diferentes plataformas e dos objetivos de consumo; ser fluente em inglês, escrita e fala; ter habilidades no uso de ferramentas para navegação na internet e maturidade intelectual para coletar, selecionar e organizar as informações disponíveis em abundância cada vez maior. Exige noções de marketing e de administração, visto que se prioriza o consumidor e os públicos mais diversos. Há produtos para todos. Informação como entretenimento é a receita certa mesmo quando os públicos são segmentados. Há um nível de exigência bastante alto para condições de trabalho nem tão excelentes. Joga-se com a reserva de mão-de-obra desempregada. (FÍGARO, 2008:460)

Sobre as relações de trabalho, a pesquisa apontou que ficaram mais competitivas, e nem sempre com respaldo em valores éticos

A concorrência entre colegas, a falta de camaradagem, as condições contratuais precárias – freelancer, pessoa jurídica e cooperados – deixam o profissional em situação de desvantagem. Jornadas de trabalho extensas, ritmo acelerado de trabalho, corroboram para situações de tensão e estresse.(IDEM)

O perfil do jornalista também mudou, como veremos com os resultados da pesquisa empírica.

Como todas as inovações, os computadores e a Internet trouxeram boas e más novidades para os jornalistas, como afirmou Burke no início deste capítulo. 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.

Como resposta à pergunta inicial, o trabalho do jornalista sempre foi precarizado, mas a diferença principal está nas empresas, que eram precárias no início e hoje não são mais. Eram negócios familiares, sem a sofisticação e vinculação de negócio com estrutura

mercantil. Hoje as empresas possuem acionistas, são administradas por economistas, analistas, engenheiros. Estão muito ligadas ao sistema capitalista, globalizado, financeiro, internacional. E o jornalista é apenas uma peça dentro do processo, cada vez mais sufocado, cada vez mais raro nas redações.

2.5 - Existe uma teoria para o jornalismo?

Esta é uma questão polêmica que divide inclusive os teóricos do jornalismo. O pesquisador português Jorge Pedro Souza (2002) divide com os norte-americanos Shomaker e Reede (1992) a ideia de que já existe conhecimento suficiente sobre o jornalismo para se construir uma teoria unificada do jornalismo. Traquina (2002) e Vizeu (2003) sustentam que ainda não é possível formular essa teoria. Mas ambos fazem tentativas para a afirmação do campo.

Vizeu (2003) ressalta que a grande preocupação das pesquisas sobre jornalismo e produção da notícia no decorrer do século XX, foi responder à pergunta “por que as notícias são como são?”. As primeiras investigações nesse campo começaram em 1910 nos Estados Unidos, mais precisamente na Universidade de Chicago, quando foi apresentada uma tese de doutorado sobre o papel social do jornal. Segundo o autor, em 1918 o sociólogo alemão Max Weber escreveu para a universidade um trabalho sobre as notícias e, quatro anos mais tarde, o também sociólogo Robert Ezra Park realizou um estudo sobre a natureza das notícias. Vale destacar que esses primeiros estudos não estavam preocupados em pensar o jornalismo, mas sim usar a prática do jornalismo para fazer ciência, a prática da entrevista jornalística para transformá-la em um método científico de fazer a etnografia²⁴.

Os estudos de Robert Ezra Park antecederam os estudos sobre opinião pública de Walter Lippman e suas influências nas campanhas eleitorais dos anos 1940, de Paul Lazarsfeld. No Brasil, sob influência dos Estados Unidos, esses estudos começaram a tomar corpo quando surgiram as primeiras escolas de jornalismo, como a Cásper Líbero, em 1947, e o Estado começa a institucionalizar a carreira. A exigência do diploma, em 1969, auge da Ditadura, faz com que a escola funcionasse como um “filtro” para controle do Estado, limitando inclusive a atuação dos intelectuais da época como jornalistas.

---

²⁴ Metodologia qualitativa de pesquisa que teve sua origem na antropologia cultural.

O português Nelson Traquina preside desde 1997 o *Centro de Investigação Media e Jornalismo*, que reúne pesquisadores de diversas instituições. Em 2004, foi convidado pela UFSC (Universidade Federal de Santa Catarina) a escrever e publicar o livro *Teorias do Jornalismo*, cuja primeira parte tem como objetivo responder a questões-chave para a compreensão do jornalismo: “O que é notícia? Por que as notícias são como são? O que é ser jornalista numa democracia? O jornalismo é um Quarto Poder? Um contra poder?”. Em entrevista concedida ao site *Observatório da Imprensa* em 2004, o próprio Traquina nos dá pistas sobre a sua visão de campo jornalístico:

O campo jornalístico ocupa um lugar central no espaço público das sociedades contemporâneas. Assim, os estudos sobre o jornalismo que refletem sobre a questão por que as notícias são como são podem contribuir para uma análise do seu papel nas democracias. A resposta à pergunta se o campo jornalístico é um campo fechado às "vozes alternativas" ou um campo com autonomia suficiente para assumir um papel próprio no processo de produção das notícias, um recurso social que os diversos atores sociais procuram mobilizar para os seus objetivos, seria um contributo importante para compreender melhor o poder do jornalismo. (TRAQUINA, 2004)

Dentre as várias teorias que surgiram para tentar responder às questões de Traquina, destacam-se a do Espelho, Gatekeeper, da Organização e da Ação Política, a saber:

A Teoria do Espelho – “*as notícias são como são porque a realidade assim as determina*” - inspira-se no positivismo de Comte, acredita e defende a objetividade do trabalho jornalístico. Surge como reação contra os excessos do jornalismo sensacionalista, influenciada pela invenção da fotografia: o jornalista deveria simplesmente relatar a realidade da maneira como ela se apresenta, como faz o fotógrafo. É a concepção dominante do jornalismo ocidental, adotada pela maioria das faculdades de jornalismo do Brasil. Também é a base dos manuais de redação das empresas de comunicação.

A Teoria do Gatekeeper – “*as notícias são como são porque os jornalistas assim as determinam*” - foi a primeira teoria que surgiu na literatura acadêmica, ainda nos anos 1950. O termo *gatekeeper* refere-se à pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões. Analisa a notícia apenas a partir de quem a produz e desconsidera a estrutura burocrática e a organização. Surgiu no campo da psicologia e foi adaptada à análise comunicacional nos anos 50, enfatizando a ação pessoal.

A Teoria da Organização – “*as notícias são como são porque as empresas e organizações jornalísticas assim as determinam*” – é filiada ao funcionalismo e trabalha com a ideia de mercado: a notícia aparece como um produto à venda. Entende que o

jornalismo é o espaço que “sobra” da publicidade, ou seja, o fator econômico é determinante na construção das notícias.

As Teorias da Ação Política – *“as notícias são como são porque interesses políticos e ideológicos assim as determinam”* – entende que a mídia está a serviço de interesses políticos: se a ação política é de direita, é o Estado que determina as notícias; se é de esquerda, é determinada pelos interesses ideológicos capitalistas.

Defende-se aqui que o campo do jornalismo é um sistema, um campo na concepção de Pierre Bourdieu, mas sem fundamento científico, apenas como área tradicional, com métodos e práticas profissionais. Mas não como área de ciências, pois o jornalismo não estabelece um método de conhecimento; o jornalista se apropria de um método de conhecimento para executar o seu trabalho. A entrevista, por exemplo, não foi inventada pelo jornalista. Ele se apropria do método, se aprofunda para elaborar um texto específico e construir uma argumentação.

O jornalismo é uma área muito complexa, com muitos perfis. O seu próprio fazer profissional vai se tornando profissão à medida que o capitalismo cresce, tornando-se indústria. Usa o lide, a entrevista, a pirâmide invertida como técnicas, mas a sua ideia principal é reportar os ideais de um grupo social, um ponto de vista.

3– Breve síntese

O campo do jornalismo apresenta inúmeras problemáticas a serem estudadas e aqui fizemos apenas uma abordagem das questões que mais nos intrigam. Seria impossível abordar todas as temáticas do jornalismo contemporâneo, como as questões da narrativa jornalística (como função de registro do cotidiano para a História), a internet, ou o papel do jornalismo cidadão, por exemplo.

Este capítulo nos mostrou como mudanças no mundo do trabalho, ocorridas a partir do crescimento do capitalismo e da cultura de massa, da introdução de novas tecnologias e da importância da comunicação para a contemporaneidade afetaram a sociedade e, neste caso, o jornalista. A partir dessas mudanças, vimos que o jornalismo se tornou uma atividade mercantil, que produz a notícia como uma *commodity*, atravessada pelo discurso publicitário. Que a imprensa utiliza o título de Quarto Poder para beneficiar interesses políticos e econômicos, indo na contramão dos interesses dos cidadãos.

Também vimos que a regulamentação da profissão e a criação das faculdades de jornalismo mudaram o perfil dos profissionais. E que a reestruturação do modo de

produção capitalista teve grandes implicações no jornalismo, da produção industrial às redações. Os profissionais viram o seu trabalho flexibilizado e as relações trabalhistas desregulamentadas, mudando as relações de vínculo.

As invenções do final do século XIX fizeram com que as noções de tempo, velocidade e espaço fossem revistas. Incentivaram, num primeiro momento, pesquisas de comunicação como fluxo da informação. Ou seja, teorias relacionadas às máquinas de comunicar e suas relações de troca e transmissão, onde o indivíduo não pensa por si e não possui atitude crítica: é apenas manipulado pelo poder dos meios de comunicação. As teorias do jornalismo, por sua vez, deveriam levar em conta como é que os processos de produção jornalística se dão, num contexto mais amplo de sociedade. E também como o jornalista se sente ao exercer o seu papel.

Diante destes problemas, voltamos às nossas questões: qual é o perfil do jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo? Como a reestruturação do mundo do trabalho afetou a profissão? Como o profissional está vivenciando e entendendo essas mudanças? O que o jornalista está fazendo para manter-se no mercado de trabalho? Durante quanto tempo o jornalista mantém-se em atividade?

Para ajudar a respondê-las, apresentaremos no próximo capítulo o enfoque teórico das mediações que nos auxiliarão na pesquisa.

CAPÍTULO II

COMUNICAÇÃO COMO PARTE DA ATIVIDADE HUMANA

A comunicação é hoje campo privilegiado para observação e interpretação dos fenômenos da sociedade. É atravessada por áreas distintas do conhecimento (sociologia, filosofia, antropologia, linguística e psicologia, entre outros) e pode ser analisada a partir de diversos ângulos, do emissor ao receptor. Para Matterlart (1999:189), “a comunicação serve como parâmetro da evolução da humanidade, num momento histórico em que se busca o sentido para o futuro”.

Ao longo do século XX, a comunicação foi incorporada à lógica do Capital, assumindo importante papel para que melhor se compreenda as transformações ocorridas na sociedade, principalmente a partir da introdução de novas tecnologias, da reorganização de métodos e processos de trabalho, fusão de mídias e supervalorização da sociedade de consumo. Matterlart (1999) aponta ainda a divisão do trabalho como primeiro passo teórico para a história da teoria da comunicação.

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, de troca de sociabilidades, identidades e auto-estima. Fígaro (2005: 142) afirma que “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”. Ao discutirmos e ampliarmos o conceito de trabalho podemos analisá-lo como atividade humana, o que nos permite, a partir da perspectiva Ergológica, problematizar o objeto de estudo de maneira mais complexa, destacando a existência de um sujeito como indivíduo social.

Para um estudo de comunicação ou de mudança nos padrões de comunicação, é fundamental que se estude o mundo do trabalho. Comunicação e trabalho partilham experiências e mudanças econômicas, interpessoais, tecnológicas e culturais muito semelhantes. Discutiremos, neste capítulo teórico-metodológico, os conceitos de Comunicação, Linguagem, Trabalho e Ergologia, além da Análise do Discurso como método de interpretação. O objetivo é termos um melhor entendimento das mediações abordadas para chegarmos ao binômio Comunicação e Trabalho. Tais questões nos ajudarão a refletir sobre os problemas enunciados para a pesquisa.

1 - Localizando a Comunicação

A comunicação tem caráter trans, multi e interdisciplinar. 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. A disciplina, segundo Edgar Morin (2000), é uma categoria organizadora dentro do conhecimento científico e tende naturalmente, inserida em um conjunto mais amplo, à autonomia pela delimitação das fronteiras, da linguagem, técnicas e teorias. Ainda segundo o autor, “a disciplina torna-se um meio de flagelar aquele que se aventura no domínio das ideias que o especialista considera de sua propriedade” tornando-se necessário, assim, a abertura, um olhar alheio, de fora, para o encontro de soluções. 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.

O campo é o da comunicação, em que a vida cotidiana se tece com e pela linguagem. Com ele delimitamos um espaço específico, no qual se destaca a relação homem, linguagem e sociedade no contexto da vida cotidiana. Um campo atravessado por outras linguagens, saberes advindos de outros âmbitos, redefinidos e reconfigurados no espaço da comunicação, enquanto domínio que abrange desde o pensamento mais recôndito até os aparatos tecnológicos de maior potência, alcance e ressonância, com sua capacidade de transformar sons quase imperceptíveis em estrondoso ruído. De um lado, o pensamento interior (humano); de outro, os meios de comunicação (mediação técnica). (MOTTER, in BACCEGA e COSTA, 2009:33)

Não é uma tarefa simples definir o objeto empírico das Ciências da Comunicação, colocada aqui propositadamente no plural, para nos mostrar que não é uma disciplina, mas uma “síntese de saberes diversos” (Martino, 2001:20). Ao pensarmos em comunicação, a primeira ideia que nos vem à cabeça é a situação de diálogo emissor-receptor, ideia de comunicação como troca/fluxo linear que é, na verdade, transmissão de informação. Aqui nos interessa a comunicação humana, não no sentido da psicologia, mas aquela que ocorre entre dois homens e entre homens e máquinas, ou seja, como aspecto constitutivo da atividade humana. Fígaro (in Baccega e Costa, 2009:133) afirma que a comunicação humana difere da comunicação de outros animais, pois “não está só

vinculada à reprodução da espécie, função da natureza biológica de todos os animais”. Para a autora, “a comunicação humana implica relação, memória, cognição, linguagens, significação, representação, valores, estereótipos, ideologias”.

Etimologicamente a palavra comunicação nos remete à atividade. Martino (2001) afirma que o termo apareceu pela primeira vez no vocabulário religioso, ainda no cristianismo antigo. Segundo ele, foi no mosteiro que o ato de “tomar a refeição da noite em comum” recebeu o nome de *communicatio*. Para eles, não um simples ato de comer, mas de “fazê-lo juntamente com outros”, com a ideia de “romper o isolamento”. Ou seja, um tipo de relação em comum que rompa o isolamento.

O termo comunicação vem do latim *communicatio*, do qual distinguimos três elementos: uma raiz *munis*, que significa “estar encarregado de”, que acrescido do prefixo *co*, o qual expressa simultaneidade, reunião, temos a ideia de uma “atividade realizada conjuntamente”, completada pela terminação *tio*, que por sua vez reforça a ideia de atividade. (MARTINO, in HOHLFELDT, MARTINO E FRANÇA, 2001:12).

A importância da comunicação cresceu com a chegada da eletricidade e da máquina a vapor e com a invenção de novos meios, como o telégrafo e o telefone, que incentivaram a sociedade a pesquisar os melhores métodos para a utilização dessas inovações. A partir daí surgiram as primeiras pesquisas, marcadas, segundo Vera Veiga Franca, “pelas questões colocadas pela urbanização crescente do mundo, pela fase de consolidação do capitalismo industrial e pela instalação da sociedade de consumo, pela expansão do imperialismo norte-americano” (Veiga, Hohlfeldt, Martino e França, 2001:53). Para a autora, “a aceleração dos estudos reflete também o papel central ocupado pela ciência, que responde cada vez mais pelo progresso e planificação da vida social”.

1.1 – Comunicação, uma questão de cultura

Vale lembrar que, até os anos 1960, os pesquisadores da comunicação não viam o sujeito como parte das relações de comunicação. Somente a partir do surgimento da linha teórica dos Estudos Culturais, também nessa época, essa visão começou a mudar. Abordando os conceitos de cultura e sujeito, os pesquisadores do *Centre for Contemporary Studies (CCCS)*²⁵ fizeram o resgate da problemática da cultura na comunicação e da análise da subjetividade, estudando a televisão, o feminismo, classes sociais, grupos étnicos e minorias, mas sem abandonar conceitos de hegemonia, classe

---

²⁵ Fundado por Richard Hoggart e incorporado por Raymond Williams e E. P. Thompson, na Inglaterra, em 1964.

social e luta de classes. Anos mais tarde, Richard Hoggart foi substituído na direção do CCCS pelo jamaicano Stuart Hall, que desempenhou importante função no trabalho sobre o papel ideológico da mídia e a natureza da ideologia, cujo fundamento refuta os postulados da análise funcionalista americana e propõe uma forma diferente de pesquisa crítica sobre os estudos das manifestações culturais.

A partir desses estudos, o espanhol radicado na Colômbia Jesús Martín-Barbero estudou a América Latina como palco de debates e apresentou o conceito de “mediações”, que nos permite captar a comunicação na interação entre o espaço da produção e do consumo. O autor também estabelece um constante diálogo da comunicação com a sociologia, economia e história, mudando a concepção de campo. No livro *Dos Meios às Mediações*, Martín-Barbero reformula o conceito de cultura e revê o processo da comunicação por inteiro, a partir da recepção.

No final do século XX, as possibilidades de pesquisas em comunicação cresceram com o surgimento das novas tecnologias e, principalmente da internet. Ainda existe a perspectiva de estudo sobre a audiência. Mas é possível ver e analisar, de vários ângulos, a experiência de diversos grupos sociais a partir da identidade, das relações humanas (inclusive de trabalho), por uma visão global, nacional, local ou individual. Amplia-se o campo da comunicação.

A partir daí ampliam-se as estratégias metodológicas, marcadas por um novo modelo produtivo, mercantilizado. São introduzidas novas ferramentas de comunicação que mudam o mundo do trabalho e também o modo de pensar do trabalhador. Embora ainda seja comum pensar a comunicação como transmissão/fluxo, nesta pesquisa nos interessa a produção de sentidos, ou seja, a comunicação humana.

1.2 - A Linguagem como elemento da Comunicação

Se os pesquisadores americanos tiveram uma visão mais pragmática da comunicação, os pensadores da Escola de Frankfurt a criticaram e os ingleses investigaram a comunicação a partir da cultura, os intelectuais franceses da década de 1960 apostaram na Linguística para estudar a comunicação. Matterlart (2006:86) afirma que o estruturalismo “estende as hipóteses de uma escola linguística a outras disciplinas das ciências humanas”, como a antropologia, história, literatura e psicanálise. Mas apropria-se principalmente da Semiologia, ou teoria geral dos signos linguísticos, criada

por Ferdinand Saussure, para analisar a comunicação. Foi a partir daí que a Linguística se estabeleceu como ciência.

Para Saussure, a língua é um sistema de signos, uma instituição social e um sistema arbitrário; a palavra é um ato individual.

Enquanto instituição social, a língua é um sistema organizado de signos que exprimem ideias; representa o aspecto codificado da linguagem. A linguística tem por tarefa estudar as regras desse sistema organizado por meio das quais ele produz sentido. A linguagem pode ser segmentada, logo, analisada; trata-se de descobrir as oposições, as diferenças que permitem a uma língua funcionar e significar. (MATTERLART, 2006:86)

Visto a partir de diferentes pontos, o estruturalismo francês contou com a contribuição de teóricos como Roland Barthes e Umberto Eco. Matterlart (2006) aponta a criação do Centro de Estudos de Comunicação de Massas (CECMAS), em 1960 na França, como “um catalisador de reflexão”. A escola teve a participação dos sociólogos Georges Friedmann e Edgar Morin na sua fundação. Ao lado de Pierre Bourdieu, Michel Foucault, Roland Barthes, entre outros, reuniram-se para estudar a comunicação através de uma perspectiva estruturalista, aproximando-a aos conceitos marxistas e à psicanálise. Desse encontro de domínios disciplinares surgiu a Análise do Discurso de linha francesa (AD).

Para Eni Orlandi, ao herdar contribuições e trabalhar na confluência desses três campos de conhecimento, a Análise do Discurso “irrompe suas fronteiras e produz um novo recorte de disciplinas, constituindo um novo objeto que vai afetar essas formas de conhecimento em seu conjunto: esse novo objeto é o discurso” (2009:20). Antes de analisarmos o discurso, no entanto, é necessário que entendamos o conceito de linguagem.

1.2.1 – Linguagem e Conhecimento

Citelli (2008:14) afirma que “a comunicação, afora os aspectos empresariais ou técnico-industriais, é fundamentalmente, linguagem sob diferentes configurações de códigos e signos”. Para o autor, “as reflexões sobre a linguagem aplicadas ao campo da comunicação mantêm vínculos com tradições oriundas seja dos estudos clássicos que remontam à retórica seja com vertentes abrigadas, simplesmente, sob o título de semiótica”.

A linguagem é um aprendizado e uma experiência adquiridos na sociedade e em suas instituições. Através de sua inserção na sociedade, o homem não aprende apenas a falar, mas também a pensar. A partir da psicologia, Vygotski (1974) afirma que o papel da linguagem no processo de comunicação é ativo, e a vê como expressão, parte da atividade que faz a ponte com a comunicação. Como indivíduos/sujeitos, recebemos de gerações passadas uma cultura já pronta, transmitida principalmente pela linguagem verbal. A linguagem também é produtora e criadora de cultura, que vem a ser todo processo acumulado de ações do homem sobre a natureza. Para Maria Lourdes Motter, a linguagem é mediadora entre o ser o mundo:

A linguagem diz mais do que aparenta o simples falar presente nas relações de sujeitos que dela fazem uso para suas trocas cotidianas. Ela é um índice de classificação social, define instâncias de poder, revela conflitos e ideologias. (MOTTER, in BACCEGA e COSTA, 2009:31)

A autora nos fornece um exemplo de como a linguagem influencia na inserção social do homem. No texto *Consciência Linguística de Fabiano*, Motter (1994: 65 a 69) analisa o personagem Fabiano, do romance *Vidas Secas* (Graciliano Ramos, 1938). Figura paterna de uma família de retirantes da seca, Fabiano é um ser confuso e solitário, com palavras limitadas. A comunicação entre os integrantes da família nômade é feita por meio de gestos, rudimentar, e inclui sons como “o rosnar, grunhir, berrar, entre outros”. O reconhecimento do que ocorre ao redor é feito pelo olhar, apreendendo “o mundo dos objetos e das sensações”.

Atrapalhado com as palavras, o personagem sente dificuldade de relacionar-se com outros homens e vive em conflito. “Ele percebe a existência de dois mundos – o da natureza, dos objetos e da cultura, dos fatos sociais – que ele não consegue conciliar”, afirma Motter. Para ela, na busca de sua identidade, Fabiano tenta integrar-se ora à natureza, ora ao grupo social que o exclui, sendo rejeitado e marginalizado por ambos. A partir das dificuldades de comunicação e fala do personagem, a autora nos mostra a importância da linguagem

Fabiano, em termos de comportamento, identificava-se com o mundo das coisas concretas. *A sua linguagem impõe limites estreitos a organização do seu pensamento.* Fabiano percebe que *a linguagem distingue o homem.* Sente que ela é *o fator importante para a conquista do espaço na sociedade e que ela depende o desenvolvimento da capacidade intelectual, própria do homem.* Para que essa faculdade se desenvolva é necessária a *organização que é dada pelo sistema linguístico, cuja apropriação se dá no meio social.* A cultura que lhe é própria tem como característica o isolamento do

indivíduo que, afastado da comunidade onde circulam os discursos, tem reduzido sua possibilidade de desenvolver, de modo satisfatório, sua linguagem. Isto cria uma tensão dialética: uma força o impulsiona a uma identificação com o mundo animal, onde se sente como elemento superior (...) na tentativa de negar sua franqueza enquanto indivíduo social, ao mesmo tempo que se revolta contra o grupo social que não reconhece sua humanidade. (MOTTER, 1994:67, grifo nosso).

Adam Schaff considera a linguagem “uma unidade verbal e mental” e, para ele, o pensamento humano “opera-se sempre numa língua determinada, visto que o pensamento conceptual é irrealizável sem os sinais da língua sonora” (1974:247). Baseado nesses conceitos, o filósofo considera linguagem como: a) condição necessária do pensamento; b) fator criador do processo de pensamento humano; c) não só constitui o ponto de partida social e a base do pensamento individual, mas “influencia também o ‘nível’ da abstração e da generalização deste pensamento”.

E de onde vem o conhecimento? Schaff afirma que o conhecimento humano é “um tipo particularmente qualificado do pensamento” (1974:247), produto da descrição (fatos e suas correlações) da realidade. Nossa visão da realidade é um processo individual e social. Nessa articulação atuam a percepção sensível e os estereótipos, vinculados a determinada prática social, para a práxis. Na práxis, o sujeito aprende, traz uma experiência e muda as suas relações (familiares, profissionais). Desse modo, a linguagem está fazendo parte dessa transformação.

1.2.2 – Discurso

Helena Nagamine Brandão (2004) considera o discurso como “ponto de articulação dos processos ideológicos e dos fenômenos linguísticos”. Para a autora,

A linguagem enquanto discurso não constitui um universo de signos que serve apenas como instrumento de comunicação ou suporte de pensamento; a linguagem enquanto discurso é interação, e um modo de produção social; ela não é neutra, inocente e nem natural, por isso o lugar privilegiado de manifestação da ideologia. (idem, 2004:11)

No nosso dia-a-dia, estamos rodeados por discursos de diversas fontes, sejam pessoais, tecnológicas (via internet, rádio, televisão) ou impressas. É através desses discursos do cotidiano que adquirimos, como receptores, novos significados e valores, constituindo assim a nossa subjetividade. Para Baccega, essa subjetividade é resultado da polifonia, das muitas vozes sociais que cada indivíduo recebe e tem a condição de reproduzir (paciente) e/ou de reelaborar (agente). “Portador de uma subjetividade plural, o indivíduo tem condições de reelaborar, de inovar os discursos da sociedade, que são

muitos, produzindo outros muitos discursos. Daí *sujeito*. É nessa condição de paciente/agente que nos leva a designá-lo *indivíduo/sujeito*” (1995:22).

E o sentido das palavras é produzido de acordo com o momento histórico, a partir de novos conteúdos, teorias, mudanças sociais:

Normalmente, é no cotidiano que se pode perceber o processo de mudança social, portanto de surgimento de novos sentidos, ainda que às vezes lento. O nosso cotidiano é vivido num tumulto de expressões, que materializam nossa vida social e que regem nosso mundo interior. É o que Bakhtin (1988) chama de ideologia do cotidiano, como forma de distinguir tais procedimentos dos sistemas ideológicos já constituídos, como a moral, o direito, etc., que regem a sociedade. (Baccega, 1995:33)

O filósofo russo Mikhail Bakhtin revolucionou os estudos de linguagem, contribuindo para as questões da cultura e da linguagem com referencial marxista, partindo da materialidade dos signos. Para ele, tudo o que é ideológico possui um significado e remete a algo situado fora de si mesmo. Ou seja, tudo o que é ideológico é um signo. E sem signos não existem pensamentos, nem a ideologia. Em sua teoria, o autor destaca o papel do signo também na formação da consciência individual:

A consciência adquire forma e existência nos signos criados por um grupo organizado no curso de suas relações sociais. Os signos são o alimento da consciência individual, a matéria de seu desenvolvimento, e ela reflete a lógica e suas leis. A lógica da consciência é a lógica da comunicação ideológica, da interação semiótica de um grupo social. Se privarmos a consciência de seu conteúdo ideológico, não sobra nada. A imagem, a palavra, o gesto, etc., constituem seu único abrigo. Fora desse material, há apenas o simples ato fisiológico, não esclarecido pela consciência, desprovido de sentido que os signos lhe conferem. (BAKHTIN, VOLOSHINOV, 1988: 35 e 36)

Bakhtin nos revela o poder da palavra e o quanto nós operamos com o discurso linguístico. Discute como a visão da ciência positivista, embora se declare sinônimo de verdade, lida com signos e ideologia. É a partir da ideologia do cotidiano que se constroem as grandes ideologias. É onde a vida é vivida, na qual ocorre a relação de comunicação: ali se forjam as grandes transformações e mudanças - em que as relações se dão e acontecem as trocas entre as pessoas. A subjetividade está dentro dessa relação e materializada no conjunto semiótico.

O autor explica que o lugar da linguagem (signo) é entre a infra-estrutura e a superestrutura. É onde se localizam a ideologia e a linguagem. A infra-estrutura apresenta condições objetivas de produção, enquanto a superestrutura apresenta uma mudança na organização do poder (instituições que organizam a vida do homem em sociedade). Afirma que a língua é viva e faz a ligação entre as duas. É uma arena de lutas e disputas, manifesta as diferenças sociais, tem a capacidade de demonstrar na arena discursiva as

transformações sociais. A linguagem está sempre criando ideologia, transitando entre dois lados.

A manifestação das formações ideológicas está nas formações discursivas:

O discurso é uma das instâncias em que a materialidade ideológica se concretiza, isto é, é um dos aspectos materiais da “existência material” das ideologias. Ao analisarmos a articulação da ideologia com o discurso, dois conceitos já tradicionais em Análise do Discurso devem ser colocados: o de formação ideológica e o de formação discursiva (Brandão, 1991: 37).

Os discursos vão, na visão de Baccega, materializar as *visões de mundo* das diferentes classes sociais. Para a autora (p.54), “formações ideológicas/formações discursivas constituem, elas próprias, espaços dialéticos, onde habitam contradições e contrários, em permanente conflito entre reprodução e transformação, entre conservação e mudança”. O discurso é o enunciado de sentido que está na sociedade. A Análise do Discurso revela a forma como o outro significa a sociedade, aquela que volta ao sistema de signos tentando entender como é a relação entre o signo e a realidade, permitindo-nos revelar a sua historicidade.

Bakhtin (1988) afirma que, para haver um diálogo, é preciso ter duas pessoas, dois sujeitos ou vozes sociais que compartilham o mesmo código. Segundo o autor, quando se faz uma escolha, já se tem conhecimento de muitas enunciações, ou palavras que já foram utilizadas em diversos discursos:

Na realidade, não são palavras o que pronunciamos ou escutamos, mas verdades ou mentiras, coisas boas ou más, importantes ou triviais, agradáveis ou desagradáveis, etc. A palavra está carregada de um conteúdo ou de um sentido ideológico ou vivencial. É assim que compreendemos as palavras e somente reagimos àquelas que despertam em nós ressonâncias ideológicas ou concernentes à vida. (BAKHTIN, 1988:99)

Como já foi dito anteriormente, é a partir da ideologia do cotidiano que se constroem as grandes ideologias. É onde a vida é vivida, onde ocorre a relação de comunicação: ali se forjam as grandes transformações e mudanças - onde as relações se dão e acontecem as trocas entre as pessoas. A subjetividade está dentro dessa relação e materializada no conjunto semiótico. Brait (2003) afirma que “para Bakhtin, os elementos históricos, sociais e linguísticos atuam de forma decisiva no cerne da personalidade do indivíduo e se manifestam de forma dialógica em seus discursos”.

Para Bakhtin, a polifonia é causada pelo dialogismo da palavra, onde um discurso retoma o discurso de outrem influenciado pelas condições de enunciação. Segundo o filósofo existem no dialogismo ao menos duas vozes no mesmo sujeito: enunciador e enunciatário. O sujeito não está no centro. Ele, junto com o “eu” e o “tu” (enunciador/enunciatário) compõe um conjunto de vozes que fazem o diálogo. O diálogo

é o centro do discurso. A partir daí começamos a pensar na palavra como forma de ação na linguagem social.

Tais conceitos nos levam a refletir sobre a atuação do jornalista. Ao aplicar o conceito bakhtiniano de comunicação (dialogismo, polifonia, múltiplas vozes e diferentes expressões ideológicas) para analisarmos os seus discursos, poderemos “repensar o ser com e pela linguagem, para só então pensar o agente mediador entre linguagens de sujeitos colocados em diferentes posições no sistema comunicacional objeto, com um sentido de justiça e ética”. (MOTTER, in BACCEGA e COSTA, 2009:48).

1.2.3 – A Análise do discurso de linha francesa

A Análise do Discurso, como seu próprio nome indica, não trata da língua, não trata da gramática, embora todas essas coisas lhe interessem. Ela trata do discurso. E a palavra discurso, etimologicamente, tem em si a ideia de curso, de percurso, de correr por, de movimento. O discurso é assim palavra em movimento, prática de linguagem: com o estudo do discurso observa-se o homem falando. (ORLANDI, 2009:15)

Já afirmamos que a Análise do Discurso (AD) se constituiu nos anos 1960, a partir da confluência de intelectuais estruturalistas em torno de três campos disciplinares: a linguística, o marxismo e a psicanálise. É importante lembrar, no entanto, que esse conceito não é apenas de domínio francês. Nagamine (2004:13) faz um rápido percurso e nos explica que Maingueneau atribui a introdução dos estudos linguísticos e do discurso aos formalistas russos. Apontando uma diferença de perspectiva entre americanos e europeus, a autora afirma que, nos anos 1950, o americano Zellig Harris apresentou uma perspectiva da análise do discurso que se colocou como uma “simples extensão da linguística”. Na mesma época, E. Benveniste valoriza o papel do sujeito ao falar em enunciação, “e levanta a questão da relação que se estabelece entre o locutor, seu enunciado e o mundo”.

A autora afirma que ao analisar o texto como extensão da linguística, a perspectiva americana o via “de uma forma redutora, não se preocupando com as formas de instituição de sentido, mas com as formas de organização dos elementos que o constituem” (idem: 15). A perspectiva européia, ao contrário, coloca a exterioridade como marca fundamental, “pressuposto que exige um deslocamento teórico, de caráter conflituoso, que vai recorrer a conceitos exteriores ao domínio de uma linguística imante para dar conta da análise de unidades mais complexas de linguagem”.

A Linguística constitui-se pela afirmação da não-transparência da linguagem: ela tem seu objeto próprio, a língua, e esta tem sua ordem própria. Esta afirmação é fundamental para a Análise do Discurso, que procura mostrar que a relação linguagem/pensamento/mundo não é unívoca, não é uma relação direta que se faz termo a termo, isto é, não se passa diretamente de um a outro. Cada um tem sua especificidade. Por outro lado, a Análise de Discurso pressupõe o legado do materialismo histórico, isto é, o de que há um real da história de tal forma que o homem faz história mas esta também não lhe é transparente. Daí, conjugando a língua com a história na produção de sentidos, esses estudos do discurso trabalham o que vai-se chamar a forma material (não abstrata como a da Linguística) que é a forma encarnada na história para produzir sentidos: esta forma é portanto linguístico-histórica. (ORLANDI, 2009:19)

Desse modo, optamos pela adoção, ao lado dos pressupostos de Bakhtin, da chamada Análise do Discurso da escola francesa para analisar os discursos de nossa pesquisa que, segundo Maingueneau (1987, in Nagamine, 2009:16) seguiu a tradição intelectual europeia de unir reflexão e história sobre o texto, nasceu a partir do estruturalismo e teve como base a interdisciplinaridade. Para Orlandi (2009:20), a AD “interroga a Linguística pela historicidade que ela deixa de lado, questiona o Materialismo perguntando pelo simbólico e se demarca da Psicanálise pelo modo como, considerando a historicidade, trabalha a ideologia como materialmente relacionada ao inconsciente sem ser absorvida por ele”.

Maingueneau aponta que, para que a Análise do Discurso não permaneça apenas no campo da linguística, é necessário considerar também “o quadro das instituições em que o discurso é produzido, as quais delimitam fortemente a enunciação; os embates históricos, sociais, etc. que se cristalizam nos discursos e o espaço próprio que cada discurso configura para si mesmo no interior de um interdiscurso” (1987: idem). Nesse quadro, a formação ideológica torna-se tão importante quanto a linguística na constituição do discurso, abordagem adotada por Michel Pêcheux, que buscou constituir um campo em que se cruzavam vários autores e teorias, possibilitando o encontro entre linguagem, sujeito, discurso e história.

Quatro nomes, fundamentalmente, estão no horizonte da análise do discurso derivada de Pêcheux e vão influenciar suas propostas: Althusser, com sua releitura das teses marxistas; Foucault, com a noção de *formação discursiva*, da qual derivam vários outros conceitos (interdiscurso; memória discursiva; práticas discursivas etc.); Lacan e sua leitura das teses de Freud sobre o inconsciente; Bakhtin e o fundamento dialógico da linguagem, que leva a AD a tratar da heterogeneidade constitutiva do discurso. (GREGOLIM, 2007:14, grifo da autora)

Eni Orlandi (2009:26) nos alerta que a questão do sentido é fundamental para a Análise do Discurso, que visa “a compreensão de como um objeto simbólico produz sentidos, como ele está investido de significância para e por sujeitos”. Esta compreensão, segundo ela, “implica em explicitar como o texto organiza os gestos de interpretação que

relacionam sujeito e sentido”, produzindo-se, assim, novas práticas de leitura. Ao nos apresentar algumas ferramentas necessárias para a Análise do Discurso, a autora inicia pelas *condições de produção*, ou seja, o contexto imediato, que envolve o sujeito, a situação (contexto sócio-histórico, ideológico). E também a memória, cujo “saber discursivo ou interdiscurso, “disponibiliza dizeres que afetam o modo como o sujeito significa em uma situação discursiva dada”.

Pelo funcionamento do interdiscurso, suprime-se, por assim dizer, a exterioridade como tal para inscrevê-la no interior da textualidade. Isso faz com que, pensando-se a relação de historicidade (do discurso) e a história (tal como se dá no mundo), é o interdiscurso que especifica, como diz M. Pêcheux (1983), as condições nas quais um acontecimento histórico (elemento histórico descontínuo e exterior) é suscetível de vir a inscrever-se na continuidade interna, no espaço potencial de coerência próprio a uma memória. (ORLANDI, 2009:33)

O *esquecimento* no discurso nos é apresentado por Orlandi (2009) e Pêcheux (1975) de duas maneiras: da ordem da *enunciação* e o *ideológico*. A primeira aparece ao falarmos de uma maneira e não de outra, parafraseando expressões, mesmo sem ter consciência, mas com a impressão da realidade do pensamento. O esquecimento ideológico, segundo a autora, “da instância do inconsciente e resulta do modo pelo qual somos afetados pela ideologia” (idem:35).

Ainda dentro da análise do discurso, estão os discursos *polissêmicos* e *parafrásticos*. Os *polissêmicos* são aqueles que sempre tornam possíveis sentidos diferentes para um mesmo texto. Já, os *parafrásticos* permitem a produção do mesmo sentido a partir de várias formas de textos. A partir deles, Orlandi afirma que distinguimos, dentro da AD, “o que é criatividade dos que é a produtividade” (2009:37), jogo que atesta o “confronto entre o simbólico e o político”.

Enquanto a paráfrase é um mecanismo ‘de fechamento’, de ‘delimitação’ das fronteiras, de uma formação discursiva, a polissemia rompe essas fronteiras, ‘embaralhando’ os limites entre diferentes formações discursivas, instalando a pluralidade, a multiplicidade de sentidos. (NAGAMINE, 2009:48)

Já afirmamos anteriormente que o discurso constitui-se como um dos aspectos materiais de ideologia. Na análise do discurso a articulação de discurso e ideologia nos leva aos conceitos de *formação ideológica* e *formação discursiva*. Para Nagamine (2009:49, “o discursivo é uma espécie pertencente ao gênero ideológico”, ou seja, “a formação ideológica tem necessariamente como um de seus componentes uma ou várias formações discursivas interligadas”, o que significa que “os discursos são governados por formações ideológicas”.

Orlandi considera que a formação discursiva é básica na AD, por permitir ao analista compreender o processo de produção dos sentidos e a sua relação com a ideologia. A autora afirma que “os sentidos sempre são determinados ideologicamente” e que é “pela referência à formação discursiva que podemos compreender, no funcionamento discursivo, os diferentes sentidos”, pois “palavras iguais podem significar diferentemente porque se inscrevem em formações discursivas diferentes” (2009:44). A ideologia, para ela, “é a condição para a constituição do sujeito e dos sentidos”.

A Análise do Discurso nos auxiliará na compreensão das relações entre formação discursiva/formação ideológica na construção dos sentidos do discurso e também nos ajudará a revelar as vozes dos sujeitos.

1.3 – Atividade de linguagem e trabalho

Depois de passarmos pelas diversas maneiras que a linguagem atravessa a comunicação chegamos à abordagem da linguagem como atividade. Mas o que a linguagem tem a ver com trabalho?

Como vimos anteriormente, a consciência é indissociável da linguagem. Do ponto de vista da psicologia, Leontiev (2004:92) afirma que, “como a consciência humana, a linguagem só aparece no processo de trabalho, ao mesmo tempo que ele” pois, tal como a consciência, “a linguagem é o produto da coletividade, o produto da atividade humana”. Para o autor, as ações do homem têm uma função produtiva e uma função de comunicação, o que faz com que “no trabalho os homens entram forçosamente em relação, em comunicação uns com os outros”.

Daniel Faitá (in, 2007:167) afirma que a linguagem é a que mais se aproxima da atividade de trabalho. Para ele, colocar em palavras a atividade é criar um meio próprio, é se apropriar do espaço e do tempo em que se trabalha. Para Durrive,

A relação entre o trabalho e a linguagem não é nova. Trata-se, provavelmente, de uma relação imemorial. Mas, mesmo assim, chama-nos a atenção hoje em dia o contraste que existe entre, por um lado, o período taylorista, em que a injunção era praticamente obedecer e calar-se e, por outro, o período atual, em que, pelo contrário, a injunção é comunicar, utilizar ao máximo a palavra trabalho (SCHWARTZ E DURRIVE, 2007:11)

Para Souza-e-Silva, a atividade de linguagem e a atividade de trabalho estão estreitamente ligadas, pois “ambas transformam o meio social e permitem trocas e

negociação entre os seres humanos” (2002:61). A autora nos conta que a partir da reestruturação industrial, as formas modernas de organização do trabalho “não ficaram sensíveis à questão da linguagem e do trabalho”. Se antes os métodos de organização do trabalho procuravam elaborar dispositivos de controle da fala, como no taylorismo, hoje, com a automatização e a informatização dos meios de produção, os processos estão mudando. “O funcionamento cotidiano e rotineiro nas diferentes organizações de trabalho baseiam-se cada vez mais nas atividades simbólicas”, completa. Isso quer dizer que a comunicação ganha cada vez mais espaço no mundo do trabalho, seja por meio das atividades da fala ou papel (circulares jornais de empresa, correios, etc.), para o bem ou para o mal. “Fala-se, cada vez mais, de comunicação externa e interna, o não-dito, a interpretação inadequada, a retenção de informações influem nas relações de trabalho”, completa.

O filósofo Abdallah Nouroudine (in Souza-e-Silva e Faitá, 2002:18) discute a linguagem no trabalho e, referindo-se a Michèle Lacoste (1995), discorre sobre três modalidades de uso da linguagem: *como* trabalho, *no* trabalho e *sobre* o trabalho. Segundo ele, “trata-se de assinalar a unidade de seu emprego no âmbito da experiência antropológica em geral e, em particular, no âmbito da experiência de trabalho”. Fígaro (2010) utilizou as referências citadas por ambos para, por analogia, “identificar três níveis de diferenciação para a comunicação no mundo do trabalho: a comunicação *como* trabalho, a comunicação *no* trabalho, a comunicação *sobre* o trabalho”.

Segundo a autora, a comunicação *como* trabalho “é aquela para se dirigir ao outro da atividade de trabalho”, ou seja, “é uma comunicação econômica, faz parte da gestão do tempo de trabalho e da construção de coletivos de trabalho”. (Fígaro, 2010:104)

(...) por um lado, os gestos, falas, que o protagonista utiliza ao se dirigir aos seus colegas envolvidos em uma atividade executada coletivamente; por outro, as falas que o protagonista do trabalho dirige a si próprio para acompanhar e orientar seus próprios gestos no momento em que trabalha. A esses dois níveis de “linguagem como trabalho” um terceiro nos parece necessário: o “mínimo dialógico” ao qual se refere Bakhtin. (NOUROUDINE, 2002:20)

O autor se refere à comunicação que se dá quase como discurso interior, é aquela que ajuda o trabalho a ser feito e, do ponto de vista metodológico, o trabalho é analisado parte da atividade, ou seja, o seu discurso, aspectos físicos, cognitivos e subjetivos.

A comunicação *no* trabalho é, ainda segundo Fígaro, “a comunicação constitutiva da situação de trabalho global na qual se desenrola a atividade e de redes de coletivos para a execução eficaz do trabalho”, as conversas que se desenvolvem e favorecem a situação de trabalho, sejam pessoais ou profissionais.

A linguagem no trabalho pode veicular conteúdos de natureza variada e, às vezes, muito distanciada da atividade executada pelos atores em seu coletivo. Conversar sobre a vida pessoal de um ou de outro, sobre problemas da política atual, fazer observações sobre as ferramentas emprega no setor vizinho ou na empresa concorrente, comentar o jogo de futebol da véspera, etc. – todos esses assuntos fazem parte da linguagem no trabalho, uma vez que favorecem trocas na situação de trabalho. A interação entre elementos materiais e simbólicos da situação de trabalho a partir de um centro de referência, que é o sujeito individual/coletivo, atribui à linguagem um papel privilegiado no processo de representação e de discriminação dos fatores pertinentes a um momento determinado para realizar o trabalho com eficiência e segurança. (idem, 2002:24)

Finalmente, para Fígaro a comunicação *sobre* o trabalho “são todos os encontros e as trocas que evocam o trabalho para comentá-lo ou avaliá-lo, para lembrá-lo, para se justificar, etc.; para transmitir saberes, avaliar um problema objetivando a ação”.

E se, no interior dos coletivos, fala-se do trabalho para transmitir, avaliar, justificar, corrigir, como observa Lacoste, então a linguagem sobre o trabalho se encontra imbricada com a “linguagem no trabalho” e com a “linguagem como trabalho”. Isso não compromete a distinção dos três aspectos da linguagem. Ao contrário, partindo do pressuposto da existência de uma linguagem que faz (a linguagem como trabalho), uma linguagem circundante (a linguagem no trabalho) e uma linguagem que interpreta (a linguagem sobre o trabalho), conduzir a análise das práticas de linguagem tendo em mente, ao mesmo tempo, suas distinções e sua imbricações revela-se adequada a uma melhor disponibilização do conhecimento a serviço da ação sobre o trabalho. (NOUROUDINE, 2002:26)

Para a autora, o conhecimento destes três níveis de diferenciação nos ajuda a “reconhecer a complexidade da atividade de trabalho e de comunicação; ajuda a identificar as diferentes modalidades discursivas e orientar sobre o recorte discursivo a ser analisado”. No nosso caso, pesquisamos a “comunicação sobre o trabalho”, analisando e interpretando o trabalho do jornalista, questionando sobre “quem fala, de onde fala e quando fala do trabalho” (Fígaro, 2010:105).

2 - Em busca do trabalho

O trabalho é a gestão de si mesmo, capacidade de transformar. É espaço de troca de sociabilidades, local onde o homem quer ser reconhecido como pessoa, útil, um ser capaz. No cotidiano o trabalho é também muitas vezes visto de modo pejorativo, como sinônimo de sofrimento, incômodo, um fardo a ser carregado. No livro *O Que é Trabalho* (2008, 8ª edição), Suzana Albornoz afirma que o indivíduo moderno encontra dificuldade em dar sentido à sua vida se não pelo trabalho e que temos cada vez mais - citando a pensadora alemã Hannah Arendt (1981) – uma “alma operária”. Segundo a autora,

A sociedade que está por libertar-se dos grilhões do trabalho é uma sociedade de trabalhadores que desconhece outras atividades em benefício das quais valeria a pena conquistar aquela liberdade. A possibilidade de uma sociedade de trabalhadores sem trabalho não aparece como uma libertação do mundo da necessidade, mas como uma ameaça inquietante. As massas contemporâneas seriam destituídas da única atividade que lhes resta. (ALBORNOZ, 2008:24)

Para discutir essas questões, discorreremos nas páginas seguintes sobre como o trabalho foi visto e analisado ao longo da história, do ponto de vista antropológico (partindo da era pré-histórica e da Antiguidade) ao pensamento marxista (trabalho como tarefa remunerada e mercadoria). Depois percorreremos, sob a visão da sociologia do trabalho, as mudanças ocorridas principalmente a partir da ascensão do capitalismo, para finalmente fecharmos com a abordagem ergológica do trabalho como atividade humana. Retomando estes conceitos, reafirmaremos o papel do trabalho como um centro da problemática da contemporaneidade.

2.1 – Por que o trabalho é visto como um fardo tão pesado a ser carregado?

Num primeiro momento da história, o trabalho estava ligado apenas à subsistência do homem, que instintivamente colhia os frutos das árvores, pescava e caçava o que a natureza oferecia. O trabalho era primário, e a principal preocupação do homem era com a sua sobrevivência. Até então não existia a noção de trabalho como valor de troca.

Na Antiguidade, os gregos faziam distinção entre o trabalho no campo, o trabalho do artesão e a atividade livre do cidadão que discutia os problemas da comunidade, o intelectual. Até o período helenístico²⁶, os gregos consideravam que aqueles que

---

²⁶ Último período da filosofia antiga marcado pela expansão do pensamento ocidental. Nesse período, as cidades gregas não mais existiam como centros políticos, pois os filósofos acreditavam que o mundo em si representava a cidade e que eles eram cidadãos do mundo.

trabalhavam com a natureza, possuíam prestígio semelhante ao de um guerreiro. Para eles, existia um elo de divindade entre o camponês e a natureza, por não haver um procedimento técnico, nem regras para executar esse trabalho. Mas essa relação se modificou quando o trabalho na lavoura deixou de ser feito pelos proprietários da terra e passou a ser feito por escravos.

O trabalho dos artesãos era visto por alguns filósofos, como Aristóteles, como “a causa motriz de toda produção criadora”, porque age sobre o material para lhe dar uma forma acabada. Para eles, é a finalidade que dá sentido e comanda o conjunto da atividade produtiva, pois “a causa real da fabricação não está na vontade ou na força do artesão, mas fora dele, no produto feito, no fim a que se dirige a atividade” (Albornoz, 2008:45). Na concepção dos gregos, o trabalho do artesão não se dá como criação livre porque é feito para sobreviver, recebe remuneração e se constitui como prestação de serviços. Ou seja, é apenas o produto que importa. E, embora o artesão daquela época não pudesse mais ser escravo, também não era um cidadão livre. Apenas a atividade de pensar é livre e compensadora:

Só quando a atividade humana é práxis, aquela atividade dos cidadãos para resolverem os assuntos comuns da cidade, na qual não há um material visível, então a atividade é livre, no sentido grego. A práxis, a ação propriamente dita, é a atividade não produtora, em que o ato reside no interior do próprio sujeito agente. Nos preconceitos do mundo grego, a práxis prevalece como tipo e nível de atividade, sobre a poiesis, a operação da fabricação, a atividade do artífice, onde o ato se realiza num objeto produzido. O homem ali só age, realmente, quando utiliza as coisas, e não quando as fabrica. O ideal do homem livre, do homem ativo, aparece na Grécia como sendo antes o do usuário que o do produtor. O problema da ação é o bom uso das coisas e não o de sua transformação pelo trabalho. (ALBORNOS, 2008:47)

Por ser gratuito e liberto do contato com a matéria, o trabalho intelectual ocupava lugar de destaque na Grécia antiga, em detrimento ao trabalho físico, produtivo, considerado servil e humilhante, destinado apenas aos escravos e às mulheres. Em sua obra *República*, Platão considera que a cidade considerada a ideal seria aquela sem o escravo, por este não ser considerado com um ser de sociedade. Quando não produziam ou recebiam remuneração, e apenas quando pensavam na política, os intelectuais eram considerados superiores aos trabalhadores manuais ou braçais.

Esta imagem pejorativa do trabalho foi trazida ao Ocidente, ao longo dos tempos, principalmente pela religião. Albornoz afirma que a herança que temos hoje vem da mistura do pensamento greco-romano com a linha da herança judaico-cristã. Na tradição judaica, o trabalho é encarado “como uma labuta penosa, à qual o homem está condenado pelo pecado e a Bíblia o apresenta como castigo, um meio de expiação do pecado

original” (2008:51). Nos primeiros tempos do cristianismo, o trabalho também era visto como punição, mas “aliado à caridade para a saúde do corpo e da alma, para afastar maus pensamentos provocados pela preguiça e pela ociosidade”.

Nas seitas heréticas²⁷ o trabalho era considerado como “tarefa penosa e humilhante”, e procurado como penitência. Após a Reforma protestante iniciada no século XVI por Martinho Lutero, o trabalho é reavaliado dentro do cristianismo, que passa a ser visto como virtude e obrigação e cultuado como caminho religioso para a salvação. Para o cristianismo de João Calvino, também no século XVI, o trabalho como virtude associa à ideia de predestinação, em que alguns são fadados ao êxito e outros a ficar na miséria. Mas, segundo o pensamento calvinista, é vontade de Deus que todos trabalhem, e é apenas pelo trabalho árduo que alguém pode chegar ao êxito.

O sociólogo alemão Max Weber, citado por Albornoz (2008: 55), associa a ética protestante ao que ele chama *espírito do capitalismo* ou *economia capitalista*:

A restrição de consumo se combina na ética puritana com a liberação da busca da riqueza e assim se favorece a acumulação capitalista, através da compulsão à poupança. As restrições impostas pela religião puritana ao uso da riqueza adquirida incentivam o uso da riqueza como investimento de capital. O poder de convicção religiosa põe à disposição da classe burguesa trabalhadores sóbrios e aplicados, que se dedicam ao trabalho com a consciência de estar agradando a Deus. E a burguesia tem a tranquilizadora consciência de que a distribuição desigual da riqueza deste mundo é obra da divina providência. (ALBORNOZ, 2008:56)

Na época do Renascimento a concepção filosófica do trabalho sofreu nova mudança. O homem passou a ser visto como “sujeito ativo, construtor e criador do mundo” (2008:58) e a sua ação tornou-se valorizada. Os trabalhos físico, material, manual e servil passaram a ser prestigiados e considerados como condição necessária da liberdade humana. Os iluministas e enciclopedistas do século XVIII, conhecidos por afirmar a positividade da cultura, da ciência, da técnica e do trabalho humano, valorizavam o domínio do homem sobre a natureza. “O homem se afirma por dois caminhos – teórico e prático – que se uniria na técnica” (pág. 59 e 60).

Na mesma época destacam-se o pensamento dos economistas clássicos Adam Smith e David Ricardo, que viam o trabalho humano apenas por sua utilidade exterior e não por seu entrosamento com o homem. Na passagem do século XVIII para o XIX, o filósofo alemão Georg Wilhelm Friedrich Hegel expressou em seus inscritos, uma nova visão do trabalho humano, como processo de transformação:

---

²⁷ Grupos de crentes rebeldes à Igreja de Roma que existiram na Europa do século XI ao XIV, e davam interpretação original aos ensinamentos do Evangelho de Jesus Cristo (Albornoz, 2008:52).

No pensamento de Hegel, a atividade prática material adquire uma dimensão que até então ninguém percebera tão claramente: é graças ao trabalho, enquanto cria, que o homem produz a si mesmo. Ou seja, o trabalho, atividade prática material produtiva é um processo através do qual o sujeito vai se elevando até atingir sua plena autoconsciência. (ALBORNOZ, 2008:66).

Hegel tinha uma visão positivista do trabalho que, ao formar coisas, forma o próprio homem, mas, ao mesmo tempo, ignorava a alienação do trabalhador na economia moderna, preocupação que surgiria com Marx. Adam Schaff afirma que “Hegel não entendeu o trabalho como prática concreta, mas transformou-o numa atividade espiritual” (1967:77).

Na França do século XIX ainda surgiram, na contramão do pensamento dos economistas clássicos, os chamados utopistas, cuja maior contribuição é de Charles Fourier. Os seguidores dessa linha pensavam que trabalho e prazer poderiam caminhar juntos, e os homens se dedicariam apenas ao trabalho atraente, em uma agradável linha de produção oposta à formas repulsivas da produção industrial. Albarnoz destaca que Fourier, como os filósofos da Antiguidade, “voltam-se ao passado, buscando reencontrar um sentido perdido da atividade humana” e, seguindo esse pensamento, tomavam “o trabalho no campo como quase o único necessário e passível de tornar-se atraente” (2008:67).

Ao contrário dos utopistas, o alemão Karl Marx se inspirou no futuro para pensar o trabalho, o desenvolvimento do homem e seu papel na sociedade capitalista. Para o autor, ao contrário de Fourier, o trabalho pertence ao reino da necessidade; e o descanso, o prazer no gozo da vida, deve ser conquistado apenas pelo esforço produtivo. Marx também não aceitou a ideia de autocriação de Hegel e fez uma concepção de trabalho diferente daquela dos economistas ingleses Adam Smith, J.B. Say e David Ricardo. Para ele, a essência do ser humano está no trabalho, que é exclusivamente humano, diferente do trabalho animal.

Adam Schaff (1967:75) afirma que Marx “vê a origem do homem social no trabalho humano, na práxis humana, compreendidos como processo de transformação da realidade objetiva pelo homem, e, desta forma, de transformação de si próprio”. O autor destaca que o ponto de partida do pensamento marxista é o indivíduo pensante, que age conscientemente e racionalmente. Para ele,

O trabalho é a forma fundamental desta atividade transformadora porque o homem cria, em oposição às forças míticas, algo de algo, e não do nada. O trabalho humano transforma a realidade objetiva e faz dela, assim, a realidade humana, isto é, o resultado do trabalho humano. Enquanto o homem transforma a realidade objetiva – natureza e sociedade – cria as suas condições de existência e se transforma a si próprio como espécie, na consequência. O processo de criação do ponto de vista do homem é, pois, um

processo de autocriação. Por conseguinte, graças ao trabalho, nasceu a espécie *Homo sapiens*, que transforma e se altera graças a ele. (SCHAFF, 1967:76, grifos do autor).

Os *manuscritos econômico-filosóficos*, escritos por Marx em 1844 e publicados anos após a sua morte, trazem conceitos e alguns esboços de ideias difundidas mais tarde pelo autor, que denunciou a exploração do homem pelo capitalismo. O livro está dividido em três partes. Na primeira, refere-se ao salário do trabalho, lucro do capital, renda da terra, e trabalho alienado. No segundo, discute a propriedade privada e, na terceira parte, aborda as relações entre propriedade privada e trabalho, comunismo e dinheiro. Esses conceitos nos ajudam a compreender as mudanças ocorridas no mundo do trabalho a partir do avanço do capitalismo.

Para Marx, o trabalho está diretamente ligado ao capital, “certa quantidade de trabalho armazenado e acumulado” (2006:40). Ou seja, a sociedade se organiza a partir do trabalho e se apropria dos seus bens. A partir daí há acúmulo de valor, de riquezas que vem do valor de troca. O trabalho também satisfaz as necessidades e tem valor de uso. Ou seja, o trabalho é produtivo porque tem valor de uso e valor de troca. Ele produz mais-valia. Heloani (2007:27) afirma que “mais valia consiste na diferença entre o valor do que o trabalhador efetivamente produz e o valor de seu salário”, cujo principal meio de extração empregado é o “prolongamento da jornada de trabalho”.

O salário, para o autor alemão, é o valor mínimo necessário para pagar o trabalho, pois “o capitalista, extrai, em primeiro lugar, um ganho dos salários e, em segundo, da matéria prima adiantada” (2006:41). A empresa visa o lucro, o crescimento, um melhor resultado. Para isso, utiliza todos os mecanismos disponíveis na sociedade. O trabalho vivo é visto por Marx como o realizado pelo homem; o trabalho morto é aquele feito pelo homem, mas assumido por um instrumento ou ferramenta. Tais conceitos nos levam a entender o trabalho como mercadoria:

O trabalhador se torna mais pobre quanto mais riqueza produz, quanto mais a sua produção aumenta em poder e extensão. O trabalhador se torna uma mercadoria tão mais barata quanto mais mercadorias cria. Com a *valorização* do mundo das coisas (*Sachenwelt*) aumenta em proporção direta a *desvalorização* do mundo dos homens (*Menschenwelt*). O trabalhador não produz somente mercadorias; ele produz a si mesmo e ao trabalhador como uma *mercadoria*, e isto na medida em que produz, de fato, mercadorias em geral. (MARX, 2006:80, grifos do autor)

Assim como Hegel, Marx considerou o trabalho como fator de mediação entre o homem e a natureza. O pensador afirmou que o trabalhador nada pode criar sem a natureza, matéria na qual seu trabalho se efetiva, é ativa e a partir da qual se produz. E também porque a natureza oferece a subsistência do trabalhador:

Quanto mais, portanto, o trabalhador se *apropria* do mundo externo, da natureza sensível, por meio do seu trabalho, tanto mais ele se priva dos *meios de vida* segundo um duplo sentido: primeiro, que sempre mais o mundo exterior sensível deixa de ser um objeto pertencente ao seu trabalho, um *meio de vida* do seu trabalho; segundo, que [o mundo exterior sensível] cessa, cada vez mais, de ser *meio de vida* no sentido imediato, meio para a subsistência física do trabalhador (MARX, 2006: 81, grifos do autor).

O autor faz a sua análise apontando a alienação como o fato econômico principal de sua época, a partir da seguinte questão:

Em que é que consiste a alienação do trabalho?

Em primeiro lugar, o trabalho é exterior ao trabalhador, quer dizer, não pertence à sua natureza; portanto, ele não se afirma no trabalho, mas nega-se a si mesmo, não se sente bem, mas infeliz, não desenvolve livremente as energias físicas e mentais, mas esgota-se fisicamente e arruína o espírito. Por conseguinte, o trabalhador só se sente em si fora do trabalho, enquanto no trabalho se sente fora de si. Assim, o seu trabalho não é voluntário, mas imposto, é *trabalho forçado*. Não constitui a satisfação de suas necessidades. O seu carácter estranho ressalta claramente do facto de se fugir do trabalho como da peste, logo que não existe nenhuma compulsão física ou de qualquer tipo. O trabalho externo, o trabalho em que o homem se aliena, é um trabalho de sacrifício de si mesmo, de mortificação (...). Chega-se à conclusão de que o homem (o trabalhador) só se sente livremente activo nas suas funções animais – comer, beber e procriar, quando muito, na habitação, no adorno, etc. – enquanto nas funções humanas e se vê reduzido a animal. O elemento animal torna-se humano e o humano animal. (MARX, 1963:162)²⁸

O homem alienado vende a sua força de trabalho a outro, a quem passa a pertencer o seu trabalho e o produto do seu trabalho, ou seja, uma relação capitalista denominada *propriedade privada*, por Marx. Para o autor, essa alienação desumaniza o homem moderno, pois não permite que ele anteveja na produção industrial mecanizada o seu produto em sua totalidade, pois “só quem tem a totalidade do produto é a máquina, que o trabalhador não domina totalmente” (Albornoz, 2006:70).

Todos os conceitos descritos acima e, sobretudo os conceitos marxistas, nos ajudam a compreender o funcionamento do mundo do trabalho hoje. Submetido ao capitalismo, o trabalhador vê a partir da Revolução Industrial e da introdução das novas tecnologias, significativas mudanças, não só no trabalho como também nas relações interpessoais, principalmente a partir do século XX, como veremos a seguir.

2.2 – As “revoluções” no mundo do trabalho

Suzana Albornoz (2008:22) afirma que, desde o início da era moderna, podemos reconhecer três estágios de desenvolvimento da tecnologia. Primeiro, com a invenção da máquina a vapor, no século XVIII; depois com a invenção da eletricidade, no século XIX

---

²⁸ Optamos, nesse trecho, pela utilização da tradução de “Manuscritos” publicada pela editora portuguesa *Edições 70* em 1963. A tradução feita por Jesus Ranieri em 2006 utiliza o termo “exteriorização” no lugar de “alienação” e Ricardo Antunes (2003) utiliza a palavra “estranhamento” para definir o conceito.

e finalmente, a chamada *terceira onda* da Revolução Industrial: a automação, com a invenção do computador e a chegada da internet, estágio mais recente da evolução tecnológica. Para Lojkine,

Se globalmente, pode-se definir a revolução industrial do século XVIII pela passagem da ferramenta à máquina-ferramenta, a automação designaria a passagem da máquina-ferramenta ao sistema de máquinas auto-reguladas – o que implica a capacidade das instalações automatizadas de substituir não somente a mão humana, mas também as funções cerebrais requisitas pela vigilância das máquinas-ferramenta. Poder-se-ia definir, pois, a automação pela auto-regulação das máquinas em “circuito fechado”. Noutras palavras, a máquina se vigia e se regula a si mesma. (LOJKINE, 1990:18)

Heloani (2003:24 e 25) parte da Segunda Revolução Industrial para traçar um panorama sobre a organização do trabalho. Segundo o autor, foi a partir dessa época que “o capital passou a adotar um novo padrão tecnológico, que levava à concentração técnica e financeira”. O capitalismo entrava em uma fase de acumulação de capital, intensificação de trabalho e aumento de produção. Surgia assim uma demanda e, para supri-la, foram criados e introduzidos novos instrumentos de produção, redefinindo a velocidade e o ritmo impostos ao trabalho.

O taylorismo (ou organização científica do trabalho), idealizado por Frederick Taylor e publicado no livro *The principles of scientific management*, em 1911, procurou suprir esses problemas. Pensando em aumentar a eficácia da produção, o novo sistema nomeava um “gerente” para encontrar a solução dos problemas. Ao trabalhador cabia apenas obedecer às ordens do gerente e executar o trabalho, obtendo um ganho salarial caso conseguisse um melhor desempenho de suas tarefas. Na época o trabalhador não tinha participação alguma nas decisões da empresa e o novo método representou uma inovação, uma “aparente colaboração entre capital e trabalho”. Era, na verdade, “uma clara antítese à luta de classes marxista”.

Esse sujeito “racional”, munido de cronômetro e prancheta, instrumentos “científicos” da época, registrava e analisava tempos e movimentos dos operários em seu trabalho. Por esse estudo, Taylor pretende conseguir o maior rendimento sem comprometer em demasia a saúde do trabalhador. É o capital que reconhece a fisiologia do trabalho – sua saúde, se o operário reconhecer a fisiologia do capital –, continuidade e eficiência na produção. (...) O grande *insight* de Taylor está no fato de entender que o trabalhador comum, embora obedecendo à direção dos *managers*, também deve ser estimulado a “pensar” (um pensar operacional), contanto que esse pensamento beneficie o capital e ocorra de forma fragmentada, sem prejuízo para sua hierarquizada organização do trabalho. (HELOANI, 2003:26)

O sistema taylorista aumentou a produção e o acúmulo do capital. Também intensificou o trabalho, provocando desemprego, diminuição de salários e a desqualificação do operário, que manipulava máquinas e ferramentas, mas sabia apenas fazer **aquele** tipo de trabalho em todo o processo de produção, ao contrário do gerente, o mentor intelectual. Taylor incentivou a especialização e, neste processo, “o trabalhador era visto não mais como uma peça no sistema em que não podia interferir” (idem:39).

Na mesma época do taylorismo, o engenheiro turco Henri Fayol disseminava o sistema denominado fayolismo, com forte influência positivista na formulação de seus princípios. Baseado na organização e planejamento como sinônimo de boa administração, o fayolismo introduz a concepção de unidade de comando na empresa. Para Coriat, “tanto quanto Taylor, Fayol é um dos fundadores da arte gerencial norte-americana e da constituição da empresa moderna” (1994:75). Segundo o autor, Fayol realizou, à sua maneira, “um salto no saber-fazer da empresa”, pela criação do cargo de *direção geral* e pela implantação do *organograma*, entre outras.

Sustentado pela tecnologia e ainda baseado em princípios tayloristas, surgiu, na década de 1920, o chamado fordismo, processo de linha de montagem criado pelo americano Henry Ford, proprietário da indústria automobilística Ford Motor Company. A parte principal da linha de montagem era a esteira, que automatizava o sistema de produção e tornava a fábrica menos dependente do trabalhador. Nesse novo sistema de gestão, a produção partia das necessidades do consumidor:

Ford advogava que o produto, no caso o carro modelo T, devia ser projetado para ajustar-se às necessidades do maior número possível de compradores, e que o percentual de consumidores aumentaria necessariamente com o barateamento do custo de produção (economia de escala). O resultado da utilização da linha de montagem foi imediato. O crescimento da produtividade foi suficiente para baixar o custo dos veículos, apesar do aumento dos salários. (HELOANI, 2003:52).

O industrial pagava altos salários aos funcionários, mas exigia (e controlava) que os mesmos seguissem uma conduta moral exemplar, tanto no trabalho quanto na vida pessoal. Chegou inclusive a criar escolas padronizadoras para empregados e dependentes. Diferentemente do taylorismo, o fordismo “valorizava” o trabalhador e o transformava em consumidor. A linha de montagem criada por Ford revolucionou as vendas e a produção da época, mas trouxe novos problemas. “A aproximação física dos operários poderia conduzi-los a reivindicações de várias ordens, algumas mais palatáveis ao capital, outras menos”, afirma Heloani (2003:56). Tal problema foi amenizado por Ford, que

misturava trabalhadores de línguas diferentes, o que impossibilitava “ações coletivas mais radicais”.

Os três sistemas citados acima (taylorismo, fayolismo e fordismo) tentaram, segundo o autor, administrar a percepção dos trabalhadores. Taylor individualizou, enfatizando o controle pessoal (por meio do supervisor) dentro da fábrica; Fayol contribuiu com uma “doutrina administrativa” e Ford substituiu o supervisor pela esteira, aumentando o ritmo de trabalho e também o controle ao trabalhador, inclusive no campo pessoal. Heloani (2003:63) ressalta que os três compartilham de uma visão semelhante da natureza humana, “adotam estratégias diferenciadas, embora convergentes, na tentativa de reordenamento da subjetividade no espaço produtivo”.

David Harvey, em *Condição Pós Moderna* (1996) acha complicada essa questão de disciplinar a força de trabalho para a acumulação de capital - a qual ele chamou “controle de trabalho” - por envolver elementos que precisam ser organizados não só no local de trabalho, mas na sociedade como um todo:

A socialização do trabalhador nas condições de produção capitalista envolve o controle social bem amplo das capacidades físicas e mentais. A educação, o treinamento, a persuasão, a mobilização de certos sentimentos sociais (a ética do trabalho, a lealdade aos companheiros, o orgulho local ou nacional) e propensões psicológicas (a busca da identidade através do trabalho, a iniciativa individual ou a solidariedade social) desempenham um papel e estão claramente presentes na formação de ideologias dominantes cultivadas pelos meios de comunicação de massa, pelas instituições religiosas e educacionais, pelos vários setores do aparelho do Estado, e afirmadas pela simples articulação de sua experiência por parte dos que fazem o trabalho. Também aqui o “modo de regulamentação” se torna uma maneira útil de conceituar o tratamento dado aos problemas da organização da força de trabalho para propósitos de acumulação do capital em épocas e lugares particulares. (HARVEY, 1996:119)

A época do Pós-Guerra, no Japão, foi um marco para novas e significativas mudanças, com o surgimento de um modelo de produção flexível, com nova racionalidade, voltada para a reconstrução em uma economia de guerra. Idealizado e disseminado por Taiichi Ono, o chamado modelo japonês²⁹, toyotismo³⁰ ou ainda ohnismo propunha subverter a ordem, produzindo itens diferentes para poucos: a demanda presente é que passava a comandar a organização. A lógica do toyotismo dá maior autonomia ao trabalhador, que se responsabiliza por todo o entorno do trabalho, o seu próprio e o do colega. Esse sistema trouxe como consequência a redução do número

---

²⁹ Helena Hirata (apud Heloani 2003:118) considera a expressão para denominar modelos de relações industriais, de organização industrial entre empresas e de organização de trabalho.

³⁰ Em referência à indústria japonesa Toyota, onde Ohno fez as primeiras experiências. “Hoje famosa por sua atividade automobilística, era, antes da Segunda Guerra Mundial, no essencial, um fabricante de teares. Taiichi Ono era então empregado na divisão têxtil da Toyota”(CORIAT, 1994:51).

de trabalhadores e a necessidade de trabalhadores com autonomia, que exercessem todas as tarefas, e polivalentes, com capacidade de controlar várias máquinas ao mesmo tempo.

O modelo 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. Nesse sistema, o trabalhador do posto de trabalho posterior abastece de peças, sempre que necessário, no posto de trabalho anterior. Desse modo, a realimentação de peças só se faz necessária quando as mesmas forem vendidas. Para Coriat (1994:56), o princípio do *kanban* constitui, em matéria de gestão da produção, “a maior inovação organizacional da segunda metade do século”. Por manter um controle interno na execução do serviço, o sistema aumenta a concorrência entre os trabalhadores.

O *just in time*, por sua vez, também implantado por Ohno na Toyota, consiste em “produzir o que o mercado demandar, no momento e na quantidade que o mercado solicitar”(Heloani, 2003:132). Ou seja, esse sistema determina o tempo de produção. E, por fim, o *kaizen*, base filosófica do *kanban* e do *just in time*, determinava que todos deveriam produzir sempre o melhor, ou seja, não poderia haver retrabalho e/ou prejuízo das peças. Todos os métodos envolviam tanto parceiros como colegas da mesma célula; exigiam comprometimento e atuavam na persuasão dos trabalhadores, tocando no cerne da questão ideológica. Vale ressaltar que o toyotismo permitiu uma nova apropriação das atividades intelectuais no processo de trabalho, o que fez que essas relações fossem repensadas.

Esses novos métodos de organização, também chamados pós-fordistas, tinham como objetivo uma mão de obra capaz de trabalhar com tecnologias e processos mais flexíveis, para atender à demanda do mercado, sem que houvesse mudança de equipamentos. Mas isso só se tornou possível, segundo Heloani, “em função da microeletrônica conectada às máquinas” (2003:116). A partir de então, ainda segundo o autor, houve uma reestruturação do mercado de trabalho, ou a transição do fordismo para a chamada acumulação flexível de Harvey:

A acumulação flexível, como vou chamá-la, é marcada por um confronto direto com a rigidez do fordismo. Ela se apóia na flexibilidade dos processos de trabalho, dos mercados de trabalho, dos produtos e padrões de consumo. Caracteriza-se pelo surgimento de setores de produção inteiramente novos, novas maneiras de fornecimento de serviços financeiros, novos mercados e, sobretudo, taxas altamente intensificadas de inovação comercial, tecnológica e organizacional. A acumulação flexível envolve rápidas mudanças dos padrões de desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões demográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego no chamado “setor de serviços”, bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas. (HARVEY, 1996:140)

Tais métodos foram adaptados ao Ocidente principalmente a partir da década de 1980, época em ocorreram, segundo Antunes (1995), profundas transformações no mundo do trabalho de países de capitalismo avançado, trazendo para a sociedade contemporânea a chamada reestruturação produtiva. Para ele, essas modificações abalaram não só a *materialidade*, como a *subjetividade* da *classe-que-vive-do-trabalho*, mas também a sua *forma de ser*.

Em uma década de grande salto tecnológico, a automação, a robótica e a microeletrônica invadiram o universo fabril, inserindo-se e desenvolvendo-se nas relações de trabalho e de produção do capital. Vive-se, no mundo da produção, um conjunto de experimentos, mais ou menos intensos, mais ou menos consolidados, mais ou menos presentes, mais ou menos tendenciais, mais ou menos embrionários. O fordismo e o taylorismo já não são únicos e mesclam-se com outros processos produtivos (neofordismo, neotaylorismo, pós-fordismo), decorrentes das experiências da “Terceira Itália”, na Suécia (na região de Kalmar, do que resultou o chamado “kalmarianismo”), do Vale do Silício nos EUA, em regiões da Alemanha, entre outras, sendo em alguns casos até substituídos, como a experiência japonesa a partir do toyotismo permite constatar (ANTUNES, 1995: 15-16).

Bresciani (1997:88) considera que a flexibilidade ocupa lugar de destaque em meio à crise que envolveu (o que o autor chama) os “mundos do trabalho” na sociedade contemporânea. Segundo ele, há uma corrente de pensamento que defende a presença da flexibilidade “nos sistemas de produção, na organização do trabalho, na estrutura de relações trabalhistas” como fonte de sucesso, e outros que a denunciam como “fonte de todos os males, instrumento do lucro voraz, ferramenta do capitalismo em sua nova ofensiva do século XX, apontada como o novo nome do trabalho, que é flagelo, tortura e dor”. Ao afirmar que no Brasil o termo é relevante por estar sendo usado como sinônimo de desregulamentação, eles nos dá algumas pistas:

Nesse sentido, a flexibilidade pode ser vista em sua correlação com a automação microeletrônica e a informática, assim como pode se ampliar com o recurso à terceirização. “Missão” da empresa redefinida, parte dos custos do trabalho torna-se variável, concretizada caso solicitado o serviço ou produto. A terceirização absorve parte das flutuações de pessoal antes geridas por meio de demissões e admissões. O custo do trabalho passa a não ser mais regido pela negociação entre empresa e sindicato, mas por um contrato de prestação de serviços ou fornecimento de insumos e componentes, assinado entre empresa contratante e contratada. O próprio poder de representação do sindicato se fragmenta, se “flexiona”, se curva, a menos que recomposto. (BRESCIANI, 1997:89)

Ao descrever as novas relações trabalhistas impostas pela reestruturação produtiva, o autor aproxima-se da realidade do jornalista, nosso objeto de estudo. O vínculo de trabalho deste profissional sofreu uma grande transformação nas últimas décadas, com o

aumento das formas de contratação atípicas³¹, a ampliação do contrato de trabalho sem registro em carteira – e consequente perda de direitos trabalhistas, como gozo de férias, FGTS e reajuste por acordo coletivo, entre outros. O número de vagas oferecidas em relação aos profissionais que se formavam até o ano passado, com a extinção do diploma, foi encolhido, obrigando os jornalistas a encontrarem novos locais, formas e métodos de trabalho. Quem consegue vaga nas redações, vê o seu tempo reduzido, controlado e o trabalho ampliado, como na mais autêntica fábrica fordista do começo do século. 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. Quem está à margem, quer entrar. Mas a marca principal é a expansão do desemprego, que atinge a *classe-que-vive-do-trabalho* com números alarmantes.

Para Cardoso, o crescimento do desemprego contribui para “o fortalecimento dos capitalistas e o enfraquecimento dos trabalhadores no processo de negociação coletiva, o que também atinge o tempo de trabalho” (2009:50). Segundo a autora, a partir de 1990, o tempo de trabalho no Brasil não foi reduzido, ao contrário de outros países, como a França, por exemplo, e sim flexibilizado e intensificado:

E se o tempo de trabalho fica cada vez mais flexível, o mesmo acontece com os tempos de não trabalho, ou melhor, com os tempos fora dos locais de trabalho, afinal, ambos ocupam as mesmas 24 horas. Logo, a questão principal que diversos autores se colocam é saber quem decide quando o trabalhador irá trabalhar mais ou menos, pois, a depender da resposta, essa flexibilização por ter significados totalmente diferentes. Entretanto, vemos que o tipo de flexibilização que vem sendo implementada tem por objetivo a demanda da produção (Thoemmes, 2000) e não as necessidades dos trabalhadores. (CARDOSO, 2009:48).

Dentro desse contexto, 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 / está transformando 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 porque cresce a relevância do trabalho na sociedade dita da informação.

---

³¹ Terceirização, contratos de trabalho por tempo determinado, de pessoa jurídica (PJ) e *free lancer*, entre outros tipos.

Zygmunt Bauman tenta iluminar a discussão sobre os fenômenos da globalização, como mobilidade, espaço e tempo, a noção de local e global, procurando entender as tensões existentes na pós-modernidade. Para o autor, a velocidade dos meios de comunicação e o crescente desenvolvimento das tecnologias encurtaram as distâncias, que já “não importam, ao passo que a ideia de fronteira geográfica é cada vez mais difícil de sustentar no ‘mundo real’” (1999:19 a 22). Bauman considera ainda que “o aparecimento da rede mundial de computadores pôs fim - no que diz respeito à informação - à própria noção de ‘viagem’ (e de distância a ser percorrida), tornando a informação instantaneamente disponível em todo planeta, tanto na teoria como na prática”.

A Revolução da Tecnologia é considerada a *terceira onda* da Revolução Industrial e o ponto de partida das mudanças da nova economia. Com o surgimento da Internet e o conceito de rede de comunicação que se entrelaça entre si (sociedade em rede), a dinâmica social passa a ter uma nova centralidade. Muda a geografia da rede (todo o mundo pode se conectar); a concentração está nos provedores de acesso; há uma divisória digital, com separação entre os que possuem acesso a rede e quem não o tem; há também modificações nas sociabilidades entre as pessoas e transformações nos meios de comunicação.

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:

Uma nova economia surgiu em escala global no último quartel do século XX. Chamo-a de informacional, global e em rede para identificar suas características fundamentais e diferenciadas e enfatizar sua interligação. É *informacional* porque a produtividade e a competitividade de unidades ou agentes nessa economia (sejam empresas, regiões ou nações) dependem basicamente de sua capacidade de gerar, processar e aplicar de forma eficiente a informação baseada em conhecimentos. É *global* porque as principais atividades produtivas, o consumo e a circulação, assim como seus componentes (capital, trabalho, matéria-prima, administração, informação, tecnologia e mercados) estão organizados em escala global, diretamente ou mediante uma rede de conexões entre agentes econômicos. É *rede* porque, nas novas condições históricas, a produtividade é gerada, e a concorrência é feita em uma rede global de interação entre redes empresariais. (pág. 119)

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. Vários autores já registraram as mudanças ocorridas até agora em todos os setores.

Como vimos anteriormente, o trabalho passou, principalmente 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 mundo do trabalho, resultando em pesquisas geralmente direcionadas a refletir sobre as alterações globais da sociedade; poucas abordam, na realidade, o homem diante de sua atividade de trabalho, como a Ergologia.

2.3 - Trabalho como atividade humana

Vimos, no início deste capítulo, a complexidade do conceito “trabalho”, analisado ao longo da história como fator de subsistência (a partir da antropologia) e como valor de troca monetário e mercadoria (marxismo). Fígaro (2008) afirma que o trabalho transcende a definição que o enquadra como relação de troca remunerada, regida pelo Direito numa sociedade de mercado. Para a autora, “o trabalho é uma atividade que tem por alvo a produção de *valores de uso* e é condição e *necessidade física* da vida humana” (2008:11, grifos da autora). Ao afirmar que “o homem é um ser genérico”, Karl Marx (2006:83) resumiu essa questão, problematizando o homem como fruto da relação com a natureza e da sociedade, um ser naturalmente social.

O conceito de trabalho visto como *atividade humana* nos permite ter uma visão do trabalho a partir da herança cultural e da experiência pessoal do homem, pois o trabalho é fruto da sua relação com o meio. Para estudar este conceito de trabalho como atividade humana de modo mais amplo, no sentido de intervir nas situações de trabalho e transformá-las, o filósofo francês Yves Schwartz³² iniciou, no final dos anos 70, os estudos da abordagem ergológica do trabalho. *Atividade*, para Schwartz (2007:27), remete à ideia de mudança, transformação, pois “todas as formas de atividade humana se deslocam”, inclusive o trabalho.

O filósofo nos leva aos estudos da psicologia soviética de Vygotski e Leontiev para conceituar atividade humana, a partir do desenvolvimento do pensamento e da linguagem. Segundo Fígaro (2008:12), em *O Desenvolvimento do Psiquismo* (2004), Leontiev trata a atividade como “vital”, mediadora, que transforma as necessidades humanas, e procura entender a “especificidade da vida animal e especialmente da vida

---

³² Especialista em história das ciências e das tecnologias, diretor científico do Departamento de Ergologia (Ensino Pluridisciplinar de Situações de Trabalho) – APST, da Universidade de Provence, França.

humana”. Ainda segundo a autora, “a atividade humana é uma atividade particular que dota o homem de um psiquismo específico, caracterizado por propriedades fundamentalmente diferentes. A passagem à consciência humana está fundada na passagem às normas humanas de vida e de atividade de trabalho”. (idem: 13)

Leontiev se apóia em Marx e Engels para descrever o trabalho, como “atividade especificamente humana, processo que liga o homem à natureza, o processo de ação do homem sobre a natureza” (2004:80 e 81). Para o autor, “o trabalho é, desde a origem mediatizado simultaneamente pelo instrumento ‘em sentido lato’ e pela sociedade”, ou seja, caracterizado pelo uso e fabricação de instrumentos e como atividade coletiva. Só assim o homem se relaciona com a natureza.

O trabalho humano é em contrapartida, uma atividade originariamente social, assente na cooperação entre indivíduos que supõe uma divisão técnica, embrionária que seja, das funções do trabalho: assim, o trabalho é uma ação sobre a natureza, ligando entre si os participantes, mediatizando a sua comunicação. (LEONTIEV, 2004:81)

Fígaro (2008:13) afirma que, “para Leontiev a aparição do trabalho é intrínseca à condição da existência do próprio homem. A atividade humana é particular e específica e caracteriza a capacidade humana de criar, planejar, aprender, memorizar”. E para a abordagem ergológica, o trabalho tomado como atividade, tem um poder transformador do meio. Considerado pelos ergologistas como “atividade industriosa”, o trabalho comporta a herança cultural e histórica das técnicas, das experiências das gerações passadas e da experiência pessoal, que permite ao homem uma transcendência criativa.

O conceito de ergologia, pensando a atividade humana, essa particularidade humana, mobiliza a ontologia e a antropologia. Podemos falar de uma ontogênese e de uma filogênese, porque essa evolução do homem está relacionada à própria evolução do trabalho. Para Schwartz e Durrieu (2007:3), “Ergologia é a aprendizagem permanente dos debates de normas e de valores que renovam indefinidamente a atividade: é o desconforto intelectual”.

2.3.1 – A abordagem ergológica do trabalho

O sociólogo e ergologista francês Pierre Trinquet³³ afirma que a Ergologia é “método, uma abordagem para a compreensão da atividade humana”. Yves Schwartz a classifica como “um projeto de melhor conhecer e, sobretudo, de melhor intervir sobre as

---

³³ Trecho da palestra “Trabalho e Ergologia – um enfoque pluridisciplinar”, realizada em 11/11/ 2009 na Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.

situações de trabalho” (2007:37). É uma abordagem pluridisciplinar, que envolve a ergonomia, psicologia, economia e filosofia, entre outros. Utilizando as bases da ergonomia, a ergologia vê o trabalho como uma tarefa a realizar, segundo as prescrições, e o saber investido (a experiência constituída e os seus conhecimentos acadêmicos) do sujeito, ou *corpo-si*.

Trinquet defende a adoção da ergologia como recurso epistemológico na produção de saberes, pois, para ele, “todos os saberes acadêmicos são necessários, mas nenhum é suficiente para englobar toda a complexidade da atividade humana”. A ergologia convoca diferentes disciplinas para refletir sobre o trabalho como atividade humana:

No quadro acima, a atividade de trabalho está posicionada no grande círculo, a ergologia, no centro, estuda a atividade do trabalho. As outras ciências dialogam com a atividade de trabalho, mas entre elas também, e por isso funcionam como ponto de intersecção. Para se constituir, a ergologia dialoga com todas essas outras áreas do saber.

A ergologia separa trabalho e atividade humana. Para Schwartz “trabalho, nas situações mercantis, é uma forma historicamente específica. Esse trabalho é uma atividade que se troca por dinheiro. É uma forma de atividade, para nós muito importante, mas é uma forma específica de algo mais geral, a atividade humana. (2007. p. 30). A disciplina também reúne estudos de ergonomistas e médicos franceses, que deram uma contribuição a partir dos problemas da saúde do trabalho, trazendo conceitos como “saúde é a capacidade do indivíduo de tolerar, de enfrentar e de superar as infidelidades e as

agressões do meio” (Canguilhem, 1995), e “saúde é um campo de negociação cotidiana e permanente para tornar a vida viável (Athayde; Neves, 1998).

Schwartz, assim como Trinquet (2009) afirma que “toda atividade de trabalho é sempre singular e historicamente datada”, ou seja, o trabalho é um encontro singular entre um trabalho particular a se realizar, um ser humano (ou um coletivo) e o meio, sempre infiel. “O meio é sempre mais ou menos infiel e, aliás, nunca se sabe onde e em que proporções. Ele jamais se repete exatamente de um dia para o outro, ou de uma situação de trabalho a outra. Então, aí está uma *primeira* infidelidade do meio” (2007:191)

Trinquet define a atividade de trabalho como aquela que coloca em ato a própria natureza humana, que engloba e restitui toda a complexidade humana. Segundo ele, “todos pensam que o trabalho é simples, inclusive os trabalhadores. Daí decorre a maior parte das dificuldades, porque não compreendem a atividade de trabalho, então não se organizam e não se preparam adequadamente sobre a questão”. Para ele, “conhecer bem a atividade de trabalho permite organizar uma formação profissional e gerir eficazmente a atividade laboriosa.”

Essa simplificação vem de uma generalização que se faz entre trabalho e atividade de trabalho. Temos que pensar o conceito de atividade como trabalho interior, no sentido da mente, do corpo, e que é invisível, não é percebido, mas sem ela não se realiza nenhuma atividade, nenhum trabalho. Porque o tempo todo o ser humano está se adaptando, gerindo diante da sua ação, dos desafios que ele tem. Ou seja, o tempo todo esta atividade interior está avaliando, re-orientando a sua própria ação, re-normalizando a sua própria atividade. (TRINQUET, 2009)

Segundo o autor, de forma geral, toda vez que é solicitado a uma pessoa descrever uma atividade de trabalho, ela apenas a descreve como prescrição da tarefa que realiza, e não como atividade de trabalho. É difícil fazer com que a própria pessoa reflita sobre a atividade e fale sobre a intimidade do seu trabalho. “Foram necessários anos de pesquisa para chegar ao conceito das diferenças entre o trabalho prescrito, aquele que o trabalhador diz que faz, e o que ele realiza. Essa diferença entre o prescrito e o realizado chama-se trabalho real”, ou seja, o trabalho real não era conhecido e, portanto, não existia.

Schwartz afirma que “trabalhar é gerir” (2004:42 e 44) o que significa, no sentido ergológico, gerir um conjunto de fatores presentes em um determinado momento e espaço, administrar-se como sujeito em atividade, fazer uso de si como corpo físico. O autor adota o *corpo-si* para abordar o sujeito, como ser que se relaciona com seu meio

físico, como aquele que carrega uma história própria, com capacidade de renormalização, transgressão de normas, porque isso é atividade humana.

Quando falei pela primeira vez na expressão ‘uso de si’, em 1987, era para transmitir a ideia de que, mesmo numa situação de maior constrangimento, como no trabalho em linhas de montagem, existe atividade, transgressão, ‘renormatização’ das normas. Isso nos afasta da ideia de pura execução e nos conduz à ideia de uso de si, porque, mesmo nas linhas de montagem, encontramos uso de si – seja ‘por si mesmo’, seja ‘pelos outros’. Podemos então falar que, no trabalho, o uso de si envolve o ‘uso de si pelos outros’ e o ‘uso de si por si mesmo’, e aqui a elaboração ergológica e a elaboração filosófica vão extrapolar, generalizar, para além do trabalho assalariado, do trabalho mercantil. (SCHWARTZ, 2006:460)

Os ergologistas nos ensinam que o trabalho prescrito é aquele dos *saberes constituídos*, disciplinares, das ciências, já acumulados nas instituições, que se aprende na escola, e que “são fundamentais, porque condensam a sabedoria da humanidade” (Trinquet). O trabalho real nos remete ao *saber investido*, que se constitui na própria atividade do sujeito. Quando nos damos conta de que existe um trabalho prescrito e um trabalho real, notamos que há uma aproximação entre saber investido e saber constituído. Na atividade de trabalho o corpo-si revela-se como ser particular e um ser social

Tal questão coloca o sujeito numa situação de uso de si, um drama que Schwartz chama de “dramáticas do uso de si por si mesmo e por outro” (Schwartz et Durrive, 2003: 261), o uso que fazemos de nós mesmos e o uso que *o outro* faz de nós para execução do trabalho. Dramática, que podemos chamar de subjetividade, personalidade dentro de outras ciências, vem a ser o movimento entre norma prescrita, infidelidade do meio, renormalização e atividade singular. O momento em que o corpo-si se defronta com a “batalha” da sua atividade, onde ele tem uma prescrição de como deve ser feito e o que ele tem a fazer. Nesse fazer a atividade é onde ele se manifesta como suas subjetividades. Para Fígaro,

Esta contradição inerente a toda a atividade de trabalho, própria da vida, é potencializada com o conflito entre as diferenças sócio-econômicas, pela apropriação mercantil do trabalho, pela exploração, pela desvalorização do trabalho. A contradição e o conflito são geridos e negociados a todo o momento, isso é a atividade humana de trabalho, é o corpo-si, expressando-se na dimensão dialética do micro/macrossocial. (2009:15)

Analisando os processos organizacionais de trabalho (taylorismo, toyotismo) e também as teorias da comunicação, expostas no capítulo anterior, concluímos que existe em comum o fato de ambos partirem de seus conceitos sem analisar o sujeito. Não interessa saber - a quem mecaniza o trabalho ou manipula os meios de comunicação – o pensamento ou história de vida do indivíduo. Tal preocupação está presente na ergologia,

cujo sujeito está presente por inteiro em atividade, seja no corpo físico, no intelecto, nas relações familiares e sociais.

Ao entender o trabalho sob uma perspectiva ergológica como local de troca, estabelecimento de redes de comunicação e laços de confiabilidade, podemos afirmar que, a cada escolha do uso de si por si mesmo, comunicação e trabalho atuam juntos na construção de valores.

3 - O binômio comunicação e trabalho sob a perspectiva ergológica

Ao analisar o percurso das teorias de comunicação, vemos que a cultura e o cotidiano passam 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. Para ele, “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”.

Por meio do binômio comunicação e trabalho nos aproximamos da realidade do mundo do trabalho, que até hoje desconsidera a importância do sujeito (corpo-si) para a organização. E é por meio da ineficácia da comunicação, com seus manuais, discursos oficiosos e normas prescritas, que as empresas tentam manipular o trabalhador. Ou seja, uma visão limitada de comunicação, que trata o trabalhador de maneira autoritária, como no taylorismo, e esquece que “a atividade de trabalho requisita o homem por inteiro” (Fígaro, 2008), que participa e colabora com outros no desempenho de suas responsabilidades.

Vale lembrar que, na maioria das vezes, é o jornalista quem cumpre o papel de executor desse material retórico, esquecendo que ele próprio está sendo sufocado pela reestruturação produtiva. A comunicação no mundo do trabalho também nos permite conhecer novos valores e escolhas, descobrir novos campos e locais de trabalho, e também compreender o alcance do mundo do trabalho ao núcleo familiar e social.

Se trabalhar é sempre trabalhar com o outro e comunicar é relação, troca, re-elaboração, podemos afirmar que ambos, comunicação e trabalho, atuam na construção dos conjuntos de valores que se renovam ou se cristalizam a cada escolha feita, a cada decisão do uso de si por si mesmo. As pessoas, a todo o momento, fazem escolhas a partir das condições e dos valores que construíram ao longo de suas histórias de vida, nas relações com o mundo, com o outro e consigo mesmo. Elas criam suas redes de relações e se apropriam dos discursos que circulam no meio de trabalho delas e na sociedade. (FÍGARO, 2008: 16)

Para a autora, “a abordagem ergológica de comunicação e trabalho destaca a relação dialética entre o micro e o macrosocial” (2008:24), perspectiva teórica que nos permite entender o trabalho como atividade humana, destacando o trabalhador como o ‘corpo-si’ de comunicação. Fígaro destaca ainda que o binômio comunicação e trabalho possibilita dois eixos de pesquisa: primeiro, com o objetivo de conhecer a atividade de trabalho, portanto, o mundo do trabalho; e segundo, para melhor entender as relações de comunicação, o processo de comunicação, os sujeitos (corpo-si) da comunicação.

A Ergologia permite aprofundar a relação entre totalidade, parte e singularidade, a partir desta. Isto é, esta abordagem possui uma riqueza conceitual que contribui para pensar como o trabalho abstrato e o concreto se produzem através da atividade singular de trabalho. Parece-nos que nos auxilia a fazer uma leitura do lugar do sujeito individual e do sujeito coletivo no trabalho como acontece hoje e na sua prospecção (FISCHER³⁴, 2008:101)

Schwartz denomina de *Dispositivo dinâmico em três pólos* (ver figura 2) o encontro entre os eixos A, B e C que nos permite problematizar e conhecer, mesmo que sempre de maneira parcial, a complexidade da atividade humana e, nesse sentido, a atividade de trabalho. Por ser um método pluridisciplinar, a ergologia convoca diferentes disciplinas para uma reflexão sobre a atividade humana num primeiro eixo. No segundo, denominado “saberes investidos”, está o conhecimento adquirido a partir da experiência, constituído ao longo de suas atividades e de sua educação. E o terceiro eixo remete ao questionamento, ao desconforto intelectual, do embate entre as disciplinas constituídas e dos saberes investidos.

Maria Clara Fischer afirma que este dispositivo foi criado pelo Departamento de Ergologia da Universidade de Provence para criar condições de co-produção dos objetivos, problemáticas e resultados das intervenções dos trabalhadores em situação de trabalho. Para a autora,

Parece-nos que este Dispositivo provoca o avanço de nossas reflexões sobre o papel de mediação da pesquisa-formação no sentido de articular teoria e prática, especialmente no que diz respeito ao lugar dos saberes oriundos da experiência e dos saberes científicos. Provoca-nos a continuar as tentativas de romper com visões de linearidade e de ascendência ou descendência entre conhecimentos teóricos e empíricos, mas de uma relação dialética entre a experiência e conceito. Tal dispositivo contribui para nos pensarmos como sujeitos de práxis incompletas e mutuamente dependentes. Desafia-nos a enfrentar as contradições que experimentamos diariamente para produzir conhecimento numa sociedade de classes que cindiu e fragmentou o conhecimento. (idem, 2008:103)

---

³⁴ Disponível em: http://www.perspectiva.ufsc.br/perspectiva_2008_01/MariaClara.pdf

Fígaro (2008) adaptou o dispositivo dinâmico em três pólos utilizado por Schwartz e Durrive para explicar, metodologicamente, como a ergologia pode ser utilizada para produzir saberes e transformar o trabalho. O dispositivo recebeu uma aplicação prática, em atendimento a uma demanda bastante específica: entender a contribuição da ergologia para os estudos da comunicação. Para ela,

O Dispositivo Dinâmico em três pólos permite, pela força do questionamento, confrontar a norma e a experiência pela atividade de trabalho, revelando os conflitos e as contradições sociais e, principalmente, a potencialidade de transformação do sujeito (corpo-si). Essa proposta permite ainda articular a dialética do micro ao macro-social. Dá condições de se compreender como as transformações no mundo do trabalho se articulam com os valores e as normas sociais, e como a realidade do mundo do trabalho transborda para outras instituições e grupos sociais. (FÍGARO, 2008:27)

Figura 2 - **Dispositivo Dinâmico em Três Pólos**

Eixo A

Saberes e valores construídos no universo científico (*savoir institué*)
(Teorias da Comunicação e outras disciplinas)

Eixo B

Saberes e valores da experiência, adquiridos na atividade.
(*savoir investi*)

Eixo C – Pólo do questionamento

Exercício do socratismo (perguntas e respostas) em duplo sentido

Fonte: Schwartz e Durrive (2007)

O esquema nos ajuda a visualizar o papel que os responsáveis pela comunicação nas organizações (quaisquer que sejam elas) podem desempenhar ao tomarem para si a responsabilidade de aplicar esse dispositivo. Para Fígaro (2008), “a construção de um saber que leve em consideração a atividade humana de trabalho permite reformular os saberes constituídos e renová-los por meio do questionamento que tem por princípio valorizar e priorizar o pólo da atividade como fonte de possibilidades”.

No quadro abaixo está a análise do Dispositivo dinâmico em três pólos da abordagem ergológica aplicado aos estudos de recepção e às relações de comunicação no mundo do trabalho. Fígaro afirma que “a imagem do cone em espiral quer representar a relação micro/macro-social que toda a abordagem da atividade comporta. Bem como o exercício do questionamento em duplo sentido, que tensionando os conceitos, (epistemologia/ergologia) possibilita a renovação do conhecimento”

Quadro 1 – Análise do DDTP

	EIXO A	EIXO B	EIXO C
Estudos de Recepção	Conhecimentos (saberes) constituídos no campo da comunicação e de outras disciplinas	Saber investido (experiência), atividade concreta de emissão/recepção no relacionamento do mundo do trabalho	Questionamentos e formulação do processo de comunicação como um objeto empírico
Relações de comunicação nas empresas	Normas, prescrições e discursos das organizações	Cultura real dos sujeitos (corpo-si) em atividade de trabalho	Questionamento de como viver bem (saúde física, mental e emocional)

Tais considerações nos levam a pensar: onde o jornalista se encaixa nesse processo?

O jornalista não é um profissional simplesmente técnico e vinculado ao trabalho. Ele é jornalista em tempo integral, como um médico. Está sempre envolvido com os fatos, onde quer que esteja, é mais sensível, capaz de perceber o que o envolve no cotidiano. O jornalista investe todos os seus saberes (investidos e constituídos) no trabalho. Todos os seus investimentos, no campo afetivo e pessoal, vão para a profissão. Ele não vê o trabalho apenas como vínculo, gosta do que faz, mas sofre quando não tem

nada em troca, ou melhor, quando tem a sua saúde, a sua qualidade de vida prejudicadas pelo trabalho. Daí vem os questionamentos, o “desconforto intelectual”, cenário que se configura na pesquisa empírica que mostraremos no próximo capítulo.

4 - Qual o papel do jornalista na sociedade da informação?

Vimos nos capítulos anteriores que a imprensa nasceu sob os moldes dos ideais do Iluminismo, destacou-se com o crescimento da burguesia e consolidou-se com a criação da prensa de Gutenberg. Relatamos também que o avanço do capitalismo impulsionou a comunicação, principalmente a partir do surgimento das novas tecnologias, e transformou a informação em mercadoria. Além de ser um difusor de informação, o jornalismo carrega instrumentos que possibilitam a reflexão e a compreensão dos fatos e da própria história, consolidando-se como fonte de conhecimento. Para Motter (in Baccega, 2009), “a imprensa irradia para a sociedade um saber sobre o mundo que produz memória”.

Neste cenário, o jornalista, o sujeito (corpo-si) que lida diretamente com a informação, ocupa o papel de protagonista. Ao transmitir a informação, o jornalista auxilia no processo de formação do sujeito receptor, cidadão de uma sociedade democrática, que precisa de subsídios para conhecer a realidade em que vive e sentir-se parte dela. O profissional recebe a informação por fontes oficiais (assessorias de imprensa) e não oficiais; filtra essa informação, que é retrabalhada por ele, e repassada para os leitores dos jornais, revistas e sites. Qual seria então, nesse quadro, o papel desse profissional?

Considerado o comunicador deste século, o jornalista assume o papel de mediador, utilizando da sensibilidade e da técnica, na mesma medida, para a resolução dos conflitos. Deveria ser aquele capaz de atuar no campo da comunicação de maneira integrada, articulando diferentes mídias e linguagens da comunicação a partir de uma sólida formação humanística. Ou seja, “pensar a comunicação não só como sendo aquela que se formula nos meios”, como afirmou Barbero (2006) e Baccega (2009), mas “como campo privilegiado de construção dos sentidos sociais”.

O pesquisador alemão Michael Kunczik considera que uma sociedade democrática precisa de jornalistas que queiram ser, antes de tudo, mediadores, “que não adotem a atitude demagógica para com a sociedade nem desejem ‘preparar’, manipular ou guiar as pessoas, mas que tenham o objetivo de possibilitar o diálogo, através das diferentes correntes, entre as várias classes e agrupamentos” (2001:101). Muniz Sodré (2003)

confirma que “a sociedade contemporânea, mais uma vez, precisa do jornalista”, mas considera que é necessário, redefinir a sua identidade, que aponta “para um tipo de ‘agente mediador’ a quem se confie a tarefa de guia no cipoal das informações”. Para o autor, esse novo papel não surgirá espontaneamente da própria informação, mas apenas com uma formação escolar vinda das universidades.

Quadro 2 - Linha do tempo: o jornalismo e o jornalista ontem e hoje

Tema	Do começo do século até os anos 80	Hoje
Origem	O repórter era o indivíduo curioso, idealista, que escrevia bem, geralmente sem formação específica.	Os jornalistas vêm de camadas privilegiadas, com pensamentos e experiências distantes da ideologia, do dever social da participação.
Pensamento político	Os jornalistas eram politizados, preocupados com o seu papel na sociedade. Tinham uma visão romântica da profissão.	A concorrência fez com que tivessem uma postura menos politizada diante dos fatos e da notícia.
Formação	As faculdades de jornalismo surgiram na década de 60. A obrigatoriedade do diploma para exercer a profissão de jornalista foi promulgada em 1969. Até então, os jovens aprendiam com os jornalistas mais velhos, no dia a dia da redação.	Existem muitas faculdades, mas os recém-formados saem sem preparo. Os órgãos de imprensa criaram seus próprios cursos, um treinamento para uso do manual de redação. A obrigatoriedade de ter o diploma de jornalista para exercer a profissão foi extinta em 2009.
Empresa	Os grandes jornais eram de propriedade familiar e administrados pelo dono. Era ele quem dava a palavra final na contratação e demissão de jornalistas.	A voz do dono do jornal é mais democratizada, mas existem as exigências do mercado e da publicidade.
Emprego	O trabalho era visto como um “bico”. O salário de jornalista era baixo e precisava ser complementado com outro emprego, geralmente público. Alguns profissionais se dividiam em dois e até três empregos ao mesmo tempo. Depois os jornalistas passaram a ser exclusivos das empresas, com bons salários.	Alguns jornalistas se dividem entre trabalhar na redação e na assessoria de imprensa, levantando questões éticas. As relações de trabalho mudaram completamente com a proliferação dos “PJs”, ou Pessoas Jurídicas. 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.

Tema	Do começo do século até os anos 80	Hoje
Trabalho	Diagramadores, revisores, secretários de redação, laboratoristas e <i>past-ups</i> eram necessários na redação.	Todos esses cargos foram extintos. O jornalista hoje trabalha mais: prepara a notícia, diagrama, indica fotos, desenhos, gráficos. Também é obrigado a fazer mais de uma matéria ao mesmo tempo. E não tem tempo de fazer uma pesquisa ou leituras, inclusive de jornais.
Salário	O jornalista ganhava em média um salário mínimo por mês.	Aqueles que conseguem ser contratados chegam a ganhar salários razoáveis. Os autônomos ganham por projetos, trabalhos ou textos. Os jornalistas de televisão tornaram-se celebridades com status e salário compatíveis.
Texto	Longos e complexos, opinativos	Mais curtos, títulos sintéticos e maior preocupação com o uso da imagem. Utilização do hipertexto.
Tempo	O jornalista dispunha de tempo para trabalhar em reportagens (uma de cada vez) e pesquisas. Apenas fazia a entrevista, escrevia o texto e entregava para o editor.	A informatização representou um salto em termos de rapidez na execução das tarefas; Os jornalistas têm que obedecer a horários rígidos, pois há contratos para agilizar a distribuição de jornais.
Mulheres	Eram raras nas redações	Ocupam mais de 50% das redações
Informação	Direito do cidadão O jornalista ia atrás da notícia	Mercadoria, bem econômico A notícia vem atrás do jornalista, através das assessorias de imprensa. A notícia é pasteurizada; todos vêem os mesmos jornais e entrevistam as mesmas fontes.
Tecnologias	Durante quase um século, o modo de produzir jornal mudou, mas pouco se comparado aos últimos anos.	Os jornalistas precisaram se adaptar às demandas da nova tecnologia, aprendendo a produzir informação para diversas mídias.

5 – Hipóteses

A partir das discussões teórico-metodológicas feitas até aqui, cujo princípio é estudar o perfil dos jornalistas a partir do entendimento do binômio comunicação e trabalho e da Análise do Discurso, construímos as hipóteses que se seguem e abordaremos, no capítulo seguinte, a metodologia da pesquisa.

5.1 -Hipóteses gerais:

- a) O perfil do jornalista do Estado de São Paulo mudou: ele é mais jovem, seu trabalho está mais precarizado e está sem vínculo empregatício. Também cresceu o número de mulheres jornalistas.
- b) As tecnologias de comunicação introduzidas no mundo do trabalho mudaram sensivelmente a relação do jornalista com a profissão e também o seu modo de se relacionar com a notícia.
- c) Com a precarização do mercado de trabalho, os jornalistas têm procurado alternativas diversificadas para manterem-se no emprego.

5.2- Hipóteses específicas:

- a) As tecnologias melhoraram o processo produtivo, mas pioraram as condições de trabalho e a qualidade de vida dos jornalistas;
- b) Com as novas tecnologias surgiram novos e improváveis postos de trabalho para o jornalista;
- c) Além das funções específicas da função, o jornalista hoje precisa ser polivalente, saber gerenciamento, controle de custos e planejamento, para manter-se em um mercado extremamente competitivo;
- d) O emprego com carteira assinada está cada vez mais raro; o jornalista está trabalhando em casa, ou na empresa como *freelancer*;

CAPÍTULO III

CONSTRUÇÃO METODOLÓGICA DA PESQUISA

A partir da reflexão teórico-metodológica do capítulo anterior, propomos apresentar aqui a construção metodológica do universo e do objeto empírico da pesquisa para, chegarmos à coleta de dados e suas formas de tratamento. Para Lopes, antes de tomar as opções metodológicas da pesquisa, é preciso levar em conta três critérios, o epistemológico, que “orienta a opção em torno da diversidade dos paradigmas existentes nas Ciências Sociais e de seus modelos teóricos particulares”, o metodológico, que “diz respeito à seleção dentro de uma multiplicidade de métodos de análise na pesquisa”, e o menos complexo, o operacional das opções. (2003: 89 a 95). Segundo a autora,

A reflexão metodológica não só é importante como necessária para criar uma atitude consciente e crítica por parte do investigador quanto às operações científicas que realiza na investigação e quanto ao questionamento constante a que deve submeter os métodos ante as exigências que lhe impõem a realidade (LOPES, 2003: 80)

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, fizemos um pré-teste com jornalistas contatados a partir de mídias sociais, aplicamos o questionário 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 (Editora Abril).

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, fizemos um recorte da amostra de associados e funcionários para então utilizamos uma combinação de duas técnicas de pesquisa: o instrumento quantitativo (formulário eletrônico) e o qualitativo (roteiro de perguntas abertas).

Tal combinação nos levou à utilização de uma “triangulação metodológica” (Jick, 1979, apud Jensen e Jankowski, 1993:78), que recorrerá à pesquisa quantitativa, para coletar as informações do perfil, hábitos culturais e consumo dos jornalistas; à análise qualitativa, com entrevista em profundidade e, à análise do discurso como método de interpretação.

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

1 – Universo da pesquisa: os jornalistas do Brasil e do Estado de São Paulo

A partir da hipótese de que um novo perfil de jornalista foi configurado a partir das transformações no mundo do trabalho ocorridas no século XX, esta pesquisa tem por objetivo de conhecer o jornalista que trabalha hoje no Estado de São Paulo. Para tanto, propõe-se como problemas de estudo as seguintes questões:

- Qual é o perfil do jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo?
- Como a reestruturação do mundo do trabalho afetou a profissão?
- Como o profissional está vivenciando e entendendo essas mudanças?
- O que o jornalista está fazendo para manter-se no mercado de trabalho?
- Durante quanto tempo o jornalista mantém-se em atividade?

O mundo do trabalho é a mediação capaz de entrelaçar os diferentes aspectos (culturais, econômicos, profissionais e políticos) das questões acima (Fígaro, 2001). Nesse sentido, buscou-se localizar o jornalista no mercado de trabalho brasileiro atual, apresentando a seguir dados oficiais divulgados pela Relação Anual de Informações Sociais (RAIS). Por meio desta publicação, o Ministério do Trabalho e Emprego disponibilizou à sociedade em 2002 a nova Classificação Brasileira de Ocupações (CBO)³⁵, que vem substituir a anterior, publicada em 1994.

1.1 - As características da ocupação no mercado brasileiro

A CBO é o documento que reconhece, nomeia e codifica os títulos e descreve as características das ocupações do mercado de trabalho brasileiro. Sua atualização e modernização se devem às profundas mudanças ocorridas no cenário cultural, econômico e social do País nos últimos anos, implicando alterações estruturais no mercado de trabalho.

Neste documento (2002), são considerados, sob o código 2611, *profissionais de jornalismo*:

- arquivista pesquisador (jornalismo)
- assessor de imprensa

---

³⁵ Ver a Classificação Brasileira de Ocupações (CBO) no anexo 1 ou em <http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/BuscaPorTituloResultado.jsf>

- diretor de redação - diretor adjunto
- editor - editor assistente, editor de arte, editor de fotografia, editor de imagem, editor de rádio, editor de web, editor de área, editor executivo
- jornalista - assistente de editorial, colunista, colunista de jornal, correspondente de jornal, correspondente de línguas estrangeiras, cronista, diarista - em jornal, diretor noticiaria, editorialista, jornalista exclusive empregador, jornalista-empregador, radiojornalista, roteirista de jornal, roteirista na imprensa
- produtor de texto
- repórter (exclusive rádio e televisão) - repórter cinematográfico, repórter correspondente, repórter de web, repórter de área, repórter especial
- revisor de texto

A *descrição sumária* das funções diz que o profissional de jornalismo deve “recolher, redigir, registrar através de imagens e de sons, interpretar e organizar informações e notícias a serem difundidas, expondo, analisando e comentando os acontecimentos. Fazer seleção, revisão e preparo definitivo das matérias jornalísticas a serem divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, internet, assessorias de imprensa e quaisquer outros meios de comunicação com o público” (2002:1).

No item *formação e experiência*, como o documento foi atualizado em 2004, o curso de jornalismo ainda consta como obrigatório para exercer a função. Em condições *gerais de exercício* diz que “os profissionais trabalham exercendo funções variadas dentro da área jornalística, nos diversos meios de comunicação, sejam eles de caráter público ou privado. Costumam desenvolver suas atividades em equipe, em horários regulares ou não, e seus vínculos de trabalho podem ser como empregados ou autônomos. Em algumas atividades, alguns profissionais podem estar sujeitos aos efeitos do trabalho sob pressão por prazos, do ruído intenso, da exposição prolongada à radiação proveniente dos monitores de computadores e a lesões por esforços repetitivos” (idem).

Quanto à *atividade de trabalho*, consta no documento que o jornalista deve “informar ao público, iniciar o processo de informação, coletar, registrar, qualificar e atualizar a informação” (idem). Também deve “comunicar-se e demonstrar competências pessoais”. Finalizando a descrição, o documento da CBO enumera uma série de recursos necessários para a realização do trabalho do profissional de jornalismo.

1.2 – A situação de trabalho dos jornalistas brasileiros em números

Dados divulgados pela Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ) e fornecidos pelo Ministério do Trabalho e Emprego, nos mostram que existiam no País, até abril de 2009, aproximadamente 80 mil profissionais com registro de jornalistas.

A RAIS divulgada em 2002³⁶ mostrou que, naquele ano, havia 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). Nessa relação não estão listados os profissionais que migraram para mídias ligadas à internet .

A Pesquisa *Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*³⁷, 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.

Em 2005, o Ministério da Educação divulgou que havia 497 cursos de comunicação social no país, estimando que 28.185 estudantes estivessem concluindo anualmente o curso de jornalismo. Mas este cenário tende a mudar. Desde junho de 2009 o Supremo Tribunal Federal retirou a exigência do diploma de curso superior para o exercício do jornalismo. Tal mudança está fazendo com que algumas universidades repensem a permanência do curso em seus quadros, como o Senac, a Facamp³⁸ e a Universidade de Mogi das Cruzes, todas situadas no Estado de São Paulo. Ao mesmo tempo, escolas

---

³⁶ Ver a Relação Anual de Informações Sociais 2002 (RAIS) no anexo 1. Estamos utilizando nesta pesquisa 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.

³⁷ 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, da qual faço parte. Como membro do grupo, pude participar da elaboração, execução e análise da pesquisa citada.

³⁸ Faculdades de Campinas.

conceituadas, como a ESPM³⁹, caminham em sentido inverso e apostam na qualidade do ensino de jornalismo, anunciando a abertura de um novo curso em 2010.

1.3 – Os jornalistas de São Paulo

Um levantamento elaborado pela assessoria econômica do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, com base na RAIS de 2005⁴⁰, confirma que São Paulo é o Estado com maior número de jornalistas, com 31%% da concentração nacional.

Figura 3

Fonte: RAIS 2005

O estudo também mostrou que o número de jornalistas que atuam no Estado de São Paulo praticamente dobrou em dez anos. De acordo com o levantamento, 63,62% dos jornalistas em atividade no Estado estavam trabalhando no segmento *extra-redação*, que engloba postos de trabalho em assessorias de imprensa, empresas de iniciativa privada e entidades, entre outros. Como a RAIS apresenta apenas trabalhadores contratados de acordo com a CLT e, portanto, fora desse padrão. Estima-se que este número hoje seja bem maior.

³⁹ Escola Superior de Propaganda e Marketing, de São Paulo.

⁴⁰ Publicado na revista comemorativa do 70º aniversário do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo, em abril de 2007.

Figura 4

Fonte:RAIS 2005

Os dados nos mostram ainda que aproximadamente 31% dos jornalistas brasileiros estão em São Paulo, com a maior concentração na Capital. As mulheres também ocupam mais postos de trabalho que os homens nas redações do Estado, tanto na Capital quanto do Interior.

Figura 5

Fonte:RAIS 2005

A faixa salarial mínima dos jornalistas do Estado está de acordo com a média das respostas dos comunicadores, obtidas na pesquisa *Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*. O piso salarial de um jornalista hoje no Estado de São Paulo é:

Quadro 3 – Piso salarial dos jornalistas no Estado de São Paulo (2010)

Setores	5 horas	5 horas + 2 extras
Jornais e Revistas - Capital	R\$ 1.833,00	R\$ 2.932,80
Jornais e Revistas - Interior e Litoral	R\$ 1.505,00	R\$ 2.408,00
Assessoria de Imprensa	R\$ 2.075,78	R\$ 3.321,26

Fonte: Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo

Tais informações nos permitem afirmar que o Estado de São Paulo é o maior empregador de jornalistas do país. Isso significa que o recorte adotado na pesquisa reflete boa parte das transformações ocorridas na profissão nos últimos anos, como a redução da mão de obra nas redações tradicionais e a migração dessas para as assessorias de imprensa; a redução da faixa etária dos profissionais e o crescimento do número de jornalistas do sexo feminino, entre outros. As mudanças estão bem representadas nestes dados e os números demonstram a pertinência do recorte da nossa pesquisa, que pretende comprovar a transformação no perfil dos jornalistas do Estado de São Paulo, profissionais que exercem importante papel na sociedade contemporânea.

2 – A construção do objeto empírico

Para atender aos objetivos e responder às questões identificadas até aqui – Qual é o perfil do jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo? Como a reestruturação do mundo do trabalho afetou a profissão? Como o profissional está vivenciando e entendendo essas mudanças? O que o jornalista está fazendo para manter-se no mercado de trabalho? Durante quanto tempo o jornalista mantém-se em atividade? – escolhemos como objeto e centro da pesquisa os jornalistas profissionais no Estado de São Paulo.

O objeto empírico foi construído, em um primeiro momento, com a adoção de métodos de pesquisa bibliográfica para compor o perfil dos jornalistas. Procuramos construir este perfil a partir de dados oficiais ⁴¹, pesquisas acadêmicas⁴² e publicações especializadas, conforme foi demonstrado anteriormente. A partir do perfil encontrado, recortamos uma amostra de jornalistas para aplicarmos dois instrumentos de pesquisa, um quantitativo e outro qualitativo.

2.1 - A Coleta de Dados

A coleta de dados foi organizada em duas fases. Para Lopes (2003), fazer uma combinação de técnicas “é reconhecer, ao lado das vantagens metodológicas de cada uma, os seus limites epistemológicos”. A primeira fase foi feita por meio de questionário, técnica que permitiu a obtenção de dados quantitativos (questões fechadas de múltipla escolha). Os dados foram obtidos por meio do preenchimento do questionário enviado pela internet e tabulados com o auxílio do programa SPSS.

Na segunda fase foi utilizado um roteiro de perguntas abertas como instrumento qualitativo, para entrevistas com jornalistas selecionados dentro de um perfil pré-estabelecido⁴³. Os procedimentos de recorte para aplicação dos instrumentos de investigação foram adaptados de acordo com as necessidades da pesquisa.

---

⁴¹ Ministério do Trabalho e Emprego e Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ)

⁴² Pesquisa *Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*, feita pelo grupo de pesquisa Comunicação e Trabalho, com apoio da FAPESP.

⁴³ Menos de 40 anos de idade, de ambos os sexos, 50% sindicalizados e 50% não sindicalizados.

2.1.1 – Sobre a combinação de técnicas

A coleta de dados foi organizada em duas fases, quantitativa e qualitativa. A “estratégia metodológica” (Lopes, 2004) adotada, em combinação com a análise do discurso para interpretação de dados, é a “triangulação metodológica”. Jensen e Jankowski consideram que uma abordagem múltipla pode ser mais válida que a estratégia de investigação simples. Para os autores, “el supuesto basico de toda triangulación es que la debilidad de cada método simple se compensará con el contrapeso de la fuerza de otro”. (1993:78).

Segundo os autores, existem quatro tipos de triangulação: dos dados, do investigador, da teoria e do método. A *triangulação dos dados* se refere às dimensões de tempo, espaço e nível analítico em que se obtém a informação. A *triangulação do investigador* dá o enfoque a partir de vários analistas ou pesquisadores, como parte de uma equipe multidisciplinar. A *triangulação teórica* sugere a aplicação de conceitos e perspectivas a partir de diversas teorias e disciplinas e, finalmente, a *triangulação metodológica*, que utilizaremos nesta pesquisa, constitui uma estratégia de investigação em que se utilizam diferentes métodos de investigação para a correção de dados e análises em torno de um objeto de estudo (Jensen e Jankowski, 1993:78).

Vale lembrar que métodos quantitativos e qualitativos não se excluem. Para Lopes (2004), essa é uma falsa dicotomia, talvez originada “a partir da importância que os métodos quantitativos têm na tradição funcionalista norte-americana”, o que teria provocado várias confusões, com uma identificação do quantitativo com as pesquisas descritivas e do qualitativo com os interpretativos. A autora lembra que a primeira confusão é a do “limite preciso” entre pesquisa quantitativa e qualitativa:

Apesar da lógica da medição que rege a primeira, não se pode esquecer que operações quantitativas se apóiam em dados qualitativos originalmente coletados e em seguida transformados. Em segundo lugar, pode haver a combinação de métodos quantitativos e qualitativos numa única pesquisa, dependendo da estratégia metodológica que se adote. Por exemplo, pode-se chegar a uma amostra qualitativa através de uma quantitativa; quantificar perguntas abertas etc. Enfim, o uso do número não é exclusivo da pesquisa quantitativa e o recurso numérico ou estatístico não é incompatível com a análise qualitativa. Em terceiro lugar, a maioria dos estudiosos reconhece atualmente a complementaridade entre a quantificação e a qualificação dos dados, apontando como erro a opção metodológica a priori entre fazer uma pesquisa qualitativa ou quantitativa. Antes, há necessidade de refletir sobre a escolha e a aplicação de um ou de outro método de análise a determinado problema, o que implica em reconhecer metodologicamente as vantagens e desvantagens de um método sobre outro em função do objeto de estudo ou até de um aspecto dele. (LOPES, 2004:34)

Jensen e Jankowski (1993) afirmam que a triangulação metodológica não exime os investigadores qualitativos do trabalho interpretativo. Para os autores,

Quando los descubrimientos originados a partir de diferentes métodos están en pugna o no consiguen confirmarse unos a otros (de la misma forma que se dan apoyo unos a otros), ello marca no el fin del estudio sino el principio de una fase de análisis teórico que examina la naturaleza de los acuerdos y desacuerdos. Repitámoslo: se necesita más trabajo teórico, aunque también empírico, para especificar el valor explicativo de los diferentes métodos de recopilación de datos. Y esto puede convertirse en una prioridad de la investigación cualitativa, junto con el desarrollo de procedimientos analíticos sistemáticos. (JENSEN E JANKOWSKI, 1993:79)

Enfim, a triangulação entre a pesquisa quantitativa, qualitativa e a análise do discurso nos ajuda a estabelecer ligações entre descobertas obtidas por diferentes fontes, ilustrá-las e torná-las mais compreensíveis. Desse modo, estaremos organizando uma “estratégia multimetodológica” que corresponda à “complexidade do objeto da Comunicação”, como afirma Lopes (2004:31).

2.2 – O questionário quantitativo

O questionário teve duas versões. A primeira para os jornalistas que responderam o pré-teste, em agosto de 2009; a segunda, mais completa, para os associados do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, aplicado em dezembro do mesmo ano. As questões foram tanto comuns quanto específicas. O questionário do pré-teste possui 39 questões, e o questionário do Sindicato dos Jornalistas possui 64 questões.

Como dados secundários, estamos utilizando também o questionário aplicado aos comunicadores da Editora Abril em 2007.

O questionário quantitativo foi elaborado com 64 questões fechadas de múltipla escolha, organizadas em três etapas temáticas, obedecendo a uma ordem lógica: dados pessoais, dados profissionais e meios de comunicação. A primeira etapa contém a identificação (nome, idade, endereço, empresa onde trabalha) e traz perguntas sobre o perfil pessoal (estado civil, nível de escolaridade e formação). A segunda parte é a mais ampla do questionário, e aborda questões relacionadas ao trabalho, benefícios, salário, precarização, mudanças na profissão e suas consequências. A terceira e última parte trata dos hábitos de consumo cultural. As questões tratam da visão dos jornalistas quanto à

importância da informação, além da sua relação com o Sindicato dos Jornalistas. Também há questões sobre acesso a informações e atividades nas horas vagas.

2.2.1 - Banco de dados eletrônico

O sistema de tabulação, especialmente desenvolvido para o projeto, tanto forneceu relatórios estatísticos, como permitiu a construção de um banco de dados eletrônico. Na primeira fase o programa foi abastecido com as respostas do questionário, cujo preenchimento foi feito diretamente via internet. Na segunda etapa, no software SPSS, foi feita uma compilação ou totalização dos dados. A terceira etapa foi constituída pela exportação para o programa Excel ou Word, que produz os gráficos finais.

2.3 – Roteiro de questões abertas

O roteiro de perguntas abertas⁴⁴ para a fase qualitativa da pesquisa foi aplicado por meio de entrevistas e está dividido em sete temas: a) histórico, na qual o entrevistado é perguntando sobre a trajetória pessoal e profissional, características e proximidade com o jornalismo; b) o jornalista, com questões sobre a opinião do entrevistado sobre os jornalistas de ontem, de hoje e do futuro; c) o jornalista e a tecnologia, sobre a visão do entrevistado perante a introdução de novas tecnologias no seu trabalho e também com a descrição de sua rotina; d) o jornalista e as novas relações de trabalho; aqui o entrevistado é instigado a falar de suas relações e obrigações com a empresa na qual trabalha ou presta serviço, além do seu vínculo com o Sindicato dos Jornalistas; e) a formação do jornalista; aqui o entrevistado emite a sua opinião sobre a graduação que fez e se é favorável ou não à obrigatoriedade do diploma de jornalismo; f) lazer e família, sobre o que o entrevistado faz nos momentos de descanso e o tempo que dedica aos familiares; g) a profissão e o futuro, em que o entrevistado diz o que espera da profissão, de sua carreira e também sobre a sua própria aposentadoria.

---

⁴⁴ Ver roteiro de perguntas abertas no anexo 1.

2.3.1 - Entrevista como técnica

A entrevista foi a técnica escolhida não apenas por fazer parte do cotidiano de pesquisadores e jornalistas, mas por objetivar o inter-relacionamento humano e a troca de informações através de um contato face a face, numa situação de comunicação direta. Fávero e Andrade classificam a entrevista como uma técnica de interação social:

Por meio dela, busca-se uma interpenetração informativa que visa a quebrar isolamentos sociais, grupais, individuais; pode ainda servir à pluralização de vozes e à distribuição democrática da informação. Em seus diversos usos das Ciências Humanas, constitui sempre um meio cujo objetivo fundamental é o inter-relacionamento humano. (FÁVERO e ANDRADE, 1998 in PRETI, 2006:155)

As autoras colocam a entrevista, como gênero jornalístico, “uma técnica eficiente na obtenção de respostas pré-pautadas por um questionário” (idem, 2006). Mas ressaltam que as relações entre entrevistador e entrevistado não atingem o diálogo em sua plenitude, dificultando a interação. Entretanto, quando ambos conseguem transmitir autenticidade e emoção nas perguntas e respostas, conseguem atingir e até interagir com a audiência (leitor ou telespectador).

Cria-se um jogo de duplo de comunicação e interação entre entrevistador e entrevistado, visto que há sempre a possibilidade de inversão e reciprocidade da relação eu-tu: o entrevistado pode, a qualquer momento, tomar o turno e mudar o tópico discursivo em desenvolvimento, alterando, assim, a direção da entrevista. Entretanto, as relações estabelecidas entre entrevistador / entrevistado e a audiência não são passíveis de inversão: o público é construído a partir de traços genéricos, sendo uma espécie de extensão dos papéis do ouvinte, na conversação natural. Tais traços permitem elaborar um horizonte de expectativas que condicionam o evento (FÁVERO e ANDRADE, 1998 in PRETI, 2006:155)

Durante uma entrevista, os papéis de interação são duplos: entrevistador e entrevistado ora são cúmplices, porque procuram informar e convencer o público; ora são oponentes, porque procuram conquistar esse mesmo público. Nesse caso, o foco da análise estará apenas nas respostas do entrevistado.

As entrevistas foram feitas com a utilização de um gravador de fita cassete e de um gravador digital, com o aporte de um roteiro pré-estabelecido. A transcrição das fitas foi feita manualmente pela pesquisadora, com o auxílio do software *Digital Voice Editor* 3.

3-- Recorte do objeto empírico

3.1 – Grupo 1 – jornalistas que responderam o questionário pré-teste

O questionário foi aplicado a um grupo de 30 jornalistas que se ofereceram espontaneamente para participar da pesquisa.

A ideia inicial era selecionar um grupo aleatório para o recorte quantitativo. Para tanto, solicitamos a ajuda do jornalista Walmir de Medeiros Lima⁴⁵, que enviou, para todos os contatos de sua rede social⁴⁶, o seguinte e-mail:

Colegas,

Uma amiga jornalista está concluindo seu trabalho de mestrado e precisa entrevistar jornalistas com o seguinte perfil:

Homens e mulheres com menos de 40 anos

Que estejam trabalhando como freelas fixos, PJ ou em casa

As entrevistas são com um roteiro pré-estabelecido e o assunto gira em torno das mudanças no mundo do trabalho nos últimos anos. Será que alguém pode ajudar?

Para quem puder, o e-mail da Cláudia é Claudia.nonato@uol.com.br

Abraços a todos

Walmir

O perfil solicitado foi baseado nas hipóteses da pesquisadora, de que os jornalistas que estavam atuando no mercado de trabalho são jovens, a maioria do sexo feminino, e que estão atuando fora das redações, em condições precarizadas de trabalho. Tais

---

⁴⁵ Formado pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP). Trabalhou em diversos veículos (jornais, revistas e rádio) e migrou para a área de Comunicação Empresarial, na qual se especializou, atuando como Assessor de Imprensa e Comunicação em agências e em empresas de diferentes segmentos e portes. Atualmente, faz palestras sobre Comunicação Organizacional para executivos e ministra cursos no Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo (SJSP).

⁴⁶ Alunos e ex-alunos dos cursos ministrados no SJSP e na Umesp.

constatações foram retiradas de pesquisa bibliográfica, fontes oficiais, publicações da mídia especializadas e pesquisas acadêmicas.

Os e-mails foram enviados a aproximadamente 700 profissionais, e o retorno foi de 30 jornalistas - que se encaixavam no perfil solicitado. Como o número foi considerado alto para fazer entrevistas qualitativas, optou-se por aplicar um questionário quantitativo⁴⁷, que foi prontamente respondido integralmente por 26 jornalistas.

Como a adesão e o retorno para a pesquisa foram expressivos, adotamos o critério de incorporar os dados desse perfil de amostra.

O questionário foi elaborado no programa Excel 2007 e enviado por e-mail aos jornalistas com a seguinte mensagem:

Prezados colegas,
Conforme combinado, estou enviando anexo o questionário para a minha pesquisa. Peço que respondam e o enviem de volta (para esse mesmo e-mail) no máximo até a semana que vem (08/08/2009). Após a tabulação e análise dos dados, entrarei em contato com algumas pessoas para marcar uma entrevista pessoal.
O questionário está em Excel e, caso alguém não consiga abri-lo, por favor, entre em contato. Os dados são sigilosos.

Agradeço imensamente a colaboração, atenção e gentileza de vocês.
Um abraço, Cláudia Nonato.

---

⁴⁷ O questionário está no Anexo I

3.1.2 – Amostra de jornalistas do Grupo 1 que responderam o questionário pré-teste

Quadro 4 –Sexo, idade e funções de jornalistas que responderam o pré-teste

Sexo	Idade	Vínculo
F	23	Freelancer
F	36	Freelancer / Home Office
M	23	Freelancer
F	26	PJ
F	39	PJ/Home Office
F	28	Freelancer
F	29	CLT/Home Office
F	24	Freelancer fixo /PJ
F	33	Freelancer
F	29	Freelancer/PJ
F	30	Freelancer/HO
F	26	PJ
M	28	CLT
M	33	Home Office
F	39	Freelancer fixo
F	26	Freelancer
F	26	Freelancer fixo /Home Office
F	28	Assessoria de imprensa - PJ
F	34	Freelancer
F	36	Freelancer
F	29	PJ
M	28	PJ/Empresa própria
F		PJ
F	28	CLT
F	29	Freelancer
F	30	Home Office

3.2 – Grupo 2 – Associados do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo

O Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo (SJSP) existe desde 15 de abril de 1937 e tem participado de lutas importantes da categoria e da sociedade brasileira. Com aproximadamente 4.900 associados⁴⁸, é o maior sindicato da categoria no País. É filiado à Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ) e à Central Única dos Trabalhadores (CUT). Tem sede à Rua Rego Freitas, 530, sobreloja, Vila Buarque, São Paulo e nove regionais: Bauru, Campinas, Oeste Paulista, Piracicaba, Ribeirão Preto, Santos, São José do Rio Preto, Sorocaba e Vale do Paraíba/Litoral Norte/Mantiqueira. Trabalham no Sindicato, entre funcionários contratados e prestadores de serviços, 40 pessoas.

A diretoria, eleita a cada três anos, é constituída por uma Executiva, Conselho de Diretores, Diretoria Plena, Conselho Fiscal, diretores Regionais e de Base e Comissão de Registro e Fiscalização do Exercício Profissional, somando 90 jornalistas. O atual presidente executivo (2009 a 2012) é José Augusto de Camargo.

O Sindicato atua, basicamente, nas seguintes frentes:

- Defesa dos jornalistas;
- Defesa da melhoria da profissão;
- Melhoria das condições de vida e de saúde dos jornalistas e
- Nas lutas em defesa da democracia e da cidadania.

Na defesa dos jornalistas empregados, o Sindicato mobiliza anualmente a categoria em São Paulo para a Campanha Salarial. A data-base é 1º de junho (jornais e revistas da Capital; jornais e revistas do Interior e Litoral; e assessoria de imprensa/comunicação) e 1º de dezembro (rádio e TV,) e as negociações têm ocorrido com os quatro sindicatos patronais que representam as empresas destes segmentos.

Para os jornalistas *free lancers*, o Sindicato também é um ponto de aglutinação e de defesa. A entidade é a principal responsável pela edição e atualização anual da Tabela de Preços de Referência para o Licenciamento de Obra Jornalística e a Prestação de Serviços em Assessoria de Imprensa/Comunicação que, desde 2002, é elaborada em conjunto com a Associação dos Cartunistas do Brasil (ACB), a Associação Brasileira de Propriedade Intelectual dos Jornalistas (Apijor) e a Associação dos Repórteres

---

⁴⁸ Dados de dezembro de 2009

Fotográficos e Cinematográficos de São Paulo (Arfoc/SP), aprovada em assembléia dos jornalistas.

Para os profissionais que se encontram desempregados, o Sindicato oferece Bolsa de Empregos e cursos de qualificação oferecidos pelo Departamento de Formação Profissional. O Sindicato tem sido, cada vez mais, uma instituição capaz de defender a regulamentação da profissão e de fiscalizar o exercício profissional, conduzindo em São Paulo, no campo jurídico e da mobilização da categoria e dos estudantes de jornalismo, a Campanha Nacional em Defesa da Formação Específica em Jornalismo (Sou jornalista por formação), coordenada nacionalmente pela FENAJ. Também atua nas escolas de jornalismo, por meio da Comissão Estadual de Qualidade de Ensino e do Programa de Estágio Acadêmico.

Por ser a principal entidade de base dos jornalistas brasileiros - em número de filiados e em força de atuação - o Sindicato dos Jornalistas de São Paulo tem um papel relevante na estruturação da categoria nacionalmente (na FENAJ) e em outras áreas de atuação, como na constituição da Apijor, que responde pela defesa dos direitos autorais dos jornalistas no País e que foi formada por iniciativa da entidade paulista.

Quanto à atuação política e de representação da categoria, na sociedade civil e diante do poder público, o Sindicato participa de vários movimentos em defesa da vida e da democracia. É assim no Comitê Paulista pela Democratização da Comunicação, na Comissão Municipal de Direitos Humanos (SP), na participação em inúmeros movimentos, campanhas e outras atividades sociais. O Sindicato é um canal e um instrumento importante para a participação dos jornalistas nas lutas da sociedade, por um Brasil com justiça social e plenamente democrático.

3.2.1 – Breve histórico do Sindicato

O Sindicato dos jornalistas profissionais de São Paulo foi criado com a proposta de organizar a categoria e moralizar o exercício do jornalismo. Naquele momento, dava-se um passo importante para que a profissão fosse regulamentada e para que os jornalistas tivessem garantias mínimas para trabalhar com dignidade. O cenário era de repressão às liberdades de expressão e de transformações políticas.

Na época começava o Estado Novo, antecedendo a II Guerra Mundial, e a mão forte do Estado se fez presente na criação do Departamento de Imprensa e Propaganda

(DIP), responsável pela censura e pela emissão de material de propaganda do governo, além de verbas para os jornais e rádio favoráveis à ditadura vanguardista. As únicas agremiações da imprensa existentes eram a Associação Paulista de Imprensa (API), a Associação Brasileira de Imprensa (ABI) e a Associação dos Cronistas Esportivos do Estado de São Paulo (ACEESP).

Na mesma década foram formados os sindicatos patronais de jornais, revistas e de rádio da Capital. A profissão começou a tomar corpo com o decreto-lei 910/38, que determinou a jornada de cinco horas, o registro profissional, as férias remuneradas e a formação de escolas de jornalismo. Em 1938, foi criado um programa sindical na rádio Educadora Paulista, chamado “A hora do jornalista”. Em 1942 o Sindicato realizou o primeiro Congresso de Jornalistas de São Paulo, Santos e Campinas, tornando-se estadual e, dois anos mais tarde, foram criadas as “delegacias regionais” em Bauru, Marília e Taubaté.

O *Jornal da Manhã* foi o primeiro jornal a publicar informações sobre o Sindicato, numa página sindical. Mas logo começou a circular o *Boletim do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo*. Em 1947 foi criado o primeiro curso de jornalismo, da Fundação Cásper Líbero, oferecido em associação com o curso de Filosofia da PUC-SP.

A primeira versão do jornal *Unidade* foi criada em 1955, sob a responsabilidade do jornalista Luiz de Araújo Faria. A década seguinte foi marcada pela exigência da formação de jornalista em nível superior e por uma histórica greve geral da categoria, em 1961. O decreto 1.177/62 determinou a obrigatoriedade do diploma para a concessão do registro profissional e a regulamentação do estágio, mas a profissão ainda não estava regulamentada. Em 1964, os militares tomaram o poder, e o Sindicato se opôs ao projeto de Lei de Imprensa, que estava em tramitação no Congresso em 1966.

Em 1968, o governo ditatorial criou o Conselho Nacional de Censura e, mais tarde, baixou o Ato Institucional nº 5, que cassou direitos políticos e aumentou a repressão. Nesse ano o Sindicato conseguiu sua sede própria e ampliou a representação para Guaratinguetá e Santo André. A censura prévia estava estabelecida na imprensa e os Congressos de Jornalistas pediam a liberdade de expressão, o Estado de Direito e saíram em defesa dos colegas processados por delitos de opinião. Nessa época, atendendo a uma reivindicação dos Sindicatos, a exigência do diploma foi consolidada com o decreto-lei 972/69, estabelecendo novos parâmetros para a profissão. A Lei 5.988/73 reconheceu os direitos de autoria dos jornalistas, obrigando as empresas a darem crédito às fotos e ilustrações publicadas.

A década de 1970 foi marcada por perseguições a jornalistas, que eram presos e torturados pela polícia política. Um dos casos mais dramáticos foi o do jornalista Vladimir Herzog, assassinado em outubro de 1975 nas dependências do Doi-Codi, a polícia política ligada ao II Exército de São Paulo. Este episódio levou os jornalistas de São Paulo, junto com o Sindicato, estudantes, trabalhadores e entidades da sociedade civil a se unirem e lutar contra a ditadura.

Em meio a essa luta, marcada pela transição da ditadura para a democracia, continuava a briga pelo fim da censura e por melhores condições salariais. A censura prévia foi derrubada e as greves dos metalúrgicos na região do ABC, a partir de 1978, trouxeram à tona a resistência à política econômica do regime militar. Nesse mesmo ano foi criado o Prêmio Jornalístico Vladimir Herzog de Anistia e Direitos Humanos, para estimular jornalistas a produzirem reportagens sobre o tema e, ao mesmo tempo, protegê-los dos militares. Um ano depois os jornalistas de São Paulo organizaram outra greve geral, e as empresas começaram uma campanha contra a regulamentação da profissão.

No Congresso de Jornalistas, realizado em 1982, foi aprovada a realização da primeira eleição com voto direto para a direção da Federação Nacional de Jornalistas, a FENAJ. Nesse encontro também foram discutidos a defesa de uma Assembléia Nacional Constituinte e o reconhecimento dos jornalistas que trabalhavam como freelancers, assessores de imprensa e servidores públicos como parte da categoria, possibilitando assim a sua filiação ao Sindicato. Em 1983, o Sindicato se filiou à Central Única dos Trabalhadores, a recém criada CUT. Em 1986, o SJSP e a FENAJ passam a buscar adesão para a emenda popular à Constituição em defesa da democratização da comunicação no país.

A nova Constituição Federal, de 1988, trouxe avanços importantes para a democracia, mas a proposta do Sindicato e da FENAJ, de criar um Conselho Nacional de Comunicação Social, com poderes para rever concessões de rádio e TV, foi substituída pela criação de uma entidade sem poder algum, o Conselho de Comunicação Social, implantado 12 anos depois. O início da década de 1990 ficou marcado com um novo quadro profissional: a informatização das redações trouxe novos desafios à regulamentação e ao mercado de trabalho.

A partir daí surgiram novos campos de especialização, como meio ambiente, assessoria de comunicação e comunicação interna, entre outros. Houve um crescimento de cursos de jornalismo em todo o país e, em 1994, buscou-se unificar o piso salarial de

jornalistas em todo o Estado. O Sindicato conseguiu também equiparar o piso salarial pago nos jornais e revistas do interior.

Com a chegada da Internet no Brasil, as empresas jornalísticas passaram a ampliar seus negócios e a reduzir as redações. Os postos de trabalho são trocados por relações informais, com a proliferação de freelancers e de jornalistas “pessoas jurídicas”. Desde 1990 até hoje, o Sindicato dos jornalistas e a FENAJ lutam pela criação do Conselho Federal de Jornalismo, projeto rejeitado pela Câmara dos Deputados em 2003 e que está no Supremo Tribunal Federal. As duas entidades também reivindicam a criação de Conselhos de Comunicação nas esferas federal, estaduais e municipais, da criação de um código de ética do Jornalismo brasileiro e de uma nova Lei de Imprensa.

Atualmente, o Sindicato e a FENAJ lutam pela retomada da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão de jornalista.

3.2.2 - A amostra de associados do Grupo 2 que responderam o questionário quantitativo

O questionário foi aplicado em dezembro de 2009. Na época, nos foi disponibilizada uma relação com 4.876 associados. Desse total, optamos pela exclusão dos aposentados; também verificamos que aproximadamente 40% dos associados que estavam no cadastro estava sem e-mails, o que demonstra que há tempos o SJSP não faz uma atualização do seu banco de dados. Além disso, alguns e-mails estavam errados e/ou desatualizados, o que pode ter prejudicado o acesso aos jornalistas e também o retorno da pesquisa.

Após a utilização desses critérios, chegamos a 2.954 associados com e-mail, que receberam o convite *online* para participar da pesquisa em dois períodos, de 30 de novembro a 14 de dezembro de 2009, e de 15 a 21 de dezembro de 2009. O retorno foi de 13%, ou seja, 340 jornalistas responderam à pesquisa.

Os jornalistas que responderam o questionário exerciam, de acordo com as suas respostas, as seguintes funções:

Quadro 5 – Funções dos associados que responderam à pesquisa

Funções	Quantidade
Assessor/Assessor de Comunicação/Assessor de Imprensa	61
Editor/Subeditor/Editor-chefe	48
Repórter	34
Freelancer	29
Outros	27
Diretor	24
Jornalista	20
Empresário	17
Não respondeu	14
Coordenador	14
Fotógrafo	12
Professor	11
Redator	9
Chefe/Gerente	8
Repórter Cinematográfico	7
Secretário	5
Total	340

Todos os 2954 associados receberam, via e-mail, um convite em nome do Boletim Eletrônico Especial do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, para participarem da pesquisa. Na mensagem constava o seguinte texto:

Olá, ([nome do associado](#))

Convidamos você a participar da pesquisa do grupo Comunicação e Trabalho da Escola de Comunicações e Artes da USP, em parceria com o Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo. É uma pesquisa acadêmica, sem fins lucrativos e que poderá ajudar-nos a melhor compreender o mundo do trabalho dos Jornalistas. Será requisitada uma senha individual para entrar. Sua senha é: XXXX

Para participar clique [aqui](#).

Ao clicar no ícone indicado, o entrevistado tinha acesso a uma senha e com ela podia chegar ao questionário (anexo) e respondê-lo, inclusive por etapas se assim o desejasse.

BEM VINDO!

(Nome)

Por questões de segurança e qualidade desta pesquisa, digite a senha que foi enviada para seu e-mail, no campo abaixo.

senha:

enviar

O banco de dados ficou aberto para receber as respostas durante 15 dias na primeira etapa e mais uma semana na segunda etapa. Foram enviados cinco e-mails de reforço, convidando à participação.

Ao concluir as respostas, o entrevistado dava um clique no ícone enviar as respostas, e automaticamente o banco de dados era alimentado com as respostas enviadas. Ao final, o respondente recebia a seguinte mensagem:

Gratos por sua participação!

Você acaba de contribuir com a fase quantitativa da pesquisa As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista. Os resultados serão enviados ao Sindicato e divulgados assim que todas as fases forem concluídas. Mais informações no site do grupo Comunicação e Trabalho. (<http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho>)

A partir daí, obtivemos, do total de 2.954 convites enviados, 386 respostas. Destas, 46 jornalistas responderam apenas até a primeira fase do questionário e foram descartados. Os 340 restantes participaram espontaneamente da pesquisa e responderam integralmente a todas as fases do questionário enviado. Portanto, 13% dos convidados atenderam ao convite de participar da pesquisa.

É importante destacar que a diretoria do Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo nos deu total apoio e abertura para aplicar a pesquisa quantitativa, denominada *As Mudanças no Mundo do Trabalho do Jornalista*. Essa amostra não nos permitirá conhecer afirmações peremptórias sobre o perfil dos jornalistas do Estado de São Paulo, mas nos permitirá fazer generalizações, visto que este é um grupo representativo dos profissionais sindicalizados do Estado de São Paulo.

O período de aplicação e recebimento do questionário foi entre 31 de julho e 09 de agosto de 2009, e foram enviados mais dois lembretes nesse período. A tabulação e os gráficos também foram feitos no programa Excel.

3.3 – Grupo 3 - jornalistas da Empresa Editorial

Para compor o recorte, utilizaremos também dados secundários, da pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho na comunicação*, feita pelo grupo Comunicação e Trabalho, da ECA-USP, da qual faço parte, entre 2006 e 2008. A escolha se justifica pelo fato da pesquisa ter sido feita a partir da amostra de comunicadores contratados pelo regime de CLT, grupo que nos ajudar a compor o universo da pesquisa.

Segundo o relatório final da pesquisa, a Editora Abril foi fundada em 1950 pelo jornalista e empresário Victor Civita. Revistas, livros, CD-ROMs, televisão, internet e database marketing estão entre os principais produtos e serviços oferecidos para os mais variados segmentos e faixas de público.

A Editora iniciou suas atividades no centro de São Paulo, com a publicação da revista infantil *Pato Donald*. Na época, a empresa contava com pouco mais de dez funcionários.

A partir do investimento em treinamento e tecnologia, no final da década de 1950, a empresa começa a passar uma grande transformação. A publicação de obras em fascículos, a ampliação das revistas Disney e o lançamento de diversas revistas deram

novo fôlego para a empresa. Entre as décadas de 1960 e 1970, a Editora investiu na indústria automobilística, no futebol e no sexo para lançar as revistas temáticas *Quatro Rodas*, *Placar* e *Playboy*. A revista semanal *Veja*, lançada em 1968 e criada por Victor Civita e Mino Carta, é até hoje a revista de maior circulação no país. Nos anos 1980 a empresa investiu no público adolescente e reformulou as publicações voltadas para o público feminino, como *Claudia*, lançada em 1961, e criou outros títulos, como *Nova*, *Elle* e *Estilo*, que deixaram de tratar a mulher como dona de casa para ser vista a partir das mudanças na sua inserção no mercado de trabalho.

Para continuar na liderança do setor de comunicações, a Abril diversificou sua atuação, investindo também em outras mídias. Inaugurou os canais *TVA* e *MTV*, esta última com programação musical dirigida ao jovem. Na *internet*, a primeira iniciativa do grupo foi o *Brasil OnLine*, lançado em 1996. Hoje a Abril possui mais de 50 *sites*.

Nova mudança organizacional ocorreu em julho de 2004, com a entrada da Capital International, Inc. como sócia da empresa, negócio que foi desfeito em maio de 2006, quando a Abril assinou outro contrato de venda de parte de seu negócio ao grupo de mídia Sul-Africano Naspers, que passou a deter 30% do capital da editora. A família Civita permanece no controle do Grupo e do seu conteúdo editorial. O Naspers passa a ter assento no conselho de administração, mas não exerce influência na gestão do negócio.

Hoje o Grupo Abril tem cerca de 6.500 empregados; é formado pelas editoras Ática e Scipione, que publicam 56 milhões de livros por ano, principalmente os didáticos, com grandes tiragens destinadas à venda ao governo federal para o ensino público; pela Editora Caras, pela Distribuidora Nacional de Publicações (DINAP) e pelas emissoras de televisão MTV e TVA. A Editora Abril publica cerca de 340 títulos que atingem aproximadamente 26 milhões de leitores. A gráfica imprime 350 milhões de exemplares por ano. O faturamento médio do grupo é de 1,5 bilhões de reais por ano, dominando 60% do mercado editorial brasileiro.

A pesquisa tratou apenas de uma parte do Grupo Abril, ou seja, da Editora Abril, não estão na pesquisa as editoras Ática, Scipione e Caras; nem a DINAP e as emissoras MTV e TVA.

Na época da pesquisa, a Editora Abril possuía 3.988 funcionários, distribuídos entre os setores de jornalismo (663), administrativo (1879), gráfico (1135), radialismo (6), publicitário (174) e outros (131). Desse total foram recortados apenas os funcionários e áreas de perfil profissional voltados à produção editorial. Para a nossa pesquisa atual, recortamos aqueles em cuja resposta se declararam jornalistas e/ou que exerciam

atividades afins. Ou seja, do total de 142 respondentes da pesquisa anterior, trabalhamos com 82 profissionais do jornalismo da Editora Abril. Ou seja, 11% dos jornalistas da empresa.

Para efeito de comparação, optamos por utilizar nesse novo recorte apenas as questões que coincidam com o questionário utilizado para a pesquisa com o Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo. Diferentemente dos procedimentos adotados para essa pesquisa, os funcionários da Editora Abril receberam uma mensagem eletrônica da empresa, esclarecendo sobre a pesquisa. Ao final da mensagem, o funcionário tinha o link do site do Grupo Comunicação e Trabalho, por meio do qual ele abria a página do questionário. Ao concluir as respostas, o respondente as enviava por meio do link *Enviar*, remetendo-as ao banco de dados da pesquisa

3.3.1 – Amostra de jornalistas do Grupo 3 que responderam o questionário quantitativo

O questionário foi aplicado aos comunicadores da Editora Abril em 2007 como parte da pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de Comunicação*⁴⁹. Na época foi disponibilizada pela empresa uma relação com 738 funcionários-comunicadores, das quais 142 responderam à pesquisa, ou seja, 19,2% da amostra. A tabulação foi feita no programa SPSS e os gráficos no programa Excel, o que nos possibilitou retirar, desse total, os jornalistas, que totalizaram 82 profissionais, ou seja, 11% dos comunicadores da Editora Abril. Essa amostra nos permitirá ter conhecimento sobre o grupo pesquisado e fazer generalizações sobre o perfil do grupo estudado.

---

⁴⁹ Realizada pelo grupo Comunicação e Trabalho, da ECA-USP, com apoio da FAPESP.

Quadro 6 – Funções dos jornalistas da Editora Abril que responderam a pesquisa:

Função
Colunista
Coordenador
Coordenadora de serviços editoriais
Diretor de Redação
Diretora da TV Ideal
Editor
Estagiário de revista
Fotógrafo
Gerente
Gerente de publicações
Jornalista
Produtor
Publisher
Redator-chefe

4 – A Amostra Qualitativa

Foram realizadas oito entrevistas⁵⁰ com jornalistas selecionados dentro de um perfil pré-estabelecido: até 40 anos, de ambos os sexos, trabalhando no jornalismo impresso, nos chamados setores extra-redação e internet, sendo 50% do total sindicalizados.

Metade dos entrevistados foi selecionada a partir do pré-teste, entre aqueles que se ofereceram para participar da pesquisa e responderam o questionário. Os quatro restantes foram selecionados aleatoriamente entre os respondentes do questionário, sendo sorteados com o auxílio do programa de números aleatórios do Excel.

Todos os entrevistados são jovens, trabalham em casa ou na empresa, como contratados ou com registro em carteira. Alguns ocupam postos de chefia e, apesar da pouca idade, já possuem experiências em outras empresas e conhecem o mercado em que atuam.

As entrevistas foram feitas em casa, no local de trabalho e em locais alternativos, como cafés e padarias. Também foram gravadas em áudio e transcritas literalmente. Não se utilizou método de transcrição sociolinguístico. O roteiro de perguntas abertas tem por objetivo o relato da experiência profissional do indivíduo, além de conhecer seus pontos de vista sobre o próprio mundo do trabalho

Estamos utilizando também, como contraponto, entrevistas feitas com profissionais mais experientes para a pesquisa *Comunicação e Trabalho*, nos anos de 2006 e 2007.

4.1 – Relação de entrevistados do roteiro com perguntas abertas

Quadro 7 – Jornalistas do grupo 1 (pré-teste) e 2 (Sindicato)

Nome	Idade	Trabalha em/Relação	Sindicalizado?	Local da entrevista	Data
Rodrigo	28	Assessoria de Imprensa (CLT)	Não	Trabalho	10/09/2009
Luís	33	Em casa, home office (PJ)	Sim	Em casa	10/09/2009

⁵⁰ As entrevistas na íntegra estão no Anexo II (CD)

Fernanda	26	Assessoria de Comunicação (PJ)	Não	Próximo ao trabalho	11/09/2009
Cristiane	29	Em casa, home Office (PJ)	Não	Em casa	11/09/2009
Débora	24	Agência de Comunicação	Sim	Próximo ao trabalho	02/02/2010
Alberto	22	Folha de S. Paulo (CLT)	Não	Café	03/12/2010
Ana	37	Em casa (autônoma)	Sim	Café	03/02/2010
Jair	29	Estadão Online (CLT)	Sim	Em casa	12/02/2010

Quadro 8 - Jornalistas entrevistados para pesquisa *Comunicação e Trabalho*

Nome	Empresa	Cargo	Local da Entrevista
Laurentino Gomes	Empresa Editorial	Diretor Superintendente da Unidade de Negócios	Empresa
Eurípedes Alcântara	Empresa Editorial	Diretor de Redação de VEJA e Diretor Editorial de VEJA RJ e SP	Empresa

4.2 – Amostra total do objeto empírico

Temos então três amostras que compõem diferentes recortes de profissionais: o grupo 1, feito com jovens do pré-teste; o grupo 2, com associados do Sindicato dos Jornalistas e o grupo 3, com profissionais de uma empresa de comunicação com vínculo celetista, como no quadro abaixo:

Quadro 9 - Amostra total do objeto empírico:

Empresas da Pesquisa	Fase Quantitativa		Fase Qualitativa
	Amostra	Consolidada	Entrevistados
Sindicato dos Jornalistas do Estado de SP	2954	340 – 13%	4
Pré teste com jornalistas	30(*)	26 – 86%	4
Empresa Editorial	738 (**)	82 – 11%	2
Total	3722	448 – 12%	10

(*) 30 jornalistas que se ofereceram para participar da pesquisa.

(**) 738 comunicadores que responderam à pesquisa, das quais 82 são jornalistas.

Vale ressaltar que todos são jornalistas; o diferencial está na diversidade de vínculos empregatícios e faixa etária, pontos necessários para retratarmos o mundo do trabalho dos jornalistas hoje.

No próximo capítulo, traduzem-se os dados quantitativos recolhidos pelo questionário de questões fechadas de múltipla escolha em gráficos seguidos de análise empresa a empresa.

CAPÍTULO IV

O PERFIL DOS JORNALISTAS DO ESTADO DE SÃO PAULO: ANÁLISE DOS DADOS QUANTITATIVOS

Este capítulo tem o objetivo de apresentar e discutir os resultados da fase quantitativa da pesquisa desenvolvida com três grupos de profissionais extraídos de amostras que compõem recortes diferentes: do pré-teste, do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo e da Editora Abril. O perfil que pretendemos traçar ajudará a compreendermos as condições no mundo do trabalho que conformam os diretamente envolvidos com a produção dos produtos culturais. Esse perfil, aliado a outros dados da pesquisa, nos ajudará a conhecer o perfil sócio-econômico-cultural, além de problematizar as dificuldades e desafios cotidianos do processo de produção dos jornalistas.

1 – Diário de bordo: aplicação do questionário e pesquisa de campo

Foram aplicados questionários quantitativos a três grupos distintos. O grupo 1, denominado de *pré-teste*, é formado por um grupo de 26 jornalistas que receberam um questionário feito em programa Excel 2007⁵¹. Todos estavam dentro de um perfil pré-determinado solicitado pela pesquisadora (homens e mulheres, com menos de 40 anos, que estejam trabalhando nos setores “extra-redação”) e se apresentaram (via e-mail) espontaneamente para responder o questionário. Este primeiro questionário continha 34 questões, divididas em dados pessoais, profissionais e meios de comunicação (hábitos de consumo cultural). Os convites com o questionário foram enviados em agosto de 2009 e os voluntários tiveram quinze dias para respondê-lo. Os dados foram tabulados e analisados manualmente pela própria pesquisadora.

O grupo 2, de associados do Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo responderam à um formulário eletrônico (questionário) intitulado *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*, proposto pelo *Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho*, do qual a pesquisadora participa, em parceria com a entidade.

---

⁵¹ Ver questionário completo no anexo 1.

O questionário quantitativo aplicado aos associados foi elaborado com 64 questões fechadas de múltipla escolha, organizadas em três etapas temáticas, obedecendo a uma ordem lógica: dados pessoais, dados profissionais e meios de comunicação. A primeira etapa contém a identificação (nome, idade, endereço, empresa onde trabalha) e traz perguntas sobre o perfil pessoal (estado civil, nível de escolaridade e formação). A segunda parte é a mais ampla do questionário, e aborda questões relacionadas ao trabalho, benefícios, salário, precarização, mudanças na profissão e suas consequências. A terceira e última parte trata dos hábitos de consumo cultural. As questões tratam da visão dos jornalistas quanto à importância da informação, além da sua relação com o Sindicato dos Jornalistas. Também há questões sobre acesso a informações e atividades nas horas vagas.

Foram feitas três reuniões junto à diretoria do Sindicato antes da realização da pesquisa. A primeira aconteceu em 17 de agosto de 2009, quando foi feita a solicitação de pesquisa junto ao presidente da entidade, José Augusto de Camargo, pedido que foi aceito e prontamente divulgado no jornal interno da entidade, o *Unidade*. A segunda reunião aconteceu no dia 22 de setembro de 2009, quando ocorreu uma apresentação formal do grupo pela coordenadora, Roseli Fígaro, e apresentado o questionário para aprovação. O presidente solicitou que acrescentássemos questões relativas à etnia e também sob as relações trabalhistas dos profissionais.

Nesta reunião ficou acertado que utilizaríamos o universo de jornalistas associados ativos que possuíam e-mails. As amostras foram separadas em regiões: Capital, Grande São Paulo e Interior (Santos, Campinas, Bauru, Vale do Paraíba, Sorocaba, Ribeirão Preto, Piracicaba, Presidente Prudente e São José do Rio Preto). A partir desse universo, teríamos como tirar recortes específicos e fazer cruzamentos. Optamos por excluir os aproximadamente 800 aposentados do universo da pesquisa, por não termos como saber se estão trabalhando (mesmo estando aposentados) ou não.

A entidade nos disponibilizou uma relação com 4.876 associados ativos, de onde foram selecionados 2.954 nomes. Alguns problemas foram detectados nessa fase da pesquisa. Aproximadamente 40% dos associados que estavam no cadastro fornecido pelo Sindicato estavam sem e-mail, o que demonstra que há tempos o SJSP não faz uma atualização do seu banco de dados. Além disso, alguns e-mails estavam errados e/ou desatualizados, o que pode ter prejudicado o acesso aos jornalistas e também o retorno da pesquisa.

Foi combinado com a coordenação da entidade que o período de aplicação da pesquisa seria de 03 a 17 de novembro de 2009, e a chamada para participação dos sócios

seria feita nos boletins semanais do sindicato, no site e também a partir de quatro e-mails direcionados a cada um dos sócios, os quais seriam disparados ao longo do período de pesquisa, sendo o primeiro no dia de início da pesquisa; o segundo depois de cinco dias de início da pesquisa; o terceiro depois de dez dias do início da pesquisa; e o quarto no último dia da pesquisa, alertando sobre o encerramento.

Alguns atrasos no processo de informatização do questionário fizeram com que o prazo para o início da pesquisa fosse mudado para 30 de novembro de 2009. Os 2.954 associados receberam o convite *online* para participar da pesquisa em dois períodos, de 30 de novembro a 14 de dezembro de 2009, e de 15 a 21 de dezembro de 2009. O retorno foi de 13%, ou seja, 340 jornalistas responderam à pesquisa.

O grupo 3, formado por jornalistas da Editora Abril, foi extraído de um recorte de funcionários “comunicadores” da empresa, utilizado na Pesquisa *Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*, feita pelo grupo de pesquisa Comunicação e Trabalho, com apoio da FAPESP, entre os anos de 2006 e 2008. Tomamos o total de profissionais que responderam à pesquisa na época, de 142 jornalistas; a partir desse resultado retiramos, com o auxílio do programa SPSS, os profissionais que se declararam jornalistas e/ou que exerciam atividades afins, ou seja, 82 profissionais da empresa.

Para efeito de comparação, optamos por utilizar nesse novo recorte apenas as questões que coincidam com o questionário utilizado para a pesquisa com o Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo. Diferentemente dos procedimentos adotados para essa pesquisa, os funcionários da Editora Abril receberam uma mensagem eletrônica da empresa, esclarecendo sobre a pesquisa.

As respostas das pesquisas dos grupos 2 e 3 foram encaminhadas eletronicamente a um banco de dados, que foram posteriormente cruzados, de acordo com o interesse da pesquisa. A partir dessas respostas foram compostos tabelas e gráficos, questão a questão, para que, depois de analisados, possam ser interpretados à luz do conjunto da pesquisa.

2 – Interpretação dos dados do Grupo 1

2.1 – Perfil sócio-econômico

Os dados principais de identificação que compõem o pré-teste para identificar o perfil sócio-econômico dos jornalistas são sexo, faixa etária, estado civil e nível de escolaridade. A maioria dos que responderam (84%) é de mulheres; 73% são solteiras e a faixa etária de maior concentração (50%) está entre 26 e 30 anos, seguida por 19,3% das faixas entre 31 a 35 anos e 26 a 40 anos (mesmo valor para as duas). Quanto à escolarização, 50% possuem especialização em nível de pós-graduação, sendo que há uma camada de 11,54% que possuem o superior incompleto. A maioria fez universidade particular e, daqueles que estão formados, 30,77% terminaram o curso de um a cinco anos, seguidos por 26,92%, de cinco a dez anos.

Figura 6

Figura 7

Figura 8

Figura 9

Figura 10

Figura 11

2.2 - Perfil profissional

Local (físico) e tempo de trabalho, faixa salarial e sindicalização são os próximos dados para análise.

Dos que responderam à pesquisa, 45,2% trabalham em casa, como freelancer, seguidos de 22,5% que trabalham na empresa, como PJ (Pessoa Jurídica) e 12,9% que trabalham em casa, mas na própria empresa. Este é um reflexão da chamada flexibilização do mercado de trabalho ocorrida a partir dos anos 1980, assim como o tempo médio de trabalho: dez horas por dia para 42,4% e oito horas por dia para 30,7%. Metade dos respondentes (50%) afirmou que está há mais de um ano nesta situação de trabalho e 53,85% afirmaram receber entre dois e cinco mil Reais por mês, seguidos de 30,7% que afirmaram receber entre mil e dois mil Reais. A maioria (69,2%) declarou não ser sindicalizada.

Figura 12

Figura 13

Figura 14

Figura 15

Figura 16

2.3 – Mudanças no mundo do trabalho do jornalista e perspectivas profissionais

Mudanças na profissão, influência de fatores externos e atualização profissional estão neste bloco de análise.

Dos respondentes, 88,46%, consideram que a profissão de jornalista mudou muito nos últimos anos, principalmente a partir da introdução de novas tecnologias (38,7%), seguida da extinção e/ou redução do quadro de funcionários (28,5%). Com relação à própria atividade, 69,2% afirmaram que mudou muito nos últimos anos, e que essas mudanças resultaram principalmente em aumento de ritmo e de horas de trabalho (30,7%), competição entre colegas de profissão (17,3%) e estresse (17,3%). Ainda com relação às mudanças, 61,5% afirmaram terem a atividade profissional atingida consideravelmente.

A captação de novos clientes é um dos fatores externos que mais influenciam a atividade do profissional para 41% dos jornalistas, seguido da manutenção de clientes (20,5%). A maioria dos jornalistas que respondeu à pesquisa (92,3%) afirmou ter feito algum tipo de curso de atualização profissional nos últimos anos; 50% consideram-se atualizados e 30% sentem falta de equipamentos técnicos adequados, seguidos de conhecimentos técnicos específicos (26,6%) para o exercício da função. Com relação ao planejamento da vida pessoal com a profissional, 34,6% declararam conseguir fazer planos para curto prazo; 30,7% para médio prazo e 23,1% afirmaram não conseguir se

planejar. Quanto a um novo curso de atualização, 50% afirmaram que fariam pós-graduação e 30,7% um outro tipo de curso de especialização.

Figura 17

Figura 18

(*) Mudança na forma de trabalho com aumento de pessoas elaborando seus próprios projetos e falta de valorização das empresas pelos profissionais de comunicação.

Figura 19

Figura 20

Figura 21

Figura 22

(*) Metodologia de trabalho da empresa e se a empresa decide manter quadro fixo ou freelas

Figura 23

Figura 24

Figura 25

Figura 26

Figura 27

2.4 – Sobre informação e meios de comunicação

Os dados a seguir referem-se à opinião dos jornalistas sobre informação e meios de comunicação e também aos hábitos culturais.

Sobre a informação, 43% a consideram como produto fundamental na sociedade atual e 25% como um direito do cidadão. Em seguida estão, com a mesma proporção (15,9%), um negócio de muita lucratividade e um instrumento de poder. Com relação aos meios de comunicação, os jornalistas do pré-teste a consideram como um instrumento de fazer política (23,5%), um instrumento de cultura e educação (23,5%) e um negócio diferenciado, com função social (23,5%). Para 46,5% dos respondentes, o cidadão comum deseja informação com emoção e 57,6% consideram que as pessoas podem tomar decisões importantes a partir do conteúdo que recebem dos meios de comunicação.

Quanto ao hábito de ler jornais, 65,3% afirmam que o fazem diariamente; 29,3% elegeram “O Estado de São Paulo” e 27,5% a “Folha de S. Paulo” como os favoritos. As revistas são lidas por 53,8% dos respondentes, e a “Veja” é a mais lida (27,42%), seguida de “Época”, com 22,5%. A TV aberta ou por assinatura é vista “às vezes” por 65,38% dos pesquisados; 61,54% afirmam também ouvir rádio “às vezes”.

A internet é acessada pela maioria com a finalidade de ler notícias, trabalho e pesquisa, e também o meio pelo qual 30,16% dos respondentes ficam sabendo dos assuntos mais importantes. O segundo meio mais importante é a televisão, com 17,46% das respostas. O acesso à internet também é feito nas horas vagas de 15,2% dos jornalistas; 80% afirmaram ter lido um livro no último mês, 73% foram ao cinema no mesmo período e 77% foi ao teatro nos últimos seis meses. A academia de ginástica é o local favorito para 22% dos pesquisados, que elegeram o item “outro” em segundo lugar, com a mesma porcentagem (22%).

Figura 28

Figura 29

Figura 30

Figura 31

Figura 32

Figura 33

(*) O Dia, Extra, Valor Econômico, A Tribuna de Santos e Jornais de Sergipe.

Figura 34

Figura 35

(*) Especializados em meio ambiente, Nova Escola, Galileu, Vida Simples, Bravo, Rolling Stone, Superinteressante, Gloss, Você S/A, Saúde, Men's Health, Women's Health.

Figura 36

Figura 37

Figura 38

(*) *Colegas de trabalho, rádio, vizinhos e amigos, revistas, boletins e jornais da empresa, chefe, boletins e jornais do sindicato e outros meios*

Figura 39

(*) *Ir ao cinema, teatro, ouvir música, passear com amigos, viajar durante o final de semana, passear na casa de parentes, nenhuma dessas atividades.*

Figura 40

Figura 41

Figura 42

Figura 43

(*) Instituição de caridade (3), grupo de teatro (3), grupo musical (1)

2.5 – Conclusões parciais do Grupo 1

É importante destacar que os respondentes do pré-teste obedeciam a um perfil pré-determinado, ou seja, pessoas do sexo masculino e feminino, com até 40 anos de idade e que estavam trabalhando no setor chamado “extra-redação”, na cidade de São Paulo. A ideia era selecionar uma amostra de jornalistas, com o objetivo de identificar perguntas-problema e adequar o texto e o formato da versão final do questionário. Não foram feitos cruzamentos dos dados apresentados

Como conclusões parciais, podemos afirmar que, mesmo dentro da faixa etária sugerida, os respondentes são jovens; 61% do total possuem entre 20 e 30 anos. Talvez devido à baixa faixa etária, a maioria é de solteiros. Há predominância do sexo feminino e de um bom nível de escolaridade, com pós-graduação. Possuem uma renda média dentro do valor mínimo estabelecido pelo Sindicato dos Jornalistas do Estado de São Paulo, a partir de R\$ 1.505,00 a R\$ 3.321,26, dependendo da localidade e do tempo de serviço.

As mudanças na profissão se refletem nas respostas relacionadas ao local de trabalho: 58 % declararam trabalhar em casa, como *freelancers* ou na própria empresa e, dos que trabalham em empresa, 32,2% estão na condição de pessoa jurídica ou *freelancer*. Os salários são baixos: 7,5% declararam receber menos de mil reais por mês; 31% afirmaram receber entre mil e dois mil reais e 54% entre dois e cinco mil reais. Se juntarmos os três grupos, temos 92,5% recebendo menos que cinco mil reais por mês.

Embora o Sindicato recomende que o jornalista tenha uma jornada diária de cinco ou sete horas de trabalho, 42,3% responderam que trabalham dez horas por dia. A maioria

não é sindicalizada, o que representa uma queda na relação de confiança que estes jovens têm com a entidade. Com relação às mudanças da profissão e na atividade de trabalho, apesar do pouco tempo na área, a maioria tem consciência de que mudou muito, principalmente a partir das novas tecnologias. Mudanças que foram sentidas, segundo as respostas, com o aumento do ritmo e das horas de trabalho, que alteraram consideravelmente as suas vidas.

As novas relações de trabalho também geraram novas preocupações. Como captação e manutenção de clientes, por exemplo, primeiro e segundo item nas respostas, o que representa que, além da captação e da produção da informação, o profissional assume um papel de gerente do seu negócio. Outro fato que reflete essa preocupação é a preocupação, presente nas respostas, com a falta de equipamentos técnicos adequados e conhecimentos atualizados. Com relação ao futuro, os jornalistas afirmaram conseguir planejar a curto e em médio prazo e a vontade de cursar uma pós-graduação, para talvez complementar as deficiências da formação universitária e atualizar-se com relação a novos conhecimentos e ferramentas exigidas pelo mercado de trabalho

Os jovens jornalistas que responderam à pesquisa vêem a informação como um produto fundamental na sociedade atual; a informação como um direito do cidadão ficou em segundo lugar nas respostas. As opiniões se dividem com relação aos meios de comunicação, como um instrumento de fazer política, de cultura e educação e um negócio diferenciado, com função social, e ainda como um negócio como outro qualquer. Ou seja, os profissionais ainda não têm uma visão clara do papel dos meios de comunicação, embora pensem que as pessoas podem tomar decisões importantes a partir do conteúdo fornecido por eles. Mas a maioria considera que o cidadão comum deseja informação e emoção, opinião que pode ter reflexo na produção do conteúdo que executam.

O domínio da internet é mais claro quando entramos nas questões relacionadas aos hábitos culturais. A maioria afirma ler jornais todos os dias, revistas, TV e rádio às vezes. *O Estado de São Paulo*, *Folha de S. Paulo*, *Veja* e *Época* são os favoritos, e a internet aparece como principal fonte de notícias, entretenimento, inclusive nas horas vagas. O livro não foi deixado de lado para 80% dos respondentes, assim como o hábito de ir ao cinema e ao teatro, e a academia de ginástica é o local que mais costumam frequentar. Esses dados refletem o que foi dito anteriormente, sobre o novo perfil do jornalista a partir da regulamentação da profissão: são jovens formados em universidades e provenientes da classe média; mantém os hábitos de consumo cultural que não extrapolam essa classe de origem.

3- Interpretação dos dados do Grupo 2

Foram enviados convites via e-mail para uma amostra de 2954 jornalistas associados. Desses, 340 responderam integralmente o questionário e afirmaram exercer as seguintes funções: assessor (de comunicação e de imprensa), editor, subeditor e editor-chefe, repórter, freelancer, diretor, jornalista, empresário, coordenador, fotógrafo, professor, redator, chefe/gerente, repórter cinematográfico, secretário e outros.

3.1- Perfil sócio-econômico

A primeira questão diz respeito à base sindical dos respondentes. O Sindicato mantém uma divisão regional e os associados da capital foram os que participaram em maior número, com 53% das respostas. Em seguida, estão os associados da Grande São Paulo, com 14% e Santos, com 10%.

Figura 44

O perfil dos jornalistas que participaram da pesquisa é formado por 57% de homens; 50% do total declararam-se casados, 32% solteiros e 13,8% separados. Quanto à etnia, 77,4% declararam-se brancos, 11,8% pardos e 5,9% negros. Com relação à escolaridade, 45,9% possuem superior completo, sendo que 33,5% têm especialização, 8,2% mestrado e 3,8% doutorado. Os jornalistas que possuem apenas segundo grau ou

curso superior incompleto somam 7,3% do total. A maioria (77,9%) estudou em universidade particular; 36,2% está formada há mais de vinte anos e 16,8%, de um a cinco anos. Grande parte (70,6%) declarou ter feito algum curso de atualização nos últimos cinco anos.

O que nos chama a atenção é com relação à faixa etária dos respondentes: 32,6% estão entre os 40 e 49 anos; 23,5% entre 50 e 59 anos e 6,6% possui 60 anos ou mais. Ou seja, 62,7% dos associados estão entre os mais maduros. Ao separarmos os traços sócio-culturais por gênero, notamos que, entre as mulheres, a maior concentração (51%) está na faixa entre 20 e 40 anos; com os homens, porém, ocorre o contrário; 72% dos que responderam estão na faixa entre 40 e 60 anos. A maioria das mulheres é solteira, separada ou viúva (54%) e a maioria dos homens, casados (54%). E as mulheres estudam mais: 51% possuem especialização, mestrado ou doutorado contra 41% dos homens.

Ao separarmos os traços sócio-culturais por faixa etária, também temos algumas respostas interessantes. Daqueles que declararam ter feito curso de atualização nos últimos cinco anos, 57% estão nas faixas acima de 40 anos e o curso mais procurado por jornalistas dessa faixa é de Gestão e Empreendedorismo, com 82%.

Figura 45

Figura 46

Figura 47

Figura 48

Figura 49

Figura 50

Figura 51

Figura 52

Figura 53

3.2- Perfil profissional

Os próximos dados a serem analisados são relacionados aos cargos/funções, setores e questões relacionadas a relações trabalhistas: vínculo, benefícios e salários, entre outros.

Com relação aos cargos, a maioria dos respondentes (17,9%) declarou estar trabalhando na função de assessor (de imprensa, comunicação), seguida pela função de editores, subeditores e editores-chefe (14%) e repórteres (10%). Quando perguntados em qual setor, 40% dos jornalistas declararam estar trabalhando em assessoria de imprensa, 21,8% em jornal e 12,1% em revista. Os sindicalizados que trabalham com internet ainda são minoria: 9%.

Ao cruzarmos a função com o setor, percebemos que, daqueles que se declararam assessores, 98% trabalham em assessorias de imprensa de fato; entre os editores, 45% estão nos jornais; assim como os repórteres, que somam 55%. A soma total de freelancers se divide igualmente entre os jornais, revistas, assessorias e internet. Os profissionais que se declaram diretores e empresários estão concentrados nas assessorias de imprensa (20%), assim como os jornalistas (10%). Ao cruzamos a função com tempo de formação, notamos que a maior parte dos assessores de imprensa tem mais de vinte anos de formados (22%), seguidos por aqueles que estão formados entre cinco e dez anos (19%). Ao cruzarmos a função com gênero, notamos que os homens estão concentrados nas assessorias de imprensa (53%) e nos jornais (56%). O mesmo acontece com as mulheres, que são 42% nas assessorias e 39% nas redações.

Quanto ao vínculo, 42,6% dos jornalistas trabalham com registro em carteira, seguido de outra modalidade (20,9%), pessoa jurídica (19,7%) e freelancer fixo (10,3%). Entre os que se declararam editores, 67,5% possuem registro em carteira de trabalho. Ao fazermos o cruzamento com a faixa etária, notamos que 52% dos registrados estão na fase de maturidade, acima dos 40 anos.

Com relação ao local físico de trabalho, 59,7%, trabalha na empresa/redação e 18,2% em casa (home office). Para 32,4% trabalha-se oito horas por dia, e 52% tem o seu trabalho subordinado à chefia da redação onde atua. O horário de trabalho é designado pela empresa para 52,9%. O trabalho é pago mensalmente para 69,1% e, com relação aos benefícios, 31,8% afirmaram pagar INSS e convênio médico. Para 82,1% a falta de contrato em carteira profissional traz perdas de direitos para o trabalhador.

As respostas relacionadas ao tempo em que os profissionais se encontram nessa situação de trabalho são equilibradas, com 29,4% há mais de um ano, 23,5 para mais de cinco anos. Sobre promoção, 46,5% nunca mudou de função, enquanto que 30,9% já foram promovidos. Sobre assédio, 64,7% declararam que nunca tiveram esse tipo de problema, enquanto que 23,8% afirmaram ter sofrido assédio moral e 6,8% algum tipo de discriminação. O assédio sexual recebeu 2,1% das respostas. Ao separarmos essa questão por gênero, vimos que as questões se igualam para ambos os sexo. Entre os que afirmaram ter sofrido assédio moral, os homens são 56% e as mulheres 39%. Com relação à discriminação, os homens são 47% e as mulheres 52%; apenas no caso de assédio sexual há apenas ocorrência entre as mulheres.

Concluindo este bloco, 33,5% afirmaram receber mais de dois até quatro mil reais por mês de salário, seguido de 22,9% que recebem até dois mil reais e de 20,6% que

recebem mais de quatro até seis mil reais. Ao cruzarmos esses dados com a faixa etária, vimos que 66% daqueles que recebem até dois mil reais está na faixa entre 20 e 39 anos.

Figura 54

Figura 55

Figura 56

Figura 57

Figura 58

Figura 59

Figura 60

Figura 61

Figura 62

Figura 63

Figura 64

Figura 65

Figura 66

Figura 67

3.3 – As mudanças no mundo do trabalho para o jornalista associado

As questões a seguir abordam as opiniões dos associados a respeito da profissão de jornalistas, as mudanças no mundo do trabalho e suas consequências.

A profissão de jornalista mudou muitos nos últimos anos para 77,9% dos respondentes, que apontam como consequências a introdução de novas tecnologias (54,7%) e a extinção/redução do quadro de funcionários. Com relação à função, 56,5% afirmaram que mudou muito nos últimos anos, principalmente no caráter tecnológico para 39,1% e nos processos e organização do trabalho para 30,3%. Para 38,2%, tais mudanças resultaram principalmente em aumento do ritmo de trabalho e aumento de produtividade para 18,5%. Redução de mão de obra também foi uma consequência importante para 61,5% dos associados. Ao cruzarmos essas informações com a faixa etária, notamos que 71% dos associados que pensam na redução de mão de obra como consequência está nas faixas acima dos 40 anos, o que demonstra que estes profissionais foram os que mais acompanharam as mudanças na profissão. Para 40,3% dos respondentes, a própria atividade de trabalho tem ritmo acelerado.

Com relação à precarização do trabalho do jornalistas, 27,1% apontam as mudanças no mundo do trabalho como principal causa, seguida, para 22,9%, da busca do lucro empresarial. Na opinião de 47,6%, as empresas precarizam as relações de trabalho para pagarem salários menores; para 35,6% é para economizar em encargos sociais. Os profissionais são pessimistas com relação ao futuro: 85,9% acham que nos próximos anos a precarização tende a aumentar.

As equipes de trabalho são pequenas para 48,2% das respostas; 29,1% afirmaram que trabalham sozinhos. Metade dos respondentes (50,9%) consideram-se atualizados com relação ao desempenho das atividades profissionais. Ao serem questionados sobre do que mais sentem falta no exercício da função, 22,6% respondeu que nenhuma das alternativas; 20,6% conhecimentos técnicos específicos e atualizados e 20,6% de métodos de processo de trabalho adequado. Pós-graduação em comunicação é o curso que 29,4% faria caso decidisse voltar a estudar, seguido em pós-graduação em outra área (20,6%) e outro tipo de especialização (15,6%). Na relação da vida pessoal com a profissional, 38,8% afirmaram conseguir fazer planos para médio prazo e 25,9% afirmaram não conseguir fazer planos.

Figura 68

Figura 69

Figura 70

Figura 71

Figura 72

Figura 73

Figura 74

Figura 75

Figura 76

Figura 77

Figura 78

Figura 79

Figura 80

Figura 81

Figura 82

3.4 – Impressões sobre a atividade de trabalho e os meios de comunicação

As próximas questões abordam a percepção dos associados sobre a influência e a importância dos meios de comunicação e também como o profissional vê o produto cultural informação, produzido por ele.

Os jornalistas demonstram ter consciência da influência da publicidade no discurso jornalístico. Para 45% deles, a receita publicitária é um dos fatores externos que mais influenciam a atividade jornalística, 17,6% consideram os rumos da política e 14,7% a concorrência como principais fatores. Ao cruzarmos os dados com a faixa etária, notamos que essa opinião é compartilhada a todas as idades.

A atividade que o jornalista desempenha é, para 59,1% diretamente relacionada ao direito à informação, opinião que 23,8% discordam. Os meios de comunicação, para 50% dos associados, é um instrumento de informação, cultura e educação e, para 22,6%, um negócio diferenciado, com função social. Este dado também é compartilhado por jornalistas de todas as faixas etárias.

Para 35% dos jornalistas, o cidadão comum deseja informação com uma versão bem clara e, para 32,9%, a partir de vários pontos de vista. Mas ao ser indagado sobre o tipo de informação que ele deseja, como leitor/receptor, a resposta é diferente: 72,9% prefere a informação a partir de vários pontos de vista e 22,9% com uma versão bem clara. Isso demonstra que o profissional tem uma visão de que o tipo de informação que ele transmite não é, na sua concepção, o ideal, à medida que espelha seu trabalho na aspiração que acha que o público tem.

Ao questionar a opinião dos entrevistados sobre a informação, perguntando, a partir da atividade jornalística, o que é informação, as respostas se equilibram. Para 34,4% é um direito do cidadão; 30,6% a consideram um produto fundamental na sociedade e 25,3% um instrumento de poder. Ao serem questionados se as pessoas podem tomar decisões importantes a partir dos meios de comunicação, 57,9% consideraram que sim e 34,4% responderam que às vezes. Verifica-se ao fazermos os cruzamentos, que as respostas também se equilibram em todas as faixas etárias.

Os dados a seguir detalham essas análises:

Figura 83

Figura 84

Figura 85

Figura 86

Figura 87

Figura 88

Figura 89

3.5 – A relação com o Sindicato e com as mídias alternativas

Mesmo sendo sindicalizados, a relação é distante. Embora o Sindicato acompanhe as mudanças nos meios de comunicação, investindo em boletins eletrônicos e sites, 58,2% dos associados declararam ficar sabendo das notícias da entidade por meio do Jornal Unidade. Apenas 17,9% afirmaram se atualizar por meio do boletim eletrônico (enviado por e-mail) e 14,4% pelo site. A participação das atividades da entidade também é muito baixa; 45,3% respondeu que nunca participa das atividades; 42,3 às vezes e apenas 10% respondeu que participa.

Entre os 10% que participam das atividades, 61% possuem mais de 40 anos. Deve-se levar em conta, aqui, o número de associados maduros. Ao serem questionados sobre quais os tipos de atividades que participam, 44% respondeu que nenhuma, 22% respondeu que apenas algumas atividades esporádicas; 9,4% cursos de atualização e 5,8% assembléias. Isso representa que a participação política e salarial da entidade está em baixa, e os cursos têm sido o principal chamariz de associados.

Quanto às mídias alternativas (jornal, TV, rádio comunitária, movimentos sociais, etc.), 76,2% dos associados declararam ter acesso.

Figura 90

Figura 91

Figura 92

Figura 93

3.6 – O jornalista como receptor: hábitos culturais e de consumo

Todos os jornalistas deveriam ler jornais diariamente. Mas apenas 78,8% declararam que leem todos os dias e 15,6% às vezes. Entre os que leem diariamente, 69% possuem entre 30 e 49 anos. Os jornais mais lidos são Folha de S. Paulo (70%), O Estado de S. Paulo (61,5%) e outro (39%). Quando se perguntam sobre as revistas, a situação é inversa: são lidas às vezes para 51,8% e todos os dias para 24,4%. E as mais lidas são as semanais Veja (54,4%), Época (37,6%) e Carta Capital (35,9%). A maior surpresa está nas revistas de entretenimento, cuja maioria dos respondentes (91,5%) afirmou ler a Quatro Rodas e 37,5% outras. Vale destacar que as opções referentes a jornais e revistas são múltiplas, e os respondentes puderam escolher mais de uma opção.

Ao serem questionados sobre a televisão, 66,5% afirmaram assisti-la diariamente e 27,9% às vezes. O acesso à internet é feito prioritariamente para ler notícias, trabalho e pesquisa para 55% dos associados, seguido de trabalho, estudo e compras para 34,1%.

A internet é, sem dúvida, uma preferência entre os jornalistas. É o meio pela qual 54,7% dos pesquisados ficam sabendo dos assuntos mais importantes para sua vida no dia a dia. Em segundo lugar estão os jornais da grande imprensa (15,6%) e o rádio (7,4%). Ao serem perguntados sobre a atividade que mais tem se dedicado nas horas vagas, a internet, com 15% das respostas, aparece como preferência, quase empatada com a leitura (14,7%) e a prática de esportes (11,2%).

No mês anterior à pesquisa, 80,6% dos associados leu algum livro e 60,6% foi ao cinema. O teatro foi menos prestigiado, com 47,6% de participação nos seis meses anteriores à pesquisa. Nas horas de folga, 25% declararam não fazer nenhuma das atividades listadas, 22,1% frequentam academia de ginástica e 20,3% afirmaram ter outra atividade.

Figura 94

Figura 95

Figura 96

Figura 97

Figura 98

Figura 99

Figura 100

Figura 101

Figura 102

Figura 103

Figura 104

Figura 105

Figura 106

3.7 – Conclusões parciais da pesquisa

O perfil sócio-econômico dos jornalistas, associados ao Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, foge ao perfil verificado até aqui em dados oficiais e pesquisas acadêmicas. Segundo dados da pesquisa *Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho na comunicação*⁵², a maioria dos comunicadores (incluindo jornalistas) é do sexo feminino; são casados e estão concentrados na faixa etária entre 30 e 34 anos. Entre os jornalistas associados, a maioria é do sexo masculino, casados e 62,7% dos

⁵² Realizada entre 2006 e 2008 pelo grupo de pesquisa Comunicação e Trabalho, da ECA-USP, com apoio da FAPESP.

respondentes está entre 40 e 60 anos. Isso pode significar que os mais jovens optaram em não se associarem ao Sindicato.

As mulheres associadas estão num perfil que se encaixa com as outras pesquisas: estão, em sua maioria, na faixa entre 20 e 40 anos, solteiras e possuem um maior nível de especialização que os colegas do sexo masculino. Do total de associados, 77,4% são brancos.

Por outro lado, os homens que fizeram curso de especialização nos últimos cinco anos, estão na faixa acima de 40 anos e, desses, 82% fizeram cursos na área de gestão e empreendedorismo, o que significa uma procura por novos rumos dentro da profissão. Outro ponto que nos chama a atenção é que 47,7% dos jornalistas que responderam a pesquisa estão formados há mais de quinze anos.

Quando chegamos ao perfil profissional, notamos que os jornalistas maduros estão trabalhando em assessorias de imprensa que concentram, além dos profissionais que se declararam assessores (42%), diretores e empresários (20%), e jornalistas (10%), somando 72% dos profissionais respondentes. Esse dado coincide com a RAIS divulgada em 2002⁵³ pela FENAJ, que mostrava que 42,87% dos jornalistas brasileiros estavam trabalhando nos setores “extra-redação”, como as assessorias de imprensa. Os que trabalham em novos meios, como a internet, ainda representam um pequeno número, 9,1% do total.

O relatório mostrava ainda que havia, na época, apenas 20% do total nacional de jornalistas em empregos formais e trabalhando com registro em carteira. Nesse caso, a pesquisa do Sindicato mostrou-se contrária, pois 42,6% dos respondentes afirmaram estar trabalhando com a carteira assinada, 69,1% recebem um salário mensal e 59,7% trabalham na empresa ou em redações. Uma situação mais estável, que não parece se refletir no restante do país.

Os salários, entre dois e quatro mil reais por mês para 33,5%, coincidem com a média de outras pesquisas e também com o piso mínimo estabelecido pelo Sindicato, embora haja um bom número de associados (22,9%) que declararam receber o mínimo, ou seja, até dois mil reais. Notamos que este valor de salário concentra-se principalmente entre os mais jovens, entre 20 e 39 anos.

Os jornalistas estão conscientes que a profissão mudou muito nos últimos anos, principalmente a partir da introdução das novas tecnologias. Mudaram também os

---

⁵³ Relação Anual de Informações Sociais 2002 (RAIS), disponibilizada pela Federação Nacional de Jornalistas (FENAJ).

processos e organização do trabalho, que resultou, para 38,2%, em aumento do ritmo de trabalho e de produtividade, além da redução da mão de obra. A precarização do trabalho, para eles, é causada pela busca do lucro empresarial, o que faz com que as empresas paguem salários menores e economizem em encargos sociais. Com relação ao futuro, 85,9% acham que a precarização vai aumentar.

Hoje as equipes de trabalho são pequenas ou os profissionais trabalham sozinhos. No exercício da função, sentem falta de conhecimentos técnicos e atualizados, embora se considerem atualizados no desempenho das atividades. Ao contrário das respostas dos comunicadores da pesquisa *Comunicação e Trabalho*, os jornalistas sindicalizados afirmaram conseguir fazer planos em médio prazo na vida pessoal com relação à profissional.

Os jornalistas sindicalizados sabem que a publicidade influencia diretamente o trabalho. É um dos fatores externos que mais influenciam a atividade jornalística para 45% dos respondentes, seguido dos rumos da política e da concorrência. Os profissionais também consideram que a atividade que desempenham é, para 59,1% diretamente relacionada ao direito à informação e que os meios de comunicação, para 50% dos associados, é um instrumento de informação, cultura e educação e, para 22,6%, um negócio diferenciado, com função social.

Vale destacar que, para os jornalistas, o cidadão comum deseja informação com uma versão bem clara. Mas ao serem indagados sobre o tipo de informação que ele deseja, como leitor/receptor, a resposta é que prefere a informação a partir de vários pontos de vista. Isso demonstra que o profissional tem uma visão clara de que o tipo de informação que ele transmite não é, na sua concepção, a ideal.

Ao questionar a opinião dos entrevistados sobre a informação, perguntando, a partir da atividade jornalística, o que é informação, as respostas se equilibram entre “é um direito do cidadão, um produto fundamental na sociedade e um instrumento de poder”. Ao serem questionados se as pessoas podem tomar decisões importantes a partir dos meios de comunicação, 57,9% consideraram que sim e 34,4% responderam que às vezes.

A relação com o Sindicato dos Jornalistas mostra-se distante dos seus objetivos históricos. O desinteresse é evidente. As respostas indicam que os associados, mais maduros, adotam o jornal Unidade como meio de informação e quase metade dos associados nunca participa das atividades da entidade. Os poucos que participam, vão a atividades esporádicas

Entre os hábitos culturais e de consumo dos jornalistas sindicalizados, está o de ler jornais para 78,8% do total. Os favoritos são Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo, e as revistas Veja, Época e Carta Capital. Entre as revista de entretenimento, a mais citada foi a Quatro Rodas. A televisão é um hábito para 66,5%, mas o acesso à internet é majoritário: aparece como prioritário na leitura de notícias, trabalho e pesquisa; meio pela qual 54,7% dos associados fica sabendo dos assuntos mais importante da vida e atividade de lazer nas horas vagas para 15% dos respondentes, empatando apenas com a leitura e a prática de esportes.

Os jornalistas são bons consumidores de livros, frequentam cinema, mas não vão muito ao teatro. Apenas 47,6% declarou ter ido nos seis meses anteriores à pesquisa. Nas horas de folga, 25% preferem não fazer nada e frequentar a academia (22,1%).

4- Interpretação dos dados dos jornalistas do Grupo 3

Para compor o recorte, utilizamos também dados secundários, da pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho na comunicação*, feita pelo grupo Comunicação e Trabalho, da ECA-USP, da qual faço parte, entre 2006 e 2008. O questionário foi aplicado aos comunicadores da Editora Abril em 2007. Na época foi disponibilizada pela empresa uma relação com 738 funcionários-comunicadores, das quais 142 responderam à pesquisa, ou seja, 19,2% da amostra. A tabulação foi feita no programa SPSS e os gráficos no programa Excel, o que nos possibilitou retirar os jornalistas desse total, que totalizaram 82 profissionais, ou seja, 11% dos jornalistas da Editora Abril.

Foram selecionados os profissionais que se declararam no exercício das seguintes funções: colunista, coordenador, coordenador de serviços editoriais e de conteúdo, diretor de redação, editor, estagiário de revista, fotógrafo, gerente, gerente de publicações, jornalista, produtor, *publisher*, redator-chefe, redator, repórter e secretário de redação.

4.1- Perfil sócio-econômico e profissional

O primeiro bloco de questões do formulário refere-se a sexo, faixa etária estado civil, escolaridade e curso de atualização, função, tempo de empresa e sindicalização.

As mulheres representam 63,4% dos jornalistas da empresa; quanto à idade, 40,3% dos jornalistas da Editora Abril são maduros, estão nas faixas acima de 40 anos.. As relações também são estáveis, com 59,8% dos respondentes declarando-se casados.

Com relação à escolaridade, o nível é bastante alto: 69,5% fizeram especialização, 22% mestrado e 2,4% doutorado. Apenas 1,2% declararam não ter finalizado o curso superior. Sobre a realização de algum curso de atualização fora da empresa, 45% afirmaram não ter feito nos últimos três anos e 28% fizeram um curso no mesmo período.

Quanto à função, os editores representam 30,5% do total, seguidos dos repórteres (22%) e diretores de redação (15,9%). Desses, 35,4% afirmaram não terem sido promovidos desde que entraram na empresa; 23,2% afirmaram terem sido promovidos apenas uma vez. Sobre o tempo em que estão na empresa, as respostas se equilibram: 25,6% estão no período entre seis e dez anos e 24,4% estão há mais de dez anos e 24,4%

estão entre um e dois anos: são novatos na empresa. Entre todos os jornalistas, 64,6% afirmaram não serem sindicalizados.

Figura 107

Figura 108

Figura 109

Figura 110

Figura 111

Figura 112

Figura 113

Figura 114

Figura 115

4.2 – Percepção sobre as mudanças no mundo do trabalho e as relações profissionais

Neste bloco o jornalista responde questões relacionadas às mudanças na empresa, na atividade e no mundo do trabalho. Também responde sobre as relações profissionais.

Para 51,2% dos respondentes, a empresa mudou muito nos últimos anos, enquanto que 47,6% acham que a empresa mudou um pouco. As mudanças ocorreram, para 48,4%, graças à junção de diversos fatores, como a introdução de novas tecnologias, novos métodos e processos de trabalho, venda ou fusão e redução no quadro de funcionários.

Com relação à atividade, os números são curiosos: 45,1% dos jornalistas pensam que a atividade mudou muito nos últimos anos e os outros 45,1% afirmam que a atividade mudou pouco. As mudanças principais foram, para 69,5%, nos processos e organização do trabalho. Para 72% dos jornalistas, tais mudanças resultaram em aumento no ritmo de trabalho e também, para 47,6%, em aumento da produtividade. Fatos que, para 56,1%, atingiram a atividade consiravelmente e, para 23,2%, totalmente.

Dos respondentes, 53,7% afirmaram trabalhar com uma equipe pequena; 59,8% considera que os postos de trabalho continuarão do mesmo tamanho nos próximos anos. Dez horas de trabalho por dia é a média para 57,3% dos profissionais; 76,8% afirmaram ter um ritmo de trabalho acelerado.

Figura 116

Figura 117

Figura 118

Figura 119

Figura 120

Figura 121

Figura 122

Figura 123

Figura 124

Figura 125

Figura 126

4.3– Sobre as relações com o trabalho, a informação e os meios de comunicação

Neste bloco estão relacionadas as questões sobre as percepções que os profissionais têm sobre a sua função, atividade, relação com a empresa e sobre os meios de comunicação.

Para 52,4% dos jornalistas, a receita publicitária é o fator externo que mais influencia a atividade; para 34,1% nenhuma das alternativas apresentadas responde a questão. Com relação ao desempenho das atividades, 62,2% consideram-se atualizados; no exercício da função, 35,4% sentem falta de conhecimento de outras áreas afins à sua atividade e 24,4% sentem falta de métodos de processos de trabalho adequados.

Com relação ao vínculo de trabalho com a empresa, 79,9% sentem-se seguros. Na relação da vida pessoal com a profissional, 48,8% afirmaram conseguir fazer planos a médio prazo. Para 45,1%, um curso de pós-graduação seria o ideal, caso decidissem voltar a estudar.

A informação, para 59,8%, é um produto fundamental na sociedade atual e para 17,1% é um negócio de muita lucratividade. Apenas 9,8% consideram a informação como um direito do cidadão. Com relação aos meios de comunicação, 32,9% os consideram um negócio como outro qualquer, 24,4% como um negócio diferenciado, com função social e 18,3% o negócio mais promissor do mundo globalizado.

Como leitores, 57,3% dos jornalistas preferem a informação a partir de vários pontos de vista. Não foi possível saber a opinião dos jornalistas sobre o tipo de

informação que o cidadão deseja, pois a empresa solicitou que esta questão fosse retirada do questionário. Para 57,3% dos respondentes, as pessoas podem tomar decisões importantes a partir do conteúdo que recebem dos meios de comunicação, e 35,4% afirmaram que, “às vezes”, podem ser importantes.

Figura 127

Figura 128

Figura 129

Figura 130

Figura 131

Figura 132

Figura 133

Figura 134

Figura 135

Figura 136

4.4 – Sobre mídias alternativas e hábitos de consumo

A partir daqui os jornalistas respondem sobre a comunicação interna da empresa, com o sindicato e se tem acesso a mídias alternativas. Em seguida, as questões relacionam-se ao consumo de jornais, revistas, rádio, televisão e internet.

A leitura de jornais, revistas ou boletins internos da empresa é um hábito para 82,9% dos jornalistas, em compensação, 46,3 afirmaram não ler os boletins e jornais do sindicato. Metade dos respondentes (50%) afirmou ter acesso a algum tipo de mídia alternativa.

Ainda com relação a hábitos de consumo, 73,2% afirmaram ler os jornais todos os dias, sendo que a Folha de S. Paulo é a favorita para 70,7% e o Estado de São Paulo para 59,8%. A leitura de revistas é semanal para 70,7% dos jornalistas, que preferem a Veja

(86,6%) e a Exame (36,6). Entre as revistas de entretenimento, 56,1% afirmaram ler alguma que não estava na lista, seguida por Elle (31,7%) e Claudia (30,4%).

A TV aberta ou por assinatura é vista todos os dias por 55,1% dos profissionais; 64,1% afirmam ouvir rádio com frequência. O acesso à internet é feito do trabalho para 80,8%, com a finalidade principal de trabalho para 94,9%, e várias vezes por dia para 97,4%. Trabalho, estudo e compras é a finalidade principal do uso da internet para 62,8%;. A internet também é o principal meio pela qual 64,1% ficam sabendo das principais notícias do dia a dia.

A leitura é o hábito principal nas horas vagas de 29,5%, seguido de assistir à televisão, para 14,1%. No mês anterior à pesquisa, 92,3 % afirmaram ter lido um livro, e afirmaram ter ido ao cinema 87,2%. O teatro também foi frequentado nos seis meses anteriores por 53,8%. E a academia de ginástica é o local onde 37,2% costuma frequentar nas horas vagas.

Figura 137

Figura 138

Figura 139

Figura 140

Figura 141

Figura 142

Figura 143

Figura 144

Figura 145

Figura 146

Figura 147

Figura 148

Figura 149

Figura 150

Figura 151

Figura 152

Figura 153

Figura 154

Figura 155

Figura 156

4.5 – Conclusões parciais da pesquisa

Os jornalistas da Editora Abril pertencem a um perfil feminino, maduro, com 56,2% dos respondentes acima dos 35 anos e com um alto nível de escolaridade. Os editores e repórteres são maioria nas funções e a maturidade também se revela no tempo de casa: 50% dos funcionários estão há mais de seis anos trabalhando na empresa.

Dentro de um contexto geral, os jornalistas consideram que o mundo de trabalho e a empresa mudaram, afirmando que foram vários os fatores que levaram às mudanças. É curioso o fato de metade dos jornalistas pensarem que a atividade mudou muito nos últimos anos e a outra metade afirmar que a atividade mudou pouco. Os processos e organização do trabalho, aumento do ritmo de trabalho e aumento de produtividade são as principais consequências apontadas.

As equipes de trabalho são pequenas e os profissionais afirmam trabalhar aproximadamente dez horas por dia, em ritmo acelerado. A maioria declarou ler os boletins internos da empresa, mas não os do sindicato. A maioria dos jornalistas, aliás, não é sindicalizada.

A leitura de jornais e revistas, assim como a televisão e o rádio são amplamente consumidos pelos jornalistas da Editora Abril. A internet também é destaque, tanto no trabalho, quanto para estudo e compras, mas principalmente como principal meio pela qual os jornalistas se informam. A leitura é também o principal lazer nas horas vagas, assim como a televisão. A maioria declarou frequentar cinemas e teatros e a academia de ginástica está entre os favoritos.

5- Diferenças e aproximações entre os perfis

Os três grupos, por suas próprias características, apresentam muitas aproximações, mas também algumas diferenças curiosas. Com relação ao gênero, por exemplo, apenas o grupo do sindicato apresentou um número maior de associados do sexo masculino. Tanto os jornalistas do grupo 1 quanto do grupo 3 apresentaram um perfil predominantemente feminino, estando de acordo com os dados oficiais divulgados pela RAIS e pela FENAJ.

Os jornalistas do grupo 2 e do grupo 3 também apresentaram uma faixa etária mais alta que o esperado, acima de 35/40 anos, o que coincide com os dados que afirmam que os profissionais estáveis, com vínculo e registro em carteira, são os mais velhos de profissão e casados. Os jornalistas do grupo 1, que responderam o pré-teste são mais jovens; portanto, a maioria é *freelancer* e solteira. Nos três grupos, a formação universitária em faculdade particular foi em maior número.

Com exceção do grupo 2, que afirmou trabalhar oito horas por dia, os demais responderam que trabalham por dez horas. O enfraquecimento do Sindicato dos Jornalistas é evidente com o baixo número de associados apresentado na pesquisa, e a faixa salarial mais abrangente dos dois primeiros grupos (a Editora Abril não autorizou a questão referente a salários) foi entre dois e quatro mil reais por mês.

A profissão de jornalista mudou muito para todos os grupos, devido, principalmente à introdução de novas tecnologias. Quanto à atividade, todos também afirmam que mudou, principalmente com relação às tecnologias (grupo 2) e no processo e organização do trabalho (grupo 3). Coincide também a opinião de que tais mudanças resultaram em aumento do ritmo de trabalho, além da redução da mão de obra (grupo 2) e aumento da produtividade (grupo 3).

O trabalho está em ritmo acelerado, e as equipes são pequenas. Entre os *freelancers* do grupo 1, há muitos jornalistas trabalhando em casa, sozinhos. Talvez por isso mesmo sintam falta de equipamentos técnicos atualizados; já os da editora sentem falta de conhecimentos de outras áreas afins. Os jornalistas dos três grupos se consideram atualizados. Os mais jovens afirmaram conseguir planejar-se para o curto prazo; os demais, para o médio prazo. Se pudessem, todos fariam uma pós-graduação.

Os jornalistas mais jovens, do grupo 1, acham que a captação de novos clientes influencia no seu trabalho; os demais acham que é a receita publicitária. Com relação aos

meios de comunicação, as opiniões se dividem: os do grupo 1 se dividem entre um instrumento de fazer política, cultura e educação e um negócio como outro qualquer. O grupo 2, do sindicato, considera os meios de comunicação como um instrumento de informação, cultura e educação. Já o grupo 3, da empresa pensa que o meio de comunicação é o negócio mais promissor do mundo globalizado e um negócio como outro qualquer.

O cidadão comum deseja, para os mais jovens do grupo 1, informação e emoção; para o grupo 2, a informação deve ser a partir de vários pontos de vista. Todos os três grupos, ao serem perguntados sobre o que ele, o jornalista, quer, a resposta é informação a partir de vários pontos de vista. Apenas os profissionais do grupo 2 veem a informação como um direito do cidadão; os demais a consideram como produto fundamental na sociedade. Vale destacar que os jornalistas associados ao sindicato são aqueles que têm um ponto de vista mais voltado para a cidadania; além disso, ainda possuem engajamento na profissão. Todos são unânimes em afirmar que as pessoas podem tomar decisões a partir do que é publicado nos meios de comunicação, ou seja, são conscientes do poder que têm em mãos.

A partir das respostas acima, podemos concluir que os jovens, não sindicalizados, mantêm vínculos precários, trabalham dez horas por dia e em ritmo acelerado. Não planejam a vida fora do curto prazo, vão em busca do cliente e consideram a informação como um negócio. Ou seja, possuem um perfil profissional deslocado de valores coletivos; são individualistas e muito mais preocupados com o negócio, meio de vida, do que com aspirações sociais do jornalismo. Dão mais valor ao negócio, ao capital. São pragmáticos.

Felizmente, a maioria ainda lê jornais todos os dias; os favoritos são Folha de S. Paulo e O Estado de S. Paulo; a revista Veja é unanimidade, e a Quatro Rodas aparece como a revista de entretenimento favorita entre os jornalistas do grupo 2. Esses dados reforçam o perfil do leitor médio, porque não buscam novas alternativas.

A internet é o meio pelo qual todos ficam sabendo das notícias mais importantes, fazem compras, estudam e trabalham. Só não é favorita entre os jornalistas do grupo 3, que preferem ler. Todos gostam de ler, ir ao cinema; o teatro só não é muito frequentado pelos jornalistas do grupo 2, que também não vão a lugar algum nas horas vagas. Os demais gostam de se exercitar nas academias de ginástica

Quadro 10 - Comparativo entre as pesquisas do Grupo 1, 2 e 3.

	<i>Grupo 1</i>	<i>Grupo 2</i>	<i>Grupo 3</i>
Convites Enviados	700	2954	738
Retorno	26	340	142 (82 jornalistas)
1a PARTE - DADOS PESSOAIS			
<i>Questão</i>	<i>Grupo 1</i>	<i>Grupo 2</i>	<i>Grupo 3</i>
Gênero	84% mulheres	57% homens	56,3% mulheres
Idade	61,5% abaixo de 30 anos	59,4% acima de 40 anos	51% acima de 35 anos
Cor	-----	77,5% brancos	-----
Estado Civil	73% solteiros	50% casados	60% casados
Escolaridade	79,4% superior/especializaçã o	84,6% superior/especializaçã o	74,6% superior/especializaçã o
Fez universidade	77,9% particular	80,7% particular	-----
Tempo de formação	73,7% de um a cinco anos	60,1% de dez a mais de vinte anos	-----
Fez curso de atualização	92,31% sim	70,6% sim	48% não
O curso era na área de	-----	45,6% outros	Pela empresa
2a PARTE - DADOS PROFISSIONAIS			
<i>Questão</i>	<i>Grupo 1</i>	<i>Grupo 2</i>	<i>Grupo 3</i>
Setor	-----	41% Assessoria de Imprensa	-----
Trabalha (vínculo)	45,1% é freelancer	42,6% com registro em carteira	100% com vínculo
Sobre Previdência, etc.	-----	31,8% INSS e Seguro Médico	-----
A falta de contrato traz	-----	82% perdas de direitos	-----
Recebe	-----	69,1% mensalmente	100% mensalmente
Trabalha (local)	-----	59,7% na empresa/redação	100% na empresa
Trabalha (horas)	42,3% dez horas por dia	32,4% oito horas por dia e 19,1% dez horas por dia	54,2% dez horas por dia
Subordinado à chefia?	-----	52,1% sim	-----
Horário designado por	-----	52,9% pela empresa	-----
Há quanto tempo está	50% há mais de um ano	29,4% há mais de um ano	56,4% está há mais de seis anos na empresa

nessa situação de trabalho?			
<i>Questão</i>	<i>Grupo 1</i>	<i>Grupo 2</i>	<i>Grupo 3</i>
Já foi promovido?	-----	30,9% sim	34,8% nunca mudou de função
Foi vítima de (assédio)	-----	64,7% nunca teve problema	-----
Faixa salarial	53,8% de dois a cinco mil reais	33,5% de dois a cinco mil reais	-----
É sindicalizado	69,2% não	100% (amostra)	57,8% não
A profissão de jornalista	88,4% mudou muito nos últimos anos	77,9% mudou muito nos últimos anos	54,9% mudou muito a empresa
Essas mudanças são devido a	38,7% introdução de novas tecnologias	54,7% introdução de novas tecnologias	54,9% as mudanças se deram pela somatória de fatores (introdução de novas tecnologias, de métodos e processos, venda ou fusão e redução do quadro de funcionários)
A atividade de trabalho	69,2% mudou muito nos últimos anos	56,5% mudou muito nos últimos anos	47,2% mudou muito a atividade na empresa
As mudanças na função foram de caráter	-----	39,1% tecnológico	70,4% processo e organização do trabalho
Tais mudanças resultaram em	30,7% aumento do ritmo de trabalho	38,2% aumento do ritmo de trabalho	66,2% aumento do ritmo de trabalho
E também em	não tem	61,5% redução da mão de obra	48,6% aumento de produtividade
Essas mudanças atingiram a sua atividade	61,5% consideravelmente		53,5% consideravelmente
Sua atividade tem ritmo	-----	40,3% acelerado	77,5% ritmo acelerado
Causas da precarização do trabalho do jornalista	-----	27,1% as mudanças no mundo do trabalho	-----
Por que as empresas precarizam?	-----	35,6% para economizar em encargos sociais	-----
A precarização tende a	-----	85,9% aumentar	-----
Trabalha (equipe)	-----	48,2% com uma equipe pequena	57% com uma equipe pequena

Se sente	50% atualizado	51% atualizado	63,4% atualizado
<i>Questão</i>	<i>Grupo 1</i>	<i>Grupo 2</i>	<i>Grupo 3</i>
De que mais sente falta no exercício da função	30% equipamentos técnicos adequados	22,6% nenhuma das opções	37,3% conhecimentos de outras áreas afins à sua atividade
Consegue	34,6% fazer planos para curto prazo	38,8% fazer planos para médio prazo	47,2% fazer planos para médio prazo
Se decidisse estudar, que tipo de curso faria	50% pós graduação	29,4% pós graduação em jornalismo	41,5% pós graduação
3a PARTE - MEIOS DE COMUNICAÇÃO			
<i>Questão</i>	<i>Pré teste</i>	<i>Sindicato</i>	<i>Ed. Abril</i>
Que fatores mais influenciam a atividade	41,1% captação de novos clientes	45% a receita publicitária	55,6% a receita publicitária
A atividade que você desempenha é	-----	59% diretamente relacionada ao direito à informação	-----
Os meios de comunicação são	23,5% um instrumento de fazer política, cultura educação e negócio (empatados)	50% um instrumento de informação, cultura e educação	25,7% o negócio mais promissor do mundo globalizado e 25,7% um negócio como outro qualquer (empatados)
O cidadão comum deseja	46% informação e emoção	35% informação com uma versão bem clara	-----
E você?	-----	72,9% informação a partir de vários pontos	58,8% informação a partir de vários pontos de vista
A informação	43% é um produto fundamental na sociedade	35% é um direito do cidadão	63,4% um produto fundamental na sociedade atual
As pessoas podem tomar decisões importantes a partir do conteúdo que elas recebem dos meios de comunicação?	57,6% sim	57,9% sim	52,2% sim
Fica sabendo das notícias do Sindicato por meio de	-----	58% Jornal Unidade	46,3% não lêem os boletins

<i>Questão</i>	<i>Grupo 1</i>	<i>Grupo 2</i>	<i>Grupo 3</i>
Participa das atividades do Sindicato?	-----	45,3% nunca	-----
De que tipo de atividade participa?	-----	44,1% nenhuma	-----
Tem acesso a algum tipo de mídia alternativa?	-----	76,2% sim	54,4% sim
Lê jornal	65,3% todos os dias	78,8% todos os dias	61% todos os dias
Quais jornais lê	56,9% O Estado de São Paulo e Folha de S. Paulo	70% Folha de S. Paulo e 61,5% O Estado de São Paulo	75% Folha de S. Paulo e O Estado de São Paulo
Lê revistas	53,8% às vezes	51,8% às vezes	68,4% uma vez por semana
Quais revistas de notícias	27,4% Veja	54,4% Veja	91,2% Veja
E de entretenimento ?	-----	91,5% Quatro Rodas	58% outra
Assiste à TV	65,4% às vezes	66,5% todos os dias	62,5% todos os dias
Ouve rádio	61,5% às vezes	-----	62,5% todos os dias
Com que finalidade acessa a internet	Ler notícias, trabalho e pesquisa	55% ler notícias, trabalho e pesquisa	50,7% trabalho, estudo, compras
Fica sabendo dos assuntos mais importantes para a vida por meio de	30,% internet	54,7% internet	56,6% internet
Qual atividade se dedica nas horas vagas	15,28% acessar internet	15% acessar a internet	23,5% ler
Leu algum livro no último mês?	80,7% sim	80,6% sim	80,1% sim
Foi ao cinema no último mês?	73%sim	60% sim	77,2% sim
Foi ao teatro nos últimos seis meses?	77% sim	51% não	50% sim
Costuma frequentar	22% academia de ginástica	25% nenhum	40,5% academia de ginástica

Como se pode ver, os perfis são muito semelhantes. As diferenças se dão em função da idade e tempo de carreira dos jornalistas integrantes de cada um dos grupos. Têm um perfil sócio-econômico de classe média e acesso aos bens culturais, mas consomem os meios de comunicação como cidadão comuns, como se não lidassem com a comunicação. Veem a informação como produto e a notícia como mercadoria. Os mais jovens estão trabalhando fora das redações e em trabalhos precarizados, enquanto que os mais maduros estão migrando para a coordenação das assessorias de comunicação. No próximo capítulo poderemos confrontar esses resultados com o discurso dos jornalistas.

CAPÍTULO V

O PERFIL DOS JORNALISTAS DE SÃO PAULO: ANÁLISE DOS DADOS QUALITATIVOS

Este capítulo tem o propósito de analisar as oito entrevistas⁵⁴ feitas com jornalistas, profissionais que foram 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, assessoria 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. Metade dos jornalistas foi contatada a partir do pré-teste e a outra metade escolhida aleatoriamente, com o auxílio do programa Excel, a partir dos respondentes da pesquisa feita 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. Algumas entrevistas foram feitas na empresa em que o jornalista trabalhava na época; outras na casa/escritório do profissional e, outras ainda, foram feitas em cafés.

O roteiro, que está no anexo 1, 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.

Utilizaremos também duas entrevistas utilizadas na pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho na comunicação*⁵⁵, e realizadas nos anos de 2006 e 2007. Trata-se uma amostra de jornalistas mais maduros, já estabelecidos no mercado de trabalho e cuja contribuição poderá nos ajudar a analisar as entrevistas dos jovens profissionais.

---

⁵⁴ Entrevistas na íntegra no Anexo II (CD)

⁵⁵ Realizada entre 2006 e 2008, com apoio da FAPESP, pelo grupo de pesquisa *Comunicação e Trabalho*, da ECA/USP. A pesquisadora é integrante do grupo e participou da maioria das entrevistas.

Quadro 11 –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

Quadro 12 – Jornalistas entrevistados para pesquisa *Comunicação e Trabalho*

Nome	Empresa	Cargos que ocupavam na época
Laurentino Gomes	Editora Abril	Diretor Superintendente da Unidade de Negócios
Eurípedes Alcântara	Editora Abril	Diretor de Redação de VEJA e Diretor Editorial de VEJA RJ e SP

1 - Método de Análise

A análise das entrevistas será feita a partir dos conceitos enunciados no capítulo teórico, principalmente no que se refere à linguagem, e terá como foco dois procedimentos. O primeiro buscará revelar o lugar a partir da 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, poderemos comparar experiências e chegar à conclusões e afirmações sobre os desafios que estes jovens enfrentam no mundo do trabalho.

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

2 – A experiência dos jornalistas

2.1 - Em defesa dos assessores de imprensa

Rodrigo respondeu o roteiro de perguntas abertas em setembro de 2009, quando nos recebeu na sala de reuniões da *FirstCom*, empresa de assessoria de imprensa em que trabalhava, na época, há um ano e meio. Aos 28 anos, ele é nascido de uma família paulistana de classe média; formado em jornalismo há sete anos pela Universidade Metodista e pós-graduado em comunicação institucional pela PUC-SP.

Trajando terno e gravata, Rodrigo comporta-se como um executivo, e fala de um lugar seguro: gosta de exaltar as suas habilidades como escritor e não demonstra ter encontrado dificuldades para chegar onde está. Namora uma pedagoga há seis anos. Cursou o ensino médio (*high school*) em Oklahoma, nos Estados Unidos, e apresenta certa admiração pela cultura americana. Afirmou, por duas vezes, ser uma pessoa rebelde, mas apresenta uma trajetória bastante tradicional dentro da carreira.

Teve dúvida entre cursar jornalismo ou direito, mas ficou com a primeira opção ao lançar um livro aos 16 anos, e concluir que gostava mesmo era de escrever. Embora tenha pouco tempo de carreira, fala com segurança da escolha que fez – trabalhar em assessoria de imprensa e não em uma redação – e demonstra ser um profissional atualizado e bem informado com relação à profissão.

Na verdade eu sempre fiquei em dúvida entre direito e jornalismo. Na verdade, ninguém queria que eu fizesse direito. Naquela época eu já era muito rebelde – e ainda sou. Optei pelo jornalismo porque sempre gostei de escrever, publiquei o meu primeiro livro com 16 anos... Foi um romance policial estilo Agatha Christie, detetive, procurar pistas, e estar desvendando tudo... então, em decorrência do livro, em decorrência até de uma vivência que tive no exterior – eu me formei em uma high school, terminei o colegial lá fora. Em decorrência de todas essas experiências eu acabei optando pelo jornalismo.

Hoje a maioria dos jovens jornalistas brasileiros trabalha em assessoria de imprensa, mas também almeja trabalhar na redação de um grande jornal ou revista. Rodrigo afirma, categoricamente, que não: defende a assessoria de imprensa com unhas e dentes e afirma ter previsto, no início da carreira, que esta seria “a área forte do mercado no jornalismo”. Critica os jornalistas como categoria e, embora afirme gostar do que faz, colabora com alguns sites de cultura para o que chama “exercitar o outro lado”. Fala dos jornalistas em terceira pessoa. Mas afinal, ele é ou não é também um jornalista?

(Pensou nisso) Desde o primeiro estágio, em 2002. De estar sentindo cada vez mais que jornalistas saem – até porque jornalista não sabe fazer greve, já foi constatado isso, e não sei se assessor de imprensa sabe – mas desde aquela época eu já estava sentindo que o forte era comunicação institucional, organizacional. Eu sempre quis ir para essa parte. Eu colaboro com alguns veículos, com algumas colunas, principalmente de cultura. Tenho um site de cinema e aí eu exercito esse lado jornalista fazendo as minhas crônicas, contos, textos, eu colaboro com vários veículos, com um site de cinema que eu tenho e outros veículos mais, mas o meu forte, o que eu gosto mesmo é de assessoria de imprensa, assessoria de comunicação. Que para mim é a mesma coisa, na verdade os especialistas gostam de ficar mudando nomenclatura e... na verdade dá tudo na mesma porque...quem hoje em dia é imprensa? Blogueiro hoje em dia é imprensa. Quem tiver comunidade no Orkut hoje em dia é imprensa. Se a gente levar em conta que a imprensa tem como principal objetivo informar de maneira imparcial – tudo bem que aí varia – mas hoje em dia todo mundo é imprensa. Então assessoria de comunicação e assessoria de imprensa dá na mesma.

Gostar de escrever é, geralmente, a principal característica citada pelos profissionais que optam pelo jornalismo. Embora já tenha publicado livros e também goste de escrever, Rodrigo cita a rebeldia como fator principal para a escolha. Sem entrar muito em detalhes, ele afirma que fez jornalismo para contrariar o pai.

De certa forma foi rebeldia sim, porque eu não tenho uma proximidade com ele, né? Não foi aquela coisa, “é para te contrariar porque você tá aqui”. Foi “para te contrariar porque você tá longe”, meio que assim.

Ao explicar a sua escolha pela área da comunicação e pelo jornalismo, o jovem deixa escapar algumas insatisfações. Afirma que se tivesse cursado direito poderia estar bilionário. E conta que gosta de escrever e ser lido. Ou seja, sabe que, mesmo fazendo o que gosta, dificilmente enriquecerá nessa carreira.

Eu sempre gostei muito da expressão, da palavra. De me comunicar. Eu sempre gostei muito disso e os meus testes vocacionais apontaram pra área de humanas. Sempre. Nunca tinha familiaridade com matemática, ciências. Tudo bem, já pensei em ser biólogo e até astronauta. Isso mais na fase de infância. Agora, na fase mais concreta, mesmo, sempre na área de humanas. E na área de humanas você tem direito, que já não me agradava – tudo bem que eu poderia estar bilionário, que todo advogado, né? – mas não me cativava, eu gostava mesmo, é até difícil explicar, de jornalismo. Só que quando você tem aquela familiaridade que você fala: “nossa, é isso: eu gosto da palavra, eu gosto de escrever, gosto de me expressar, gosto de contar uma história e eu gosto de ser lido”.

Rodrigo tem consciência que não é reconhecido pelo leitor trabalhando em assessoria de imprensa: seu nome não é publicado nos artigos. Ao contar que ficou feliz ao ver que um release seu foi publicado na íntegra por um jornal, e que aí sim, seria lido, nos leva a pensar que ele próprio está se consolando por estar na assessoria de imprensa.

(...) semana passada um grande jornal de São Paulo publicou um release meu na íntegra e colocou “da redação”. Então cada vez mais o assessor assume o papel do próprio jornalista. Então nesse sentido, eu to contente porque cada vez mais eu vou ser lido, eu vou comunicar e me expressar. Então esses foram os principais fatores que me levaram a fazer jornalismo.

Em *A Modernização da Imprensa* (2002), Alzira Abreu nos lembra que, a inclusão da publicidade e do marketing no jornalismo, a partir dos anos 1980, representou significativas mudanças para a empresa, o profissional e o leitor. Segundo ela, a redação começou a perder espaço para as áreas comerciais, de marketing e de distribuição. Tal interação não foi harmoniosa entre os jornalistas de jornal. Mas os profissionais que hoje trabalham em assessoria de imprensa vêem o marketing como um aliado ao trabalho. Embora tenha cursado pós-graduação em comunicação institucional, Rodrigo afirma que gostaria de cursar Marketing, o que demonstra que ele vê a informação como produto e o cidadão como um cliente, visão muito próxima à dos publicitários. O jornalista aposta nas mídias sociais e chama de “puros” a assessoria de imprensa e o jornalismo tradicional.

(A pós-graduação) Foi em assessoria de imprensa, mas eu ainda vou fazer alguma coisa relacionada a marketing. Eu só não sei o campo ainda, porque cada vez mais a assessoria de imprensa está se misturando com o marketing. A assessoria de imprensa pura está com os dias contados.

O assessor de imprensa assume cada vez mais a função de marketing. No sentido de que ele vai buscar oferecer informação, conteúdo e, mais do que isso, entretenimento. Quando eu falo entretenimento é questão de vídeo, podcast, é questão que o assessor de imprensa vai ter que se comunicar com o público final direto. E quem se comunica atualmente como público final é o publicitário, quem trabalha com marketing.

O número de assinaturas de vendas de jornais caiu, mas o impresso ainda não foi substituído pela internet, nem pelas redes sociais. Quem quer informação com profundidade, mais detalhada, vai em busca do impresso. Para o jovem, no entanto, o fim do jornal é uma questão de tempo.

A gente teve a falência da Gazeta Mercantil. A Editora Abril fechou alguns veículos recentemente. Tem alguns outros veículos que já estão quase fechando. O jornal

português Diário Econômico já está pensando se vem ou não vem para o Brasil. E isso sinaliza que, cada vez mais, com esse “boom” de mídias sociais, jornalismo puro impresso tem sido superado.

Rodrigo considera que os jornalistas - não os assessores de imprensa -, mas aqueles que estão do “outro lado”, um tanto quanto arrogantes. Esta é uma rixa antiga: historicamente, jornalistas que trabalham em redação consideram-se superiores aos que trabalham em assessoria de imprensa. E o jovem apóia-se no seu trabalho de conclusão de pós-graduação (que chama de tese) para demonstrar essa diferença. E aproveita para, mais uma vez, valorizar o cargo que ocupa.

Pelo que concluí no meu trabalho, os assessores de imprensa reclamaram muito da arrogância do jornalista. Falaram que a arrogância é um dos principais defeitos do jornalista. Os assessores que entrevistei comentaram que, na maioria das vezes, quando querem alguma coisa são muito solícitos e quando não querem te tratam com total arrogância.

Jornalistas e assessores de imprensa travam uma batalha para saber quem detém o poder sobre a informação; no entanto eles não entendem que os donos das empresas de comunicação são os únicos que lucram com essa guerra. São os lucros que interessam. Eles são apenas, como diz Rodrigo, “operários da notícia”, recebem a informação e constroem a notícia. Ninguém está refletindo sobre o que está fazendo, com quem está lidando. Os poucos jornalistas que ainda buscam a notícia também precisam se submeter aos critérios da empresa que os contrata.

No meu livro, que foi derivado da tese, eu também concluí que o assessor de imprensa é cada vez mais um operário da informação, no sentido de que ele recebe todo o material e ele vai lá e constrói a notícia. Ele dificilmente apura. Todo mundo sabe que hoje em dia que 85% do que é publicado nos veículos de comunicação vem de assessoria de imprensa; 5% são controlados depois pelos assessores de imprensa; apenas 10% ainda resiste a isso, e a gente colocaria na categoria de jornalismo investigativo, que são as reportagens especiais, que são realmente o trabalho fruto do jornalista. Então cada vez mais cresce a influência do assessor no jornalismo. E, com isso, muda o papel do jornalista atual - e, com certeza, isso é verdade, no sentido de que a gente convive diariamente com eles, que acabam confessando – o papel do jornalista vai muito além do sentido de se preocupar com a notícia; o jornalista precisa se preocupar hoje em ter um bom relacionamento com o assessor de imprensa. Isso é fundamental hoje em dia. Toda empresa hoje tem assessoria de imprensa.

Ao analisar o futuro do profissional, Rodrigo continua a sua crítica aos jornalistas, chamando-os de “eles” em alguns momentos. Conta que os profissionais estão passando para as assessorias de imprensa, ou seja, para o outro lado. Para ele, o “fortalecimento” das empresas de assessoria é creditado ao investimento em mídias sociais. Em sua opinião, “o jornalismo puro” não vai acabar. Mas, para manter a própria sobrevivência, o profissional precisa estar antenado com as mudanças tecnológicas e também corresponder às expectativas do público leitor.

Os jornalistas estão começando a se conscientizar de que o quarto poder não está mais em suas mãos; está nas mãos das empresas de comunicação. Ramonet (2003) afirma que o conceito de “quarto poder” do jornalismo começou a se perder à medida que se perdia o contrapoder e acelerava a globalização liberal. Mas é um engano pensar, como Rodrigo, que as novas mídias conferem poder ao público receptor. As empresas de comunicação estão trazendo para si o controle também dessas mídias. Os blogs, por exemplo, estão sendo adotados e contratados pelos grandes portais.

(...) o jornalista que não aderir as novas ferramentas vai estar ultrapassado. E o interessante, como eu te disse, que o público está forçando a isso. Está exigindo isso, no sentido de que “olha, fulano tem um blog de tecnologia, ele faz link, faz podcast, tem outras ferramentas, outros aplicativos...”. É sensacional, porque você consegue, com isso, difundir a notícia com uma rapidez... e o jornalista, muitas vezes, que tinha o poder – na verdade o poder nunca foi dele, foi do veículo – começa a ficar se questionando, “e o meu poder, como está lá?”. Porque o jornalista tem o ego grande, só perde pra médico e publicitário, né? Porque publicitário adora ser chamado de CEO na empresa, mesmo que a empresa tenha quatro pessoas (risos).

A maioria dos jovens jornalistas é fascinada pelas novas mídias sociais⁵⁶. Todos os entrevistados demonstraram esse fascínio nas entrevistas. A pesquisa quantitativa também apontou que internet é um dos meios mais utilizados pelos jornalistas. É uma nova linguagem que se configura, com novas denominações e técnicas para o jornalismo. Com apenas sete anos de carreira, a principal mudança tecnológica da qual Rodrigo se recorda é a do aparelho de fax para os e-mails. Para ele, um assessor de imprensa precisa ter um bom relacionamento com os *blogueiros*, ter, entender e dominar essas mídias. Chama a produção, a partir das redes sociais, de “entretenimento” e não de informação.

---

⁵⁶ Twitter, Orkut e Facebook, entre outros.

Ele tem que ter tudo, e começar a produzir vídeo e podcast⁵⁷ no sentido de que ele tem que entender como funciona para ele realmente saber se isso interessa para o cliente ou não. E quando ele começa a produzir, ele produz entretenimento. Você vê que muda um pouco o campo de atuação do próprio assessor de imprensa. Se muda o campo de atuação, mudam os equipamentos utilizados. Muda toda a infraestrutura necessária. Porque antigamente bastava você ter o computador e pronto. Hoje em dia não, o assessor de imprensa que quer se inserir nisso, o jornalista que quer ser atualizado, que quer continuar trabalhando, precisa ter uma câmera de vídeo – isso já é essencial -, ele precisa ter um bom sistema para gravar podcast, ele precisa ter uma boa máquina fotográfica... porque ele vai tirar foto e inserir no flickr⁵⁸ ...

Além de administrar as redes sociais, o jornalista de hoje precisa tirar fotos e filmar para abastecer esses meios de informação. Ele é um chamado “faz tudo”.

Cada vez mais o assessor de imprensa será um faz tudo, no sentido de que o público final exige isso e de que o jornalista não tem tanto tempo, cada vez menos, para ir atrás. Tem cada vez menos tempo por quê? Porque ele cada vez mais ancora as mídias, trabalha em tevê, rádio e internet. Cada vez menos o jornalista tem tempo de apurar, por isso cresce a confiança no assessor de imprensa, cada vez menos ele tem tempo de buscar as informações, por isso ele tem que receber o pacote completo. Então, quando o assessor de imprensa vai oferecer uma notícia no release, tem que ter um link para as fotos no flick, que serão tiradas pelos próprios assessores. No release tem que ter um link pro YouTube⁵⁹, que vai ser um vídeo criado pelo próprio assessor. No Twitter vai ter que ter um link para o release na página da assessoria de imprensa, que vai ter um texto escrito pelo próprio assessor. E aí vai. Outras coisas mais vão fazendo o assessor de imprensa, o jornalista que não trabalha em redação, num faz tudo, que tem entregar a solução completa.

Fato é que hoje o assessor de imprensa entrega o material pronto para o jornalista, que raramente apura e/ou aprofunda a informação. É muito comum ver, inclusive, a publicação de um *press-release* na íntegra, com as perfeições e também defeitos que os assessores escrevem. Rodrigo fala muito em “obrigação” e considera que o assessor de imprensa precisa escrever e entregar a matéria completa, pronta, para a publicação. O papel do jornalista, neste caso, é cada vez mais diminuto. Não há, na verdade, tempo para a apuração. O horário apertado de fechamento, a concorrência com a internet, as pressões da empresa. Como apurar?

---

⁵⁷ Podcasting é uma forma de publicação de arquivos de mídia digital (áudio, vídeo, foto, PPS, etc...) pela Internet, através de um feed RSS, que permite aos utilizadores acompanhar a sua atualização.

⁵⁸ O Flickr é um site da web de hospedagem e partilha de imagens fotográficas (e eventualmente de outros tipos de documentos gráficos, como desenhos e ilustrações), caracterizado também como rede social

⁵⁹ You Tube é um site que permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital

Mas o assessor de imprensa, cada vez mais, até por muitos serem jornalistas, ele tem obrigação de escrever notícia, não release. Adjetivos e informações irrelevantes, informações que agradam somente ao cliente, ficam de fora do release. O assessor de imprensa tem que escrever uma notícia pra que, quando chegar no jornalista, ele fala: “isso é bom, ou não é”. E, muitas vezes, publica o texto. Por isso que cresce o “da redação” nos jornais. Por isso que cada vez menos os jornalistas assinam as matérias. E muitos jornais, principalmente no interior, quando os jornalistas assinam, eles ainda colocam embaixo, “com assessoria de imprensa”.

Rodrigo afirmou no começo da entrevista que era rebelde, mas confessou mais tarde ser bastante metódico em seu trabalho. Ao ser questionado sobre a sua rotina, o jovem afirma que o seu horário de trabalho é das 9 às 18 horas, mas que quase sempre chega antes do horário. E que tem saído às 18 horas, “porque está fazendo um tratamento de fonoaudiologista”. Eventualmente, cobre eventos noturnos e viagens, mas vê esses compromissos profissionais com normalidade.

A agência de comunicação que Rodrigo trabalha é especializada em clientes da área de tecnologia. Foi fundada há sete anos, por um jornalista (Luís Claudio Allan) e um administrador de empresas (Índio Brasileiro Guerra Neto). O jornalista, no posto de diretor geral, comanda a equipe, formada ainda por mais um diretor, quatro jornalistas e uma estagiária.

Ao descrever o seu trabalho, o jovem que logo ao chegar à empresa, abre e responde os e-mails. Diz receber entre 100 e 150 e-mails por dia, fora os telefonemas. Rodrigo demonstra grande preocupação em não desagradar e atender bem os clientes, mas o que chama a atenção é que precisa atualizar diariamente uma planilha de pendências, forma clara de controle por parte da empresa.

Primeiro eu olho os e-mails, respondo todos – isso é até uma regra minha, não deixar o cliente esperar – porque se você não responde os e-mails começa a tocar telefone, celular... por isso que não me ligaram agora – eu já respondi todos. E aí o cliente vê que eu estou fazendo. Cliente quando vê que você responde um ou outro, já fica satisfeito. Outros só respondem “ok” e tranquilo. Depois disso eu atualizo uma planilha de pendências, porque aqui na agência toda pendência que você tem, precisa colocar numa tabela. Para eles calcularem quanto demandou cada cliente e quanto foi atendido e quanto não foi. Parte da manhã eu me dedico mais ao texto – então são artigos, releases, notas, sugestões de pautas – parte da tarde eu me dedico mais ao jornalista em si, que começa a rotina duas, três da tarde.

Jornalista é jornalista em tempo integral. Como um médico, ele pode estar num momento familiar, de lazer, mas está olhando o cotidiano ao seu redor com olhos de profissional. Rodrigo afirma não levar trabalho para casa, mas demonstra pensar em trabalho enquanto está fazendo outras atividades após o expediente.

(...) evento normalmente vai até oito, nove, nove e meia. Em dias normais dá pra você sair umas seis e meia... eu procuro não me estender muito. Gosto de sair nesse horário pra quando chegar em casa conseguir traçar algumas estratégias. Eu não vou fazer texto em casa; não vou me preocupar em fazer artigo, nem em resolver nenhuma pendência. Mas eu consigo mentalmente traçar algumas ideias e ver até algumas questões que não foram trabalhadas com os clientes. Procuro nesse tempo em que eu fico em casa ver muita... assistir muito jornal, internet, rádio, descobrir novos espaços, descobrir novas mídias, principalmente descobrir novos assuntos.

Para Rodrigo, a vida é tranqüila, ao contrário dos jornalistas que responderam o questionário quantitativo, que afirmaram trabalham em média dez horas por dia e não ter tempo de se planejar a longo prazo. Dorme entre seis e oito horas por dia, gosta do que faz. Mas ao falarmos em relações trabalhistas ele demonstra certo desconforto com a situação. Afirma ser PJ (Pessoa Jurídica), tem empresa própria, mas apressa-se em justificar que já a possuía em função dos livros que lançou. Emite a Nota Fiscal de Serviços e informa a um contador, que gerencia os seus negócios e emite os impostos. E, embora sempre tenha sido registrado e esteja como PJ há mais de um ano, ainda não sabe dizer se a atual situação é melhor ou pior que a anterior. A segurança demonstrada durante a entrevista desaparece.

Tudo é relativo. Quando você é registrado, tem 13º salário, férias, tudo direitinho. Como está na lei você pode exigir. Quando não é registrado, você tem um desconto maior, que pode ser um ponto negativo, dependendo do seu ponto de vista. Quando você é registrado, o seu desconto vai para o INSS e fundo de garantia, e você tem uma série de coisas – que eu sinceramente não fiz as contas e não sou especialista – que são boas por um lado e ruins por outro. Eu acho que – estou há um ano e meio trabalhando como PJ – e para realmente medir mesmo, eu precisaria de um prazo maior para te dar essa resposta. Eu não digo que melhorou, nem que piorou.

Ao ser questionado sobre direitos e deveres para com a empresa, ele se esquivava e não nos dá a resposta.

Eu já tinha uma empresa, porque eu lanço livros. Eu precisava dar nota (fiscal) para as editoras, para receber pagamento. E um dos livros meus eu vendi os direitos, tive que dar nota. Então eu já tinha há muito tempo por causa dos livros. Não porque tinha outra intenção.

Há alguns anos, a comunicação passou a ser considerada ferramenta primordial para as empresas, tanto no trato com o público interno quanto com o externo, para divulgação dos seus produtos, entre outros. Ao assumir o papel de assessores de imprensa, os jornalistas entraram em atrito com profissionais da área de relações públicas. Há uma linha muito tênue entre o trabalho de ambos, que se acusam de estarem invadindo a área um do outro. Rodrigo considera que há, hoje em dia, uma parceria entre o assessor de imprensa e o Relações Públicas. Para ele, o RP “vende” melhor a notícia que escreve. E o jornalista, vice-versa. O assessor de imprensa hoje é uma mistura de jornalista, relações públicas e publicitário: produz, divulga e vende a informação.

Assessoria de imprensa começou nos Estados Unidos, onde quase tudo começa. Nos Estados Unidos e em outros países, o jornalista, quando ele quer atuar em assessoria de comunicação, ele tem que entregar a carteira profissional dele. Ele não pode, como ocorre no Brasil, ser jornalista e assessor de imprensa. E isso com certeza incomoda os relações públicas. Ele é jornalista ou assessor de imprensa? Mas o que eu digo é que isso não leva a nada; é besteira discutir. O relações públicas vende, entre aspas, melhor a notícia que um jornalista de assessoria venderia. O RP é treinado para falar, fazer protocolo, ele se expressa bem, falando bem. Por outro lado, o jornalista escreve muito melhor. Então, hoje em dia, mais do que rixa, eu vejo uma parceria.

Por quarenta anos (de 1969 a 2009) foi obrigatório possuir diploma universitário de jornalismo para exercer a profissão no Brasil. A recente extinção da obrigatoriedade do diploma reduziu, naturalmente, a procura pelo curso caiu, e algumas universidades optaram pelo fechamento do curso. Teoricamente, qualquer pessoa pode exercer a atividade, desde que a empresa esteja disposta a contratá-la. Para Rodrigo, as relações não mudarão com o fim do diploma.

Isso é uma besteira, na verdade. Eu considero uma grande palhaçada. Porque é assim: vai você tentar entrar no mercado sem diploma. Não entra. Porque o próprio mercado exige diploma. E com as redações cada vez mais enxutas, com as assessorias mais enxutas, você tem que ter diploma. Na assessoria de comunicação você só entra se é formado em RP, jornalismo ou se tem QI⁶⁰. Mas com QI você entra em qualquer lugar. Então, exigindo ou não o diploma, sinceramente, é uma grande palhaçada e vai dar na mesma.

---

⁶⁰ Significa “Quem Indicou”, gíria utilizada para demonstrar que aquele profissional foi indicado por alguém importante, ou de alto escalão.

Para o assessor, as universidades devem apresentar uma formação mais pragmática, voltada para a prática. Ao pensar no trabalho que faz como um negócio, não considera importante a formação humanística do aluno; considera apenas o poder de venda do seu produto. E hoje esta visão é compartilhada não só por estudantes e profissionais formados, como também pela maioria dos cursos universitários. Eles não percebem que a formação universitária não é um aplicativo; não tem o formato de um produto a ser manipulado. A formação humanista serve para preparar o futuro profissional intelectualmente, para dar-lhe base cultural e maturidade, requisitos básicos, fundamentais para que se possa tomar decisões e agir.

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. Principalmente na universidade, jornalistas e relações públicas não têm que se deslocar para o laboratório e perder tempo de aula. O computador tem que estar inserido nas aulas, porque hoje em dia quem usa computador, não está integrado às mídias sociais não pode ser considerado profissional. Então as universidades estão debilitadas porque focam muito na teoria ainda. E quando os profissionais saem eles acham que vão aplicar teoria, e a prática é muito diferente. Quando você vai se relacionar com um cliente que está pagando todo mês, é diferente. Na faculdade eles não ensinam como argumentar com um cliente que falou que ainda não saiu na capa da Veja. Eles não ensinam essas coisas básicas, e deveriam passar essa experiência. Poucas universidades fazem isso. Infelizmente muitas universidades se preocupam com a teoria e deixam de lado a prática.

Mantendo essa linha de pensamento, de comunicação como negócio, e o trabalho do assessor como produto, Rodrigo considera os cursos de atualização importantes, para melhor conhecer a aplicabilidade das ferramentas de trabalho.

Sempre. Principalmente cursos que falem sobre as novas tendências, atualização. Porque não basta o jornalista achar que sabe aplicar o conteúdo. Ele tem que conhecer sempre como os outros profissionais estão aplicando e quais os benefícios. E nada melhor que os cursos que vão oferecer a base e todas as ferramentas necessárias e que vão ajudá-lo a refletir sobre a aplicabilidade dessas ferramentas. Então os cursos de atualização são necessários e, na minha opinião, o jornalista deveria participar de dois congressos, cursos, por ano. Tudo bem é custo, mas se você não investe, fica defasado.

Rodrigo gosta de artes em geral e trabalha bastante nas horas vagas. Possui um site sobre cinema e também gosta de escrever livros, inclusive de comunicação. Ao escrever em casa, ele tem a realização pessoal que não pode ter na empresa, local em que precisa seguir normas, técnicas prescritas e pode até sofrer censura. A sua produção caseira é tão grande que pode ser confundida com trabalho.

(É) Lazer, porque estou escrevendo o que eu quero, da forma que eu quero e termino como eu quero. Esse ano eu já publiquei um livro com dicas para o pessoal escrever, um outro livro de crônicas, outro de mistério, e ainda o livro de comunicação.

Ao fazer uma previsão para o futuro dos jornalistas, Rodrigo volta a criticar a arrogância dos profissionais e também a defender a prática das mídias sociais. O que um jornalista precisa aprender para escrever em 140 toques que um adolescente não saiba?

Principalmente com a questão da mídia social em si, muitos jornalistas vão precisar de reciclagem, aprender com o público final – acho que essa é a principal mudança – o jornalista vai ter que deixar a arrogância de lado e chegar no amigo. Como funciona isso? Ele vai ter que entender como nunca o público final, porque vai utilizar as ferramentas que o público final está usando, que é o podcast, vídeos, etc. E o público final que vai começar cada vez mais a dar cartada nos jornalistas, a definir e a pressionar o que é notícia e o que não é. E o jornalista vai ter que ter humildade.

Comparando-se aos americanos, o assessor afirma não saber se vai se aposentar na carreira por não planejar em longo prazo. Não é sindicalizado e, fazendo nova crítica à categoria, diz não pretender ser, a não ser que ocorram algumas mudanças na entidade. É contraditório ao afirmar que o sindicato deveria formar um conselho de jornalistas.

Os jornalistas não têm nem conselho. Isso prova que os jornalistas não sabem se organizar para beneficiar a própria classe. Eu tive contato com outros jornalistas sindicalizados, já tive contato com o sindicato dos jornalistas, e o que eu vejo é “vamos ter o sindicato por ter”. Muitas vezes a gente sabe que os benefícios não são inseridos pelos próprios veículos de comunicação. Para mim, uma das principais funções do sindicato seria a criação de um conselho de jornalistas. Se o sindicato tiver isso como bandeira, com certeza eu estaria me filiando. Porque conselho e sindicato teriam que trabalhar juntos, porque a classe só fortalece se estiver trabalhando junta. Eu acho que o sindicato sozinho parece que está remando contra a maré, em que muitas vezes vai enxergar a ilha, mas não vai conseguir cumprir o seu objetivo. É legal o sindicato se envolver, apoiar a defesa do diploma, mas o sindicato deveria se preocupar em fortalecer a classe criando um conselho, mostrar que o jornalista é importante e que ele realmente

é essencial para a sociedade atual como operário da informação. De estar levando a informação. Se o sindicato não pegar essas bandeiras, não me interessa a filiação.

2.2 – O jornalista cidadão

Luís montou o escritório de assessoria de comunicação na entrada lateral da casa onde mora com os pais, na periferia de São Paulo. Foi lá que ele nos respondeu o roteiro de perguntas abertas, no escritório cujo acesso é independente do restante da casa, assim como o número de telefone e os equipamentos. Possui câmeras de segurança na entrada e fica o tempo todo de olho para o monitor, preocupado com assaltos que, segundo ele, são muito comuns na região. Ele mora no bairro de São Mateus, Zona Leste da cidade, localizado a 20 quilômetros do centro.

Aos 33 anos, Luís trabalha sozinho e conta apenas com companhia do cãozinho Dick. Fala do lugar de uma pessoa de origem humilde, que ainda está batalhando para conseguir uma posição no jornalismo. O pai, natural de Manaus (AM) e a mãe, de Exu (PE) conheceram-se há quase 50 anos em Juazeiro do Norte (CE), casaram e se mudaram para São Paulo. Estão morando na mesma casa desde 1969; o jornalista e mais três irmãs, hoje casadas, nasceram ali; e apenas Luís, o único a conseguir um diploma universitário na família, permaneceu com os pais.

A sua trajetória profissional foi um pouco diferenciada dos demais entrevistados, pois Luís começou a trabalhar há dez anos numa clipadora⁶¹ do Diário Oficial, capturando nomes de advogados em todas as seções dos fóruns. Só depois, em 2006, ele entrou na faculdade de jornalismo. E a ideia de montar o negócio em casa teve o apoio imprescindível do pai. Embora trabalhe sozinho hoje, Luís refere-se aos primeiros anos de trabalho com “a gente” e “nós”, como se ele e o pai fossem uma equipe.

(...) saíam aquelas colunas inteiras com publicações, com os despachos dos processos, que os juízes davam, o despacho para a imprensa oficial, a imprensa redigia, diagramava e colocava os nomes nos linotipos para sair diariamente aqueles despachos. E alguém tinha que procurar; e foram criadas essas empresas. Eu trabalhei na (Dasjus?) e tem a Record, e tinha mais uma outra empresa que também trabalhava com isso, da Associação dos Advogados de São Paulo. Eram essas três. Então a gente fazia isso. A partir daí eu comecei a perceber que o negócio não era tão difícil e aí, eu juntamente

---

⁶¹ Empresa que produz clippings, processo de selecionar notícias em jornais, revistas, sites e outros meios de comunicação, geralmente impressos, para resultar num apanhado de recortes sobre assuntos de total interesse de quem os coleciona.

com meu pai comecei a me estruturar para começar a trabalhar aqui. Daí nasceu a Look Clipping Comunicação, a LCC. Nós começamos a trabalhar com isso... só que, passados mais ou menos uns seis ou sete anos, a gente começou a perceber que a Imprensa Oficial passou a soltar esses conteúdos na internet. Com isso, passou a diminuir muito o meu trabalho, o fluxo de clientes.

A pesquisa qualitativa mostrou que os jornalistas que usam os serviços do sindicato utilizam os cursos como forma de atualização e complemento de carreira. Luiz foi na contramão desse processo; buscou os cursos antes de fazer a faculdade. Pode-se dizer que ele é um autodidata. A partir daí, começou a elaborar releases e ampliar a oferta de trabalhos na assessoria. Embora não tenha MTB⁶², nunca foi cobrado por isso, ou seja, o registro não lhe faz a menor falta para exercer a profissão.

Fui atrás do sindicato dos jornalistas, me filiei como estudante - como pré-sindicalizado, que eles chamam lá – e me matriculei no curso de assessoria de imprensa com a Marli (Bueno). Aí com esse curso aprendi bastante a trabalhar um pouco mais o texto, me interessei, comprei literatura de assessoria de imprensa, tem o livro do Jorge Duarte, tem o livro da Margarida (Kunsch)... fui me interessando, despertando...e aí... depois desse curso já engatei, já fui para o de comunicação interna, com o Walmir (de Medeiros Lima). Foi aí que eu o conheci, e até hoje sou amigo dele, a gente tem contato, sempre que ele tem alguma coisa, ele me indica. Foi assim. Da comunicação interna eu fiz outros cursos, fiz jornalismo online com o Mauricio (Gasparotto), que dá aula na Metodista, depois eu fiz curso de repórter no telejornalismo, com o Evandro de Marco, também no Sindicato dos Jornalistas. Eu fui engatando os cursos e pesquisando muita literatura para buscar mais. Eu tenho muito contato com professor. Tenho contato com professores da Unisantana, da Unip até hoje.

Um dos principais problemas apresentados pelas faculdades que oferecem curso de jornalismo no Brasil é a falta de equipamentos e estrutura física. As mensalidades são altas, existe procura, mas não se sabe onde são investidos os recursos. Luís sentiu esse problema na pele, ao ingressar em 2006 na Unisantana; tentou solucionar o problema mudando para a UNIP (Universidade Paulista) no segundo semestre daquele ano, em busca de melhores condições. Espera terminar o curso em 2010.

Eu mudei porque os aparatos da Unisantana eram muitos insuficientes. Lá nos tínhamos problema com relação a uso de computador. A Unisantana estava vindo de uma crise financeira muito forte e eles não tinham dinheiro para investir nos equipamentos. E com essa dificuldade que eu comecei a perceber, eu fui pra Unip. Lá é um pouco melhor com relação aos equipamentos, que você pode usar mais à vontade. Pode chegar num horário

---

⁶² Registro de jornalista profissional, emitido pelo Ministério do Trabalho.

mais tranquilo e usar os equipamentos, que já é diferente da Unisantana. Lá são poucos computadores e, para um jornalista, hoje, precisa de muita produção digital.

Embora o “grosso” do seu trabalho seja fazer clippings e ainda não tenha terminado a graduação, insere-se com desenvoltura ao mundo do jornalismo. Ao falar da profissão, refere-se aos jornalistas como “nós”. Para ele, ser jornalista é ter uma visão apurada do mundo que o rodeia.

Tem a criatividade, a leitura de mundo, que é uma das coisas mais importantes do jornalismo, que é você perceber o que é notícia e o que não é notícia... ter essa percepção de quando a gente anda na rua. Nós, como jornalistas, conseguimos olhar algumas situações de uma outra forma que um cidadão comum não vê. Essa é a diferença.

Luís nasceu numa família de origem humilde e mora na periferia da cidade; talvez, por esses fatores, tem uma visão apurada dos problemas que enfrenta no bairro, como a falta de transporte, de infra-estrutura. E, como cidadão, luta da maneira que pode pelos direitos da comunidade: por meio do jornalismo. Mostra-se bem informado com relação aos problemas e também aos meios de comunicação e profissionais que lá trabalham, chamando-os, inclusive, pelo nome.

Por exemplo, se um carro bateu, a gente não vai olhar para o carro, e sim para o problema, procurar a causa. Se tinha um buraco na rua, olhar o porquê desse problema. Eu já passei por situações aqui no meu trajeto, de ida e vinda da faculdade. Vi um buraco sair do nada e ir aumentando e, como faço clipping, tem alguns jornais que tem o nome do jornalista, às vezes eu pegava o caderninho e anotava o e-mail do jornalista ou gravava lá no próprio Outlook pra mandar um e-mail pro jornalista comunicando aquele buraco. Através disso eu consegui algumas proezas.

Percebemos, pelas falas de Luís, que ele faz as observações, as denúncias e as cobranças por puro prazer. Tem consciência de que nem poderia pensar em ter muito em troca: almeja ter apenas um pouco de visibilidade. E continua estudando por conta própria: faz um papel de *ombudsman*, verificando erros de português que saem nos jornais e cobrando dos jornalistas uma escrita correta. Com a extinção dos cargos de redatores e copidesques das redações, não há quem cumpra o papel de revisor. Os jornalistas precisam confiar na própria experiências e nos programas de computador.

Eu não ganhei nada, apenas satisfação porque consegui fazer um negócio pra comunidade. Foi legal porque consegui mostrar a Zona Leste, né? E serviu para manter

contato com a imprensa, briguei muito com jornalista, porque uma coisa que eu sempre prestei atenção foi com a redação, a língua portuguesa. Eu, de repente, quando terminar o curso de jornalismo, e alguma escolinha aí me contratar para dar aula de português, eu dou aula de boa. Porque eu tenho segurança, eu posso fazer o negócio. Porque eu gosto de estudar. Eu estou com uns livros aqui, não só gramática, do (Jose Luiz) Fiorin, do (Domingos Paschoal) Cegalla. Eu faço questão de ficar olhando esses livros; é minha praia, eu gosto disso. E às vezes eu encho o saco dos jornalistas. Então tem caso de apostrofo que ela passou batido, esqueceu de colocar entre vírgulas. Porque a vírgula realmente é complicada, eu mesmo tenho dificuldade com ponto e vírgula ainda, reconheço. E batalho muito pra ver se consigo sanar essa dificuldade.

A criação rígida que teve dos pais, que sempre o fizeram acordar cedo, foi importante para Luís manter a disciplina na rotina que mantém hoje. Acorda às cinco da manhã para ler 15 jornais impressos por dia, além daqueles online, tarefa que é feita em três horas. É evidente a preocupação do jornalista em enviar o material do clippings para os clientes ainda na parte da manhã, o que seria o seu diferencial em comparação às outras empresas. Depois, até as 14 horas, o profissional dedica o seu tempo ao trabalho do Diário Oficial.

Eu consigo parar e tomar café, isso é sagrado. Não posso fazer loucura também. Mas eu consigo, por exemplo, com os jornais, deixo os equipos aqui na frente. À medida que vou recortando as imagens, já trato as imagens. E depois já vou diagramando para disparar, no máximo oito e meia da manhã, o clipping para o cliente. Todos os conteúdos dos clientes. Porque as clipadoras têm um problema, eu já percebi: eles mandam muito tarde o conteúdo. Eu sei porque tenho uma amiga que trabalha na Restaurant Week e está tendo problemas com a clipadora porque eles mandam muito tarde, muito distorcido e tal. E eu sozinho – porque eu não tenho funcionários, eu sou sozinho aqui – consigo mandar toda manhã.

O período da tarde, antes de ir para a faculdade, divide-se entre a dedicação a dois blogs - que Luis mantém com regularidade, um voltado para a música (Paulicéia do Jazz) e outro para jornalismo e literatura (Casos Urbanos) – e a trabalhos esporádicos de assessoria de imprensa. É com imenso prazer que ele fala dos blogs, um jeito de realizar o seu gosto pela música e também exercitar o jornalismo cidadão, por meio de reportagens denúncias. Para ele, é também esperança: uma vitrine, que talvez um dia possa ser vista por um grande jornal que venha a contratá-lo. Inspira-se na história de uma amiga que fez um blog sobre dança e hoje possui uma coluna de jornal no interior de São Paulo.

E essa é a minha batalha dos blogs, porque é uma vitrine que eu tenho, tanto o Paulicéia, quanto o Casos Urbanos. Só o que me dá retorno é o Paulicéia, porque eu já peguei a

nata da música paulista. Nesses dias mesmo eu peguei Diego Figueiredo, lá no Memorial da América Latina e a cantora de jazz que foi vencedora do Festival de Montreaux, a Shirley Imbert.

Como a maioria dos jovens que ingressam na carreira, Luís não esconde a sua vontade de trabalhar em um grande jornal: declara, com todas as letras, que tem muita vontade e é otimista ao acreditar que conseguirá.

Olha, eu vou ser sincero. Eu sei que jornal, eu acredito que contrate, eu tenho esperança, porque esse blog, Paulicéia do Jazz, ainda vai me dar muitos frutos. Eu acredito muito nisso.

Entre os milhares de profissionais que atuam no mercado, a maioria ainda não completou 30 anos de idade. Aos 33 anos, Luís ainda é jovem, mas tem os pés no chão com relação à realidade da profissão ao considerar-se um “idoso” para o jornalismo. Mas parece encarar essa crueldade com ironia e bom humor.

Eu tenho amigos na Record que estão quase fugindo de lá. 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? Tenho um amigo de 36, uma amiga de 39. Só que a gente tem perfil de assessoria de imprensa. Dos 32 em diante, os velhinhos são assessores de imprensa. Televisão já não vai. A não ser que eu faça uma puta recauchutagem, aí sim eu vou pra tevê. Não digo uma tevê cabeça de rede, mas uma tevê pequena, certo? É por aí que funciona.

Para o profissional, o problema da má formação dos jovens jornalistas não é a graduação, e sim a falta de base escolar e cultural daqueles que ingressam nas universidades. Essas deficiências acabam se refletindo na dificuldade que o profissional tem para traduzir o cotidiano.

Hoje você vê uma galera que não sabe ler, não sabe escrever, não sabe pensar; e quando vai pra faculdade de jornalismo se atrapalha... Porque não conseguem traduzir. Tem dificuldade de traduzir aquilo que vêem pra escrever. Eu tenho uma amiga que é RP (Relações Públicas) e é um exemplo, porque a empresa investe um dinheiro nela. E não é pouco dinheiro: são quatro mil reais mensais para executar o serviço. E ela tem dificuldades enormes de escrever, fazer um planejamento um briefing. E quantas vezes eu estou aqui, online, e ela me pede ajuda!

Não é todo mundo que se adapta a trabalhar em casa, sozinho. Luís parece não se incomodar. Já tentou contratar auxiliares, mas não encontrou pessoas dispostas a trabalhar

em uma casa, ao invés de uma redação ou de um escritório. Embora tenha demonstrado vontade de trabalhar em um grande jornal, ele defende a sua opção/situação utilizando a preservação do meio ambiente como justificativa.

Aqui é tranquilo. Pra começar, estou isolado da minha casa. Aqui é o meu canto, ninguém passa, é outro número de telefone, aqui é meu outro contexto. Eu tenho um amigo, da área gráfica, que tem uma puta dificuldade, porque ele trabalha do lado da cama. E ele tem Transtorno Obsessivo Compulsivo (TOC) e também tem problema de Síndrome do Pânico... e ele não consegue acordar cedo. Ele fica trabalhando à noite e acordando muito tarde. E não está conseguindo nenhum trampo, porque ele não tem horário.

(Trabalhar em casa) É uma tendência, mas acontece que a cultura desses meninos vem de pais que trabalhavam na fábrica, dos pais que saíam de casa todo dia pra trabalhar. Essa cultura, eles não entenderam ainda o porquê. Isso sim é ecologicamente correto. Porque eu não estou queimando combustível por aí. A única coisa que eu acho ruim aqui ainda, é que eu tenho que imprimir algumas peças no papel. Não tem jeito. Eu estou pra negociar isso com alguns clientes, falar “olha, eu não quero mais usar papel”. Não quero mais, porque eu conheço os sistemas de gravação.

Para ele, escrever nos blogs, ir aos shows, fotografar é “distração, divertimento, ligar o trabalho ao lúdico”. Na verdade, é a realização do jornalista que almeja um dia ser. Gosta de se fazer passar por uma pessoa culta, que curte teatro, cinema europeu e não gosta de televisão, talvez um programa muito popular para o jovem jornalista.

Televisão não, eu não tenho saco pra televisão. Acho que quando a gente faz comunicação, a gente lê tanto jornal que olha para as notícias e dá risada, não consigo levar aquilo a sério. Também não tenho paciência para assistir novela. Só se for um negócio muito interessante, um documentário... Cinema, só se for europeu, porque não tenho paciência com filme americano. Teatro é bom também, mas eu vou poucas vezes ao teatro porque às vezes não sobra janela por causa dos shows. Mas quando eu tive oportunidade de ir pude ver boas peças.

O jornalista que trabalha como PJ e em casa, como é o caso do Luis, não tem direito a férias, 13º salário e fundo de garantia, entre outros benefícios. Apenas paga um plano de previdência e, embora tenha tempo livre nos finais de semana, ele sente falta de tirar férias, fazer viagens longas, o que é impossível na sua atual rotina de trabalho. Mas evita reclamar da situação e até mesmo minimiza o fato, mudando rapidamente o discurso. Trabalhar em casa é, infelizmente, uma tendência que se amplia a cada dia. O problema é que a opção não é do trabalhador; é uma imposição do mercado de trabalho ou da própria empresa.

Por um lado é ruim, por outro lado é bom porque você aprende a administrar o seu dinheiro. Porque a gente aqui no Brasil é muito influenciado pelo capital, né? É engraçada a forma como os caras trabalham os discursos na mídia. Tem pessoas que trabalham aqui às vezes para fazer serviço de limpeza, e quanto mais distantes as camadas, elas são interessantes, elas valorizam muito a questão do carro... eu tenho carro, mas não ele não é a minha vida, é meu meio de transporte.

Na opinião de Luis, o jornalista do futuro vai trabalhar em casa. Usa como argumento, a princípio, a dificuldade de locomoção da cidade, por causa do trânsito. O verdadeiro motivo, no entanto, é a precarização, que obriga os jovens a aceitar as imposições das empresas.

Eles não querem arcar com nada, porque o dinheiro encurtou hoje em dia. Tem gente cobrando 350,00 pra fazer serviço de clipping, o que é uma vergonha. Eu deixei de atender algumas empresas porque os caras queriam muito barato. (...) é vergonhoso, estou deixando de atender algumas empresas por causa disso. Por exemplo, eu atendia uma empresa que me pagava mil Reais. Eu fazia a diagramação do jornal, bimestral, e eu fazia o clipping. Eles não deram a mínima. Não deram valor pro serviço. A gerente de marketing simplesmente dispensou todo mundo, dispensou o clipping, assessoria de imprensa, disse que não precisava mais. A comunicação não tem valor para eles.

2.3 – Jornalista de gabinete

Fernanda trabalha em uma assessoria de comunicação situada num prédio elegante da região da avenida Paulista. Mas não se deixa deslumbrar por isso. Preferiu responder às questões do nosso roteiro em um café próximo ao local de trabalho, onde também poderia fumar à vontade. Com 26 anos, a jornalista gosta de ostentar um ar e aparência de intelectual. Declara ser ideologicamente de esquerda e fala com a segurança de uma jovem de classe média que não se deixa deslumbrar pela profissão, bastante consciente das deficiências do seu mundo do trabalho.

Ao relatar a sua trajetória, Fernanda conta que entrou em 2002 no curso de jornalismo do Mackenzie e, ao mesmo tempo, em ciências sociais na USP. Conseguiu levar o que chamou de “essa vida insana” por um ano e meio. Ao contar os motivos da desistência da USP, mostra detalhes de sua personalidade. Primeiro, porque não achava nada confortável ser sustentada pela família.

Não terminei e eu queria trabalhar, precisava trabalhar, estava achando muita folga eu ficar em casa, fazendo duas faculdades, com a minha mãe me sustentando... e aí eu resolvi, falei não, vou optar mesmo pelo jornalismo e vou fazer uma coisa mais focada.

Além disso, a esquerda que Fernanda idealizava não foi encontrada na USP. Era o ideal de um tempo de luta contra o sistema vigente. Mas hoje os jovens e os tempos são outros! A decepção com as deficiências encontradas na universidade pública foi tão grande que a jovem sequer trancou matrícula; simplesmente, abandonou o curso.

Porque a USP me decepcionou muito. E como eu sempre tive uma questão ideológica muito forte pra esquerda, eu achei que nunca ia me adaptar ao Mackenzie, que é uma escola tradicional, e achei que ia chegar na USP e cair nos braços do povo, entendeu? E foi ao contrário. Eu tinha muita dificuldade... eu entrei lá e tive quatro meses de greve, essa falta de recursos, tudo. Então é assim, é tão difícil você fazer um curso superior né? Porque tem o curso em si que é uma coisa que demanda tempo, as leituras e tal, a minha loucura de querer fazer duas faculdades – tem gente que consegue, mas eu não. E aí, o que eu fiz? Para compensar esse curso que eu deixei pra trás, agora estou fazendo uma pós-graduação em políticas e relações internacionais.

Embora tenha se formado há pouco tempo, Fernanda trabalhou em diversas empresas e funções: como repórter, assistente de fotografia, assessoria de imprensa e de comunicação. Gosta de destacar, com bom humor, que o único emprego que conseguiu em jornal foi ainda no estágio, o que representa certa frustração na carreira. Hoje, além de assessoria de imprensa, trabalha na *Imagem Corporativa* com gestão e prevenção de crise e treinamento de executivos. Acha que as três funções estão atreladas ao trabalho jornalístico, principalmente de apuração e, por isso, chama a si própria de “jornalista de gabinete”. São esses profissionais que preparam o texto que será utilizado pelas redações, trabalho que normalmente é gerenciado por um jornalista proveniente da grande imprensa. Esses textos são bem feitos, apurados, entregues praticamente prontos para as redações.

A minha primeira e única experiência em jornal foi na Folha Dirigida, que é um jornal de empregos e concursos; fiquei 45 dias como estagiária lá, fui mandada embora, eu achei que a minha vida ia acabar, que eu era uma negação... aí depois eu fiquei durante seis meses como assistente de fotografia do Walter Firmo... depois eu fiquei oito meses numa empresa de engenharia, que produz bens de capital – fiquei fazendo comunicação lá, depois eu fiquei seis meses na Cooperativa Paulista de Teatro. Aí me formei, fiquei fazendo freelancer na área, mas nada de reportagem mesmo, só assim trabalhos fotográficos, trabalhos em editoras... e aí fiz um freela inclusive nessa agência que eu estou hoje, fiz um freela no começo de 2006, fiz um freela para a CNN também, e aí fui convidada para trabalhar na Máquina da Notícia. Fiquei um ano e meio lá, e aí surgiu uma vaga aqui, o pessoal já gostava de mim, daí fui convidada para trabalhar onde estou hoje, que é na Imagem Corporativa, há dois anos.

Gostar de ler e de escrever são os principais atributos enunciados pelos jornalistas ao optarem pela carreira. Mas a jovem mostra que queria mais. Além das qualidades citadas, aponta a curiosidade e a grande vontade que possuía em ajudar o próximo, levar conhecimento por meio da informação. Demonstra ter vocação para o jornalismo, embora tenha rejeição pelo trabalho em jornal.

Gostar muito de ler e, por consequência escrever, eu acho que uma coisa está muito ligada com a outra, né? Ter um interesse constante por tudo, absolutamente tudo, até coisas que eu não gosto – não gosto de futebol, mas acho que temos de saber o mínimo... e essa capacidade de síntese das coisas, de poder passar, pegar uma informação, digerir ela para deixar palpável num nível... universalizar a informação, acho que foi uma coisa que me pegou assim. Eu sempre tive muita curiosidade por tudo; e sempre me encantei com as pessoas que conseguiam, de uma certa forma, fazer isso palpável. Trazer para pessoa que não tem todo o recurso da educação de uma forma que ela entendesse também, e eu vi que uma saída era o jornalismo. Então tem o braço serviço, tem o braço informação e tem o braço entendimento, conhecimento também.

O que é mais importante para um jornalista? O conhecimento, a cultura geral, ou a busca pela informação? O conhecimento acadêmico, muito valorizado por Fernanda para o exercício da profissão, não é, segundo ela, o encontrado nos jornalistas de hoje. Para resolver as próprias deficiências, a jovem busca fazer cursos relacionados a assuntos que lhe interessam, mas que não domina, como relações internacionais e responsabilidade sócio-ambiental, entre outros.

Eu acho que tenho a sorte de trabalhar com pessoas que tem um conhecimento profundo – não exatamente sobre o que elas fazem, mas sobre a cultura em geral. Mas eu estou vendo que, cada vez mais, o jornalista é um cara que não sabe nada e tem que... eu acho que você mediatiza muito, porque é um cara que só busca a informação. Porque eu acho que a informação, para você ler um bom texto jornalístico, tem que ter uma pessoa que busque informação em fontes que são confiáveis, fontes que conhecem o assunto, mas que ele possa também, com a bagagem que ele tem, dar um formato naquele texto e fazê-lo mais coeso. Eu acho que hoje em dia as pessoas que escrevem não vão buscar esse conhecimento.

A falta de base cultural é um problema existente entre os jovens jornalistas. Ao conviver com estagiários no trabalho, associa essa deficiência ao comodismo e falta de iniciativa dos jovens. Para ela há, inclusive, uma inversão de valores.

Não é da faculdade, mas falta por exemplo... tudo bem que é lógico que não vai pedir para um estagiário saber... não tem essa obrigatoriedade de saber coisas muito antigas e

tal, mas por exemplo, não saber o Collor, história recente do país, partidos políticos e tal, isso eu acho de uma... e outra, ninguém lê jornal! Pessoas que não lêem jornal! Não é nem questão do jornal, eu prefiro rádio ao jornal, porque o jornal é muito complicado de abrir, sujar a mão, limita. Mas assim, chegue no trabalho sabendo o que está acontecendo. Então eu sempre surpreendo o estagiário. E eu acho que tem que ser o contrário, porque ele é mais novo que eu, tem que estar mais ligado, mais acomodado nessas tecnologias, entendeu? Porque eu já tenho restrições com algumas delas, eu já não consigo participar de tudo. Ele tem que me trazer as novidades, né? Então quando eu conto uma novidade do dia eu falo “não, perai, tá errado”. Tem que ser o contrário, ele que tem o sangue novo, tá vindo, e tal. 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, enfim...

Coerente com o seu posicionamento em relação à importância de se ter uma base acadêmica, Fernanda defende a obrigatoriedade do diploma para exercer a função de jornalista. A introdução do diploma, nos anos 1960, mudou o perfil do jornalista, que passou a ser formado por pessoas provenientes de classes mais abastadas (Dines, 2002). Para ela, o diploma funciona como um “filtro”, para selecionar os melhores profissionais do mercado.

Eu acho que quem começou ali nos primórdios do jornalismo, quem tem uma capacidade de escrever muito grande... ninguém vai pedir diploma pro Cony, entendeu, o cara fez a vida inteira no jornalismo, sabe, e numa época que não tinham cursos de jornalismo e tal, eu acho ok. Mas eu acho que para as pessoas que estão começando é essencial ter uma formação superior. A formação superior já é fraca, não é nem pelas teorias nem nada, ela é fraca, não te dá um panorama assim do que é, não aprofunda na teorização, nada. E se você tirar isso ainda, eu acho que a pessoa não vai estar nem um pouco preparada. Mas, independente de com diploma e sem diploma, a lógica do mercado é outra. A lógica do mercado vai pedir diploma, não vai adiantar, entendeu? A não ser que você tenha anos, e outra, como é que você vai chegar com dezoito anos e dizer que tem um blog há dez anos? Não tem uma experiência comprovada aí. Então eu acho que para uma pessoa que está iniciando a carreira o diploma é necessário sim.

A introdução de novas tecnologias, principalmente das redes sociais, mudaram a relação entre a mídia e o público receptor. O Twitter, por exemplo, está mudando essa relação, pois, por meio dele, o telespectador pode manifestar a sua insatisfação imediatamente. Para Fernanda, a principal mudança está na independência proporcionada pelos novos meios aos receptores.

Mudou porque agora o feedback do público, cliente, o que seja, é muito mais rápido. E é muito impactante. A gente até conversando aqui com os colegas, vendo que... o que tem acontecido hoje no Twitter em relação à televisão... a televisão está tomando tudo de volta, aqueles anos de silêncio para o telespectador está tomando na cabeça, entendeu? Então eu acho que mudou muito, é muito mais fácil uma pessoa se estabelecer como um jornalista, fazendo um curso superior, saindo da faculdade, colocando seus trabalhos, fazendo reportagens por conta própria hoje, por blog, Twitter, redes sociais, do que quando eu acabei de me formar. Lógico que a gente manda texto, manda currículo, mas essa independência que hoje esses meios proporcionam, não tinha naquela época. Então hoje é muito mais fácil você pegar um jornalista que ele tem um blog dele, trabalha por conta própria e é um cara que tem um nome respeitado.

Quase todos os jornalistas hoje mantêm um blog, seja apenas por prazer ou por acreditar que pode ser uma vitrine para trabalhos futuros. Fernanda também possui dois blogs: um voltado para a literatura e outro para cinema. E também quer passar para “o outro lado”, ou para a redação, como a maioria dos colegas que trabalham com assessoria de imprensa. A jornalista acha importante, porém, o aprendizado corporativo/empresarial que está adquirindo agora, e que pode ser útil em outra função também. Ou seja, a reportagem vale pelo seu poder de divulgação. E o planejamento da reportagem “deve” incluir o marketing.

Eu acho um aprendizado necessário. Porque eu acho que quando você pega esse negócio do cliente, da corporação e dos processos de gestão, e tal... não é um tema que eu acho que vai mudar a minha vida. Nunca foi a minha praia. Mas eu acho que quando você incorpora isso, pode melhorar muito o seu trabalho pra.. você pode aplicar no jornalismo também, fica muito mais fácil. Você planejar uma divulgação, se você planejar uma reportagem que você vai fazer, vira uma coisa muito mais fluida, né? Então eu estou tentando conciliar, na verdade estou fazendo trabalhos paralelos, sem remuneração, para tentar, de uma certa maneira, entrar ali, ver o que eu posso oferecer.

Embora a jornada de trabalho estabelecida pelo Sindicato dos Jornalistas seja de cinco e sete horas, essa não é uma realidade da categoria. Dez horas é a média de trabalho dos profissionais, assim como Fernanda, que entra às nove horas e sai “quando Deus quiser”.

Eu trabalho em média nove horas e meia, dez horas por dia. Mas já fiz picos de quatorze, dezesseis horas...

(Finais de semana) Quando necessário. Quando eu tenho alguma coisa muito importante pra segunda-feira ou, como eu trabalho com prevenção de crise, eu estou suscetível, se der algum problema no cliente, daí a gente entra... mas aí no final de semana são geralmente duas horas... não é nada comparado à semana.

Fernanda divide o carro com os pais, então é mais comum que utilize o ônibus como meio de transporte. Demora entre uma hora e meia para chegar ao trabalho. Desse modo, precisa acordar às seis da manhã, para sair às sete horas e não se atrasar. Mas, antes de sair, a jovem ainda entra na internet e vê as principais notícias do dia. E vai ouvindo rádio pelo caminho. A jornada de trabalho é contínua, mesmo fora do escritório. Ao narrar a sua rotina, o tom de absoluta normalidade da jornalista demonstra o quanto está incutido no profissional essa relação com a profissão. Ou seja, jornalista é jornalista em tempo integral, não importa onde esteja.

Eu chego, abro meus e-mails... em casa já eu entrei no computador, já vi o que está na capa dos jornais, Folha, Estado, Valor Econômico...Venho ouvindo rádio pra saber o que está acontecendo e quando chego aqui já estou mais ou menos por dentro. Abro os meus e-mails e toco os trabalhos que tem, alguma coisa de divulgação... mas como tem esse viés da crise, a gente mata no peito, espera cair o mundo pra resolver. Então tem essas demandas que são urgentes, e tem as coisas que a gente vai tocando com mais tranquilidade, que é a extensão dos trabalhos, trabalhos de divulgação, planejamento, essas coisas.

A empresa em que Fernanda trabalha possui cinquenta pessoas, entre funcionários e estagiários. A relação trabalhista que mantém com a jovem é de PJ, ou pessoa jurídica. Ela tem uma empresa e precisa arcar com INSS, contador e impostos. E sem direito a fundo de garantia, décimo terceiro salário e férias. A empresa dá, segundo Fernanda, 30 dias de descanso remunerado, mas sem pagar o terço a mais que todo trabalhador tem direito. Então, não são férias! Na empresa em que trabalhava anteriormente ela era registrada, e hoje sente a diferença, assim como a maioria dos seus colegas de trabalho e de faculdade.

Puxa, registrado é porque é certo, né? Então assim, as coisas são bem a mais até, que você não espera tipo, a gente teve décimo quarto salário naquele tempo e tal. Fora a comodidade de ter um ticket alimentação, de ter um vale transporte, porque eu acho que é isso que pesa mais. Quando você é PJ você não está lidando com o salário real, o que você recebe não é o salário real, né? Reduzindo todas essas coisas, acaba sendo muito menos do que você gostaria de ganhar ou que você mereceria ganhar.

A consolidação das Leis de Trabalho (CLT) é aquela que regulamenta as relações trabalhistas. Desde a sua publicação, na década de 40, sofreu várias alterações, adaptando-se às mudanças da modernidade. Mas ainda é o principal instrumento para

regulamentar as relações de trabalho e proteger os trabalhadores. Entre os jornalistas, apenas uma minoria é registrada e acordo com a CLT. Com a precarização da profissão ocorrida principalmente a partir dos anos 1980, surgiram novas formas de contratação para burlar a lei e também novas nomenclaturas, como autônomo, freelancer, PJ e cooperado, entre outros. Ao afirmar que considera as atuais mudanças no mundo do trabalho do jornalista como uma “involução”, Fernanda demonstra estar bem situada sobre as suas condições. Mas, embora afirme ter uma posição de esquerda e não concordar com as condições impostas pelo sistema, não há muito a fazer. A não ser aceitar.

(...) a gente está num período de quarteirização do intelecto, né? Você não é nem mais terceiro. Se você vai olhar no começo da cadeia, quem contrata assessoria de imprensa está contratando um terceiro que contrata um quarto pra fazer. E eu fico muito intrigada com essa involução. Porque eu acho que as leis trabalhistas são um grande ganho pro Brasil enquanto país, né? E essa involução – não acho que a gente está evoluindo nas relações de trabalho e não sei o quê. Porque se fosse uma quarteirização Home Office, com qualidade de vida e tal, poderíamos falar em mudança. Mas eu acho que a gente está regredindo muito fortemente. Só que é um jogo. Se você não quiser, pode ir embora, ninguém está te obrigando a ficar aqui, trabalhando desse jeito. E a relação é legal, está dentro da lei. Porque tem um contrato entre as empresas, e não sei o quê. Então eu posso reclamar disso? Posso, mas melhor que reclamar é ir embora se não o satisfaz, né? Só que o que a gente mantém com isso? A exploração. Por que o cara não pega e registra todo mundo? Primeiro, eu entendo uma parte dele, é muito caro. Trabalhador é muito caro, é o dobro do salário dele, todos os benefícios e tal. Só que, por outro lado, se não dá pra trabalhar desse jeito, não trabalha, não vem abrir empresa. Eu acho.

Se nos colocarmos no lugar do empregador, veremos que a situação também não simples, com altos impostos a pagar. A jornalista radicaliza e afirma que, se for desse jeito, não poder dar sequer um tíquete refeição, é melhor não ter um negócio. E culpa o inchaço do mercado de trabalho, que abre brechas para esse tipo de relação. É a tal lei da oferta e da procura: muitos jornalistas, em situação de desemprego, aceitam essa precarização; também aceita trabalhar a um preço mínimo. Tem alguma solução? Demonstrando lucidez, Fernanda dá sugestões.

Primeiro, mexer na tributação. Lá em cima, tem que mexer nisso daí e incentivar o registro dos trabalhadores. O governo tinha que fazer uma política para incentivar esse registro. E parar com isso, porque se é muito caro, vamos trazer para um...quando você fala de uma empresa muito grande, pra eles não faz diferença nenhuma. Mas quando você fala de uma média empresa, que está lá, é muito pesado. E eu entendo isso. Imagina, eu como microempresa, uma pessoa, já tenho que pagar um absurdo! Então eu fico pensando, nas devidas proporções, o quanto não deve ser. Agora, se fosse amenizado

isso daí, estimular o empreendedorismo, porque é isso que falta no Brasil, aí eu acho que vai começar a melhorar. Porque todo mundo quer ser legalizado e todo empregador quer ter um trabalhador feliz na sua empresa, que vista a camisa. Acho que é isso.

Fernanda não tem namorado, mas afirma que não é por falta de tempo. Gosta de sair com as amigas para comer fora e sempre arranja um tempo para dar atenção aos pais, principalmente nos finais de semana. Não gosta de assistir à televisão – fala, com orgulho, que “aboliu isso” da própria vida -, e demonstra gostar muito de estudar; não apenas para se atualizar, como a maioria das pessoas. Para ela, cursos de atualização não fazem diferença na hora de arrumar emprego, pois, no jornalismo, a maioria das vagas é preenchida por indicação.

Como todos os jovens jornalistas, Fernanda gostaria de trabalhar em uma redação, escrevendo sobre cinema ou teatro. Esse desejo nos é contado com certo brilho no olhar. Ao dizer isso, ela demonstra frustração por não poder unir satisfação pessoal no trabalho ao dinheiro. Mas quem não gostaria? A jornalista está focada para conseguir.

Profissionalmente eu queria buscar uma coisa que tivesse mais em linha com o que eu gosto, com as coisas que são as minhas afinidades, entendeu? Com o cinema, com o teatro... profissionalmente eu queria isso. Eu queria conciliar, na verdade, ganhar dinheiro fazendo o que eu gosto. Mas no momento eu faço o que eu gosto e não ganho dinheiro. E ganho dinheiro com uma coisa que – eu não odeio o meu trabalho, assim por não mexer com essas coisas. Mas eu tenho claro pra mim que aqui eu estou colocando só o meu trabalho, o meu profissionalismo, né? A minha paixão fica do lado de fora. E acho que dá pra desempenhar muito legal, correspondendo às expectativas do empregador e cliente, sem fazer uma coisa com o fígado... é totalmente cerebral e... aí eu estou tentando mirar a minha carreira pra me aproximar mais dessas coisas que eu gosto como pessoal, pra ver se eu consigo conciliar, se eu consigo trabalhar a favor disso.

O preconceito existente entre os jornalistas que trabalham nas redações e aqueles que estão em assessoria de imprensa é citado pela jornalista para justificar a sua opção em não ser sindicalizada. Para ela, o sindicato é focado apenas em quem trabalha nas redações, que hoje representam 20% dos jornalistas brasileiros. Ou seja, os assessores de imprensa não estão sendo representados. Talvez o sindicato deva repensar a sua posição e o seu foco de atuação nos assessores de imprensa, que são 80% dos jornalistas, número muito significativo.

Eu acho... eu não sei, tenho a impressão que sempre quando falam sindicato pra mim tenho a impressão de uma burocratização muito grande. E eu acho – posso estar erradíssima – mas a percepção que eu tenho é que o sindicato ainda é “sindicatão, partidão”, sabe, nego de redação, entendeu? Rola um preconceito louquíssimo entre pessoas de redação e pessoas de agência. A gente sabe disso. Então você é mal atendido

numa redação, as pessoas acham que o seu trabalho é menor, porque ainda tem essa coisa de “ah, não, eu sou jornalista”, sendo que todo mundo vive de publicidade, de salário. Então eu acho que sindicato é mais voltado pra isso, pra nego de redação e tal. Eu não me sinto representada pelo sindicato enquanto trabalhadora, PJ, de uma agência de comunicação. Eu acho que é por conta disso.

2.4 – Trabalhar em casa não é tão legal assim

Cristiane bem que tentou fugir da carreira. Cresceu no meio de jornalistas - a avó era prima de Claudio Abramo e a tia é jornalista – e desde cedo frequentou redações e ambientes culturais. Ainda adolescente, achava que fazer jornalismo era loucura, pois não dava dinheiro. E até tentou escapar, fazendo um curso técnico de patologia clínica e trabalhando durante dois anos em um laboratório.

Todo esse sacrifício, no entanto, não adiantou. A paixão pela leitura e escrita, e a influência familiar foram mais fortes que o preconceito. Cristiane deixou os pais em Jacareí, interior de São Paulo e foi para a Universidade Estadual de Londrina cursar jornalismo. Ficou durante cinco anos e, nesse meio tempo, ficou um ano fazendo intercâmbio na Itália.

Hoje a jornalista fala do lugar de uma profissional que gosta do que faz, considera certa a sua escolha, mas está decepcionada com a precarização do trabalho do jornalista. É filha única de um casal já maduro de classe média, mas nota-se que não tem posses; Cristiane estudou em universidade pública e sempre trabalhou para o próprio sustento.

Logo após a conclusão do curso, ela precisou sair de Londrina, por causa da escassez de vagas de trabalho na região. Foi para São Paulo, onde ficaria mais perto dos pais. Com 29 anos de idade e apenas três de profissão, Cristiane trabalhou no site da revista Imprensa até ingressar, há dois anos, em um site voltado para o meio ambiente. O trabalho é, na maior parte, em home office, ou seja, tirando algumas viagens esporádicas, ela fica o tempo todo trabalhando no apartamento onde vive. E foi nesse local que a jornalista respondeu ao nosso roteiro de perguntas abertas.

Embora afirme estar motivada por trabalhar com meio ambiente, a jornalista demonstra clara insatisfação em trabalhar em casa. Percebe-se que a sua frustração ficou ainda maior depois que a empresa retirou os seus direitos trabalhistas. Cristiane foi, a princípio, contratada como freelancer, mas precisava emitir Nota Fiscal que comprava de algum conhecido, prática ilegal, mas muito difundida entre os profissionais de

comunicação. Ao afirmar que “todo mundo faz”, a jornalista tem plena consciência do ato, mas parece não ter outra saída. Era isso ou ficar sem a vaga.

De freelancer, ela foi contratada pela CLT e hoje é PJ. O motivo alegado pela empresa é a crise financeira mundial, ocorrida entre os anos de 2008 e 2009.

Era CLT, eu fiquei com eles uns oito meses como freela e comprava nota, dava nota pra eles. Eu sei que é uma prática ilegal, mas que todo mundo faz. Depois eu fui contratada e fiquei quase um ano como CLT, mas aí veio a crise e a gente perdeu muito patrocínio, perdemos quase tudo...

No começo do ano (2008) eles cancelaram os patrocínios e desde então a gente está tentando reestruturar o site por outras formas, cortar gastos, então teve corte de pessoal. Tinha uma sede fixa do site no Rio de Janeiro, era uma redação mesmo e onde a gente se encontrava pra fazer as reuniões, quando nos encontrávamos, porque a sede é no Rio e tem correspondentes em alguns Estados. Todos os correspondentes trabalham em casa, mas no Rio tem essa sede. E aí acabaram com a sede e o repórter do Rio e o cara da computação trabalha em casa também...

As reuniões passaram a ser feitas por Skype⁶³ e o grupo nunca mais se encontrou pessoalmente. Seguindo uma tendência, a empresa reduziu os custos mas também tirou todos os direitos trabalhistas dos seis profissionais envolvidos. Ao menos o emprego foi mantido. Cristiane considerava o fato de estar trabalhando com registro em carteira uma vitória perante seus colegas, e só viu aumentar a frustração.

É uma tendência porque é menos custoso pra empresa, né? Quando eu fui contratada eu vi como uma vitória, porque conhecia muita gente, a maioria dos meus amigos, recém formados, trabalham como PJ, ou sei lá, qual relação trabalhista deles, e agora ficou assim, pra gente é ruim. Agora somos eu em São Paulo, uma menina no Mato Grosso, um em Brasília, tinha um no Rio de Janeiro e tem um em Londres. E o resto era tudo freela, porque a gente fica teoricamente, eu ficava com Mata Atlântica, Amazônia, o cara de Brasília política e cerrado. Agora a gente teve que cortar o cara do Rio (risos)... não tem sede...

A exemplo do que tem ocorrido no mercado de trabalho, os coordenadores da ONG são profissionais maduros, experientes e com nomes estabelecidos no mercado de trabalho do Rio de Janeiro. Além do site, eles continuam escrevendo para a grande imprensa, ou seja, esta é, para eles, uma segunda opção de trabalho. E os jovens

---

⁶³ Programa de computador na qual o usuário pode se comunicar a outro como se estivesse conversando por telefone. O programa permite também a utilização de câmeras e microfones, ou seja, a pessoa pode ser filmada e ouvida de onde estiver.

contratados por eles para executar o trabalho precisam ser polivalentes: escrever, falar outros idiomas, fotografar e filmar. É aprender e fazer, não tem outra saída.

Eles criaram o site há cinco anos, quando a cobertura da mídia sobre meio ambiente era muito incipiente, então o ECO era uma novidade. E a gente já discutiu várias vezes pelo ECO ser pela estrutura web, se virava um jornal, uma revista, e tal, e eles insistem que seja web porque eles acham que é a tendência, e também pela mobilidade de usar outras mídias, então... a gente tem que aprender, né? A ser repórter de redação, fotógrafo, cinegrafista e tudo mais.

Com o fim dos benefícios, a empresa não pode exigir exclusividade dos seus contratados. Como PJs e autônomos, eles não têm como manter este tipo de controle sobre os jornalistas. Estes, por sua vez, criam subterfúgios para burlar o pagamento dos impostos, que são muito altos para microempresários e autônomos. Cristiane abriu uma empresa em sociedade com uma colega de Chapada dos Guimarães (BA), porque lá os impostos são mais baratos que em São Paulo.

Enquanto eu era CLT eles só pediam pra gente não assinar ou fazer coisas que...não sei, seguir o mínimo de ética talvez. Agora que mudou, que a gente é PJ, eles falaram, “olha a gente vai abrir vocês pra freela”. Não tem como agora querer exclusividade, mesmo porque o salário vai diminuir. Não tem mais férias, cortou um pedaço do salário por causa dos descontos. E a gente optou por abrir (empresa) como jornalista mesmo, porque a gente tinha a possibilidade – e sondamos mil possibilidades – que se encaixasse no Super Simples. E aí a gente ficou com medo, na verdade, da Receita pegar, e aí tem a multa retroativa.

O discurso disseminado pelos meios de comunicação e pelas empresas afirma que é a experiência de trabalhar em casa é muito positiva. A frustração demonstrada pela jornalista mostra que não é bem assim, e que há muitos pontos negativos na situação. Trabalhar em casa pode representar certa autonomia, mas mantém o profissional longe das relações sociais mantidas no ambiente de trabalho. Cristiane trabalha apenas com reportagens, sonho da maioria dos jornalistas. Mas sente frustração por não estar atuando em uma redação.

Tenho muita vontade, porque sinto muita falta do contato com os colegas, da vida social assim. E eu quero ter uma experiência da redação, né? Apesar de trabalhar em um site, ter uma seção noticiosa de hard news, a gente ter um ritmo de trabalho intenso, eu quero mais. Quero sim.

Para Cristiane, a polivalência exigida hoje aos profissionais, obrigados a escrever para sites, mídias sociais, fotografar e filmar, tudo ao mesmo tempo, faz com que os jornalistas se sintam perdidos. Afinal, são muitas exigências para um campo de trabalho escasso. Os jovens sabem de tudo um pouco e na verdade não sabem nada profundamente. Não sabem o alcance e a eficiência das ferramentas que têm nas mãos. Além disso, um repórter hoje ocupa o lugar de três, até quatro profissionais: fotógrafo, câmera, revisor e diagramador.

Eu acho que é uma geração perdida, não sem futuro, mas perdida naquilo que vai fazer, por não saber o que fazer. É uma geração de jornalistas jovens, com um grau de conhecimento muito menor que os antigos, e saturado, porque a demanda é muito grande, a exigência é muito grande. Por exemplo, eu: por que eu preciso saber tirar foto? Por que eu preciso fazer vídeo? Eu não sei fazer isso, eu não sei o que é um plano americano, eu não sei. Tive que relembrar da faculdade, comprar uma câmera, comprar um tripé... e eu não acho que deveria ser assim! Cada um deveria ser bom numa coisa só, eu não quero ser multiuso. Ainda mais com essas coisas de estar nesse hiato de mudança de mídia, de linguagem, de tudo, é uma geração perdida.

A falta de preparo dos jornalistas que saem das faculdades está, para Cristiane, se refletindo na profissão. Para ela, o ideal seria que os jornalistas deveriam ter, antes de tudo, uma formação humanística em qualquer área, para só depois aprender as técnicas de jornalismo, como ocorre nos Estados Unidos. A partir desse raciocínio, a jornalista tem posição favorável à obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão; mas não diploma de jornalismo.

Eu acho que o diploma não deveria ser obrigatório, mas a universidade sim. Deveria ser obrigatória pra quem está lá e, diante da situação do Brasil, eu acho que deveria ser obrigatória. Se fosse num outro contexto, não. Eu sou contra o argumento de que foi uma lei da Ditadura e que ela precisa... tantas outras leis foram criadas naquela época e não foram revogadas, né? Se a qualidade do jornalista já é ruim hoje, o que dirá sem diploma?

A jornalista vai na contramão dos colegas ao afirmar que não pretende trabalhar na área cultural. Sem opção, começou a trabalhar com meio ambiente e gostou da experiência. Pretende se aprofundar mais na área. Mas demonstra, em seu discurso, pensar também na parte financeira do negócio que está abraçando. Apóia-se no exemplo dos chefes bem sucedidos para justificar a sua escolha.

Eu caí um pouco nessa área de meio ambiente sem querer. Eu nunca quis trabalhar, nunca pensei em trabalhar com meio ambiente, acho que por viver num ambiente cultural, eu queria me especializar em cultura, que eu acho que é o que muita gente quer, muitos jornalistas... e aí eu acabei caindo nessa área, e achei muito legal, muito promissora. Então eu acho que até por uma questão de inteligência eu quero seguir essa área. Porque eu acho que vai crescer cada vez mais, então que bom que eu posso me capacitar agora. Eu acho que a capacitação tem que ser sempre. Então, por exemplo, eu fico super atenta com o que tem em jornalismo, não em manuais, mas o que está se falando sobre isso, no geral da profissão, e quero sim me especializar em meio ambiente, não sei ainda como. Porque dois dos diretores do ECO, saíram no começo do ano por causa dessa crise e, enfim, foram procurar outras coisas, onde se paga muito mais. A CBN eu não sei como é que paga, mas como o Sérgio trabalha com consultoria, ele começou a ter visibilidade em meio ambiente por causa do ECO, mas hoje ele dá consultoria sobre cenários futuros. Uma coisa que dá muita grana sabe? Segundo eles, não tem nada no Brasil bom em jornalismo ambiental. Então eu quero fazer alguma coisa fora, mas eu ainda estou vendo, estou guardando grana pra tentar sair do Brasil.

Quem trabalha em casa precisa ter muita disciplina, seguir uma rotina rígida para o cumprimento de horários. Cristiane divide o apartamento com uma amiga, também jornalista, que trabalha com mídias sociais. É por meio dela que fica sabendo das novidades que ocorrem fora de casa. O escritório, local de trabalho, já foi no quarto da jornalista, mas hoje está no quarto de empregada.

Hoje eu consegui ter um escritorzinho. Mas eu já trabalhei aqui na sala e no quarto, que foi o pior dos lugares, porque eu não conseguia separar trabalho de descanso. Eu acordava e meu computador estava lá, eu ia dormir e meu computador, meu trabalho estava lá. Então era tudo uma coisa só, hoje ainda é uma coisa só, mas eu consigo separar melhor. É engraçado, porque o fato de ter um escritorzinho me ajuda a ter mais disciplina em outras coisas. Mas eu nunca quis trabalhar de pijama. Porque a menina que trabalhava comigo, que trabalhava no site antes, trabalhava em casa e trabalhava de pijama. E eu não consigo, porque eu quero ter o mínimo de sei lá, eu quero me sentir no trabalho. Então eu procuro acordar, tomar banho, tomar café, me vestir com uma roupa que eu sairia na rua. Óbvio que eu não me maquio, procuro estar sempre vestida e ter uma rotina de trabalho mesmo. Dez horas eu começo, nunca depois, sempre antes. Hoje em dia, com o escritório, eu acordo, leio o jornal, tomo café, às vezes tenho que sair...

O horário de trabalho para o site é das dez da manhã às sete da noite. Não há horário certo para o almoço, mas Cristiane prefere comer fora, em um restaurante por quilo. Para ela, é bom não ter que parar para cozinhar, além de aproveitar a variedade dos alimentos do restaurante que normalmente não teria em casa.

Engana-se quem pensa que não há controle por parte da empresa para quem trabalha em casa. Sempre há uma maneira. Cristiane é “monitorada” por meio do Skype. Como em uma linha de produção toyotista, há metas que precisam ser cumpridas, e cada repórter monitora o outro. Se um não é produtivo, é denunciado pelos demais.

É das dez às sete porque nós nos monitoramos por Skype. Então todos os cinco repórteres ficam online e quando são chamados eles têm que estar lá. Se não estiver lá fica chato pra caramba. Mas óbvio que tem muita mobilidade, eu preciso ir no banco e vou. Já aconteceu muitas vezes de eu estar cansada e parar de trabalhar, mas aí eu tenho que trabalhar de noite, ou acordar muito mais cedo. Muitas vezes já aconteceu.

A rotina de trabalho da jornalista se resume em elaborar uma seção diária de notas (apuradas) e, no mínimo, uma reportagem grande por semana. Cristiane sente falta, no entanto, do retorno de seu trabalho. Como ser produtivo e motivado sem saber como o trabalho está sendo recebido do outro lado? É uma angústia que ela enuncia.

Mas eu acho que pra trabalhar em casa precisa ter uma disciplina muito grande que eu não acho que tenho. Então muitas tardes eu deixei de trabalhar. Não queria trabalhar, estava cansada. Passei muitas etapas de me sentir improdutivo, porque o retorno é mínimo... tirando um comentário que eu tenho no site, ou um elogio ou crítica do meu editor, eu não tenho o retorno das matérias. E isso me fazia... era terrível pra mim, e é, porque eu me sinto improdutivo, acabo não me sentindo capaz... e isso já me fez entrar em crises mesmo, de ligar pro meu editor e dizer “não estou conseguindo, eu preciso de uns dias para descansar”. Eu estava estafada de trabalhar em casa, por essa rotina.

A reestruturação produtiva ocorrida, segundo Antunes (1995) a partir dos anos 1980, trouxe profundas transformações no mundo do trabalho. Entre elas, o trabalho em casa. Para o autor, essas transformações abalam não só o “material”, mas a subjetividade do trabalhador, sua “forma de ser”. Tal sofrimento é nítido na fala da jovem Cristiane, que se ressentida da solidão, do controle do tempo, da precarização, da falta de retorno. Muitas questões a serem resolvidas. Além disso, a vida social quase nula. A jornalista chega a sentir inveja das amigas que trabalham fora e a questionar se vale a pena este trabalho. Considera-se patética. Só mesmo terapia para ajudar.

Eu vou muito pouco ao cinema. Agora eu tenho um namoradinho. Mas não tenho namorado. Isso é uma coisa que eu acho que é culpa do trabalho, porque... engraçado, eu tenho um amigo que trabalha há muitos anos em casa, chama Gui Corrêa. Ele tem 46

anos. Eu conheci ele porque a revista Imprensa fez uma matéria sobre jornalistas que trabalham em casa. Ele trabalha há muitos anos em casa como freela e nós temos uma sensação comum: o mundo está passando lá fora, a vida está passando lá fora, e eu fico aqui dentro de casa vendo a vida passar pacificamente. Eu concordo muito com isso, porque eu acho que a minha vida pessoal ficou muito restrita, eu tenho pouquíssimos amigos, pra ter namorado é uma dificuldade terrível, porque eu não tenho happy hour, não tenho a vida de redação, convivência. As minhas amigas – ano passado eu morava com essa que trabalha na Época Negócios, e com uma da Folha. Nossa, a vida delas era mega intensa, todo dia saíam à noite, iam beber cerveja ou iam pra sei lá o quê e eu aqui. Patético, eu me sinto patética às vezes. E eu faço terapia, porque eu não consigo lidar com muitas coisas, e a minha terapeuta fala “tem que sair, você tem que não sei o quê”. Mas é engraçado porque eu vou sozinha? Já fui, mas é ridículo. Vou ali no bar, sentar, tomar uma cerveja, quem é que vai chegar em mim? Ou eu quero que alguém chegue em mim? Sabe? Então a minha vida social é muito restrita. Eu não quero isso pra mim. Assim, pra te dizer o que eu acho de negativo trabalhar em casa: tem que ter uma disciplina tremenda, que eu não tenho; tem que ter uma disposição enorme, talvez muito maior do que se trabalhasse numa redação; a vida social é extremamente restrita...

Os pais da jornalista, provavelmente acostumados a empregos formais, com carteira de trabalho assinada, local fixo de trabalho e horário predeterminado, simplesmente não entendem o trabalho da filha.

É engraçado, eles são muito alheios. Meus pais já são mais velhos, não são da geração internet, e eu fiquei muito puta da vida porque a minha mãe não leu meu projeto. Eu fiquei nove meses trabalhando, é um filho, e ela não leu o meu projeto!

Ao colocar os prós e os contras de trabalhar em casa, os pontos negativos são sempre maiores que os positivos. Para ela, é tão penoso trabalhar em casa que cita com prazer que hoje está começando um movimento inverso, de pessoas que alugam escritório e salas de reunião para sair de casa.

O lado positivo: eu tenho mobilidade de tempo, então se eu precisar ir fazer compra, em banco, não sei o quê, eu posso sair a hora que eu quiser...

Posso ficar doente, e posso escrever da cama, com laptop; tô com fome vou ali e como, o que é ruim também, porque eu como muito mais; então eu estou com fome vou ali e tomo um café, ninguém fala nada, não reclama que eu saio muito; isso. Mas eu acho que o lado – talvez que tenha mais itens positivos do que negativos – mas os negativos são muito maiores, eu acho. Pra todo mundo que eu falo que trabalho em casa fala “nossa, é o trabalho dos sonhos”, ou “ai, eu queria trabalhar em casa”, meu, é furada, não entra nessa... (risos). Então todo mundo fala que é “o emprego que eu queria ter”. A não ser aqueles que já trabalhavam em casa que dissessem “pô, que pena”. Não tem. Eles têm outra visão.

Sem saída, os trabalhadores reconstroem o “lugar para o trabalho” alugando salas. Não dependem mais da organização.

Há alguns anos teve esse movimento de trabalhar em casa, home Office, não só no jornalismo. E de uns tempos pra cá tem um movimento inverso, de pessoas que trabalhavam em casa, agora alugam conjuntos comerciais comuns e trabalham no derrame. É um lugar aqui na frente de casa, por coincidência, que é também uma coisa que veio de uma onda americana e tal. De profissionais que trabalhavam em casa, estavam cansados de trabalhar em casa, e é uma sala que tem vários computadores, e eles trabalham todos juntos lá, mesmo em áreas diferentes. E ali se solucionou uma coisa que pra quem trabalha em casa é péssimo: onde eu vou fazer reunião? Então tem uma sala de reuniões; você pode alugar por hora ou por mês, se você quiser trabalhar todo mês lá, ou você pode alugar só a sala de reunião...

Trabalhar em casa significa misturar com facilidade o tempo de trabalho com o tempo da privacidade, com o lugar de repouso, descanso. Não saber ao certo quando começa um e quando termina o outro. O mundo do trabalho é a ligação com o mundo, é como se identifica, faz amizades, relacionamentos. A jornalista confessa ter dificuldade de se relacionar com outras pessoas, fazer amigos.

Quando eu consigo determinar o que é hora vaga e o que não é, quando eu não deixo de fazer uma matéria na semana e sei que tenho que fazer no fim de semana... (risos)... esse sistema de metas também é meio foda, porque... como eu não tenho amigos, e a minha família tá longe, eu leio. Ou vou no cinema sozinha. Leio, vou no cinema, ver uma peça, museu... coisas culturais assim. Mas não tenho um amigo para ir a um show...

A jornalista não é sindicalizada e diz não acreditar no Sindicato dos Jornalistas. Sem aprofundar o assunto, afirma que se a categoria estivesse mais fortalecida, mas não é o que sente no momento. Sobre aposentadoria, a jovem prefere não fazer previsões. Mas tem plena consciência de que a carreira de jornalista não é muito longa.

Eu não me vejo velhinha jornalista, mesmo porque eu não tenho referências, né? Quem é velhinha jornalista, a não ser os colunistas? Eu acho que talvez eu siga o que muitos seguem, abrir um negócio, abrir um café, sei lá... eu gostaria, de verdade. Talvez eu siga a carreira acadêmica, como você.

2.5 – Do blog para o mundo das celebridades

Quase todo jornalista mantém um blog, seja por prazer ou por esperança de que alguém veja, goste e o chame para trabalhar em algum jornal. É difícil acontecer, mas não impossível. Foi por meio de um blog, onde escrevia sobre “um pouco de tudo”, mas principalmente sobre o programa *Big Brother*, que Alberto ficou conhecido e convidado a trabalhar em um jornal.

Com apenas 22 anos, o jornalista já assina uma coluna de televisão em um jornal e também em um dos principais sites brasileiros. Alberto fala do lugar de uma pessoa que está numa situação profissional confortável e até invejável por outros jovens, e demonstra estar deslumbrado com isso. Nota-se que vem de uma família de classe média com boas condições financeiras. Mora com os pais, um engenheiro e uma dona de casa, e o único irmão (estudante de Direito), na Zona Leste de São Paulo.

Sempre estudou em colégios particulares. A pedido dos pais cursou o técnico em informática na Escola Técnica Federal antes de ingressar na faculdade, mesmo sem gostar da área.

Meu pai fez colégio técnico antes de fazer engenharia, e ele sempre falava “precisa ter uma profissão, filho”.

Na dúvida entre história, computação, relações internacionais e administração de empresas, o jovem optou pelo jornalismo, que também acabou cursando em uma universidade particular. O jovem demonstra tanta empolgação ao falar a respeito da carreira, que chega a tropeçar nas palavras.

Na faculdade eu fiz estágio numa clipadora, uns dois meses, depois eu fiquei dois no “Canal Universitário” de São Paulo, eu era apresentador de uma revista eletrônica com repercussão universitária, repórter e assessor de imprensa. Estagiário, né? Fazia um pouco de tudo. Meu estágio ia até o final da faculdade, até dezembro de 2007. Só que não iam me efetivar, porque eles só contratam estagiários, então resolvi sair de lá, acabei entrando numa editora de anuários, chamada “Análise Editorial”, fiquei lá uns três meses, e nas férias... Conheci o ex-editor da “Folha Online Ilustrada”, o Sérgio Ripardo, e ele me chamou pra fazer um teste na “Folha Online”, para fazer um freela, cobrir o “Big Brother”. Porque eu tenho um blog que eu costumava atualizar muito mais antes, sobre um pouco de tudo, cultura, política, cinema, um blog, né! A gente fala o que quer, porque pode. Aí ele sempre lia, a gente se conheceu, eu até participei de alguns podcasts na “Folha Online”, através do blog, e aí ele me convidou pra fazer esse teste, eu passei, então comecei, já em dezembro de 2007, nesse freela. (...) surgiu uma vaga para o jornal “Agora São Paulo”, pro caderno “Show”, de variedade. Eu me inscrevi nessa vaga, fiz a

prova e passei. Até fiquei trabalhando assim, um pouquinho nos dois, no horário do Agora, mas eu até fazia uns freelas para a “Folha Online”, porque a minha editora de lá queria me contratar. E eu gostava mais, era mais tranquilo, tinha horário certinho, era das oito as cinco e acabou. Só que acabou surgindo essa vaga e eu fiquei no “Agora” mesmo, porque era registrado, tem todas as vantagens...

Geralmente os jovens chegam para trabalhar nas redações recém-formados e sem nenhum preparo para as reportagens. Os jornalistas mais velhos, que ensinavam pacientemente os macetes da profissão, tão comuns nas redações de antigamente, não existem mais. Quem não aprende rápido, não se encaixa no processo de trabalho, está fora. Não há tempo para período de adaptação. Alberto passou por várias etapas do jornal em um curto espaço de tempo. Mostrou que tinha jeito para o trabalho e foi contratado rapidamente.

Fui para o “Agora” em março de 2008 para fazer roteiro do caderno “Show”, que sai todos os dias, é um apanhado de shows, eventos culturais da cidade. Fiquei nessa função, que é mais para redator que repórter por dois meses; e aí surgiu a oportunidade de fazer dentro do caderno mesmo: eu peguei o ritmo pra fazer mais rápido esse roteiro, a editora foi me dando matéria, uma reportagem, uma capa aqui, uma matéria ali, foi vendo meu desempenho, aí surgiu uma vaga no caderno, ela me contratou como repórter e fiquei como repórter até julho deste ano. Daí a Fabíola Reipert, que era colunista do “Zapping” foi pro “R7” e aí me indicaram – ela mesmo me indicou – e depois a chefia do jornal me ofereceu a vaga de colunista pro “Zapping”, daí eu estou lá até agora.

Alberto conta que ficou assustado com o convite para assumir uma coluna tão cedo. Mas a própria jornalista que o convidou havia passado por essa experiência, quando assumiu a coluna com apenas seis meses de experiência.

Quando me convidaram, eu até pensei que era pra ser interino, enquanto não chamavam ninguém assim, algum jornalista com mais experiência... tudo bem, eu estava cobrindo televisão há um ano e meio. Já tinha as minhas fontes, os meus contatos na televisão. Mas, de um ano e meio trabalhando, e a Fabíola que tinha dez anos, é bem diferente. Mas também a Fabíola, até quando ela me falou que tinha me indicado, contou que quando começou a trabalhar no jornal, seis meses depois de entrar no jornal, ela virou colunista. Foi também assim rápido e com o tempo a gente pega. Claro que eu sinto falta de escrever textos grandes, eu gosto de fazer reportagens, matérias maiores, e na coluna não dá. Você pode falar com a pessoa meia hora, mas só vai pegar aquilo, realmente, o diferente, o novo, senão o curioso e jogar numa notinha assim, de três, quatro linhas.

O jovem conseguiu o que a maioria dos jornalistas almeja: começar a carreira trabalhando na área de entretenimento de um jornal. Entretenimento, aliás, é muito confundido com cultura pelos jovens jornalistas. A história pessoal de Alberto remete a esse caminho. Desde o estágio, focou as suas atividades pessoais para a área.

Mas eu caí meio que de paraquedas, porque como eu sempre gostei muito de variedades, cinema, teatro – fiz quatro anos de teatro, paralelo ao jornalismo, na faculdade mesmo, curso livre do Mackenzie. Porque, como eu estudava à tarde, de manhã tinha umas aulas de educação física, umas coisas perdidas, então eu pra não ficar sem fazer nada eu fui entrando nos cursos; fiz teatro, coral, fui aproveitando o que tinha na grade. E aí eu sempre gostei muito de teatro, cinema, adoro televisão. Leio bastante também, mas não dispenso televisão. Mesmo com tanta besteira que a gente vê na tevê, eu gosto de “zapear” e ver, canal aberto, canal fechado.

Sorte ou direcionamento correto da carreira? A influência materna está clara na paixão que Alberto demonstra sentir pela televisão e por todos os assuntos relacionados ao meio.

Alguém me falou uma vez que, para analisar a história da população americana, teria que analisar pelo cinema. A Europa, pelos quadros e literatura; e o Brasil, pela televisão e novelas, principalmente. Eu acho que é um pouquinho forçar a barra, mas eu encontro uns pontos assim. Você percebe uma época, algumas coisas da televisão e da novela, principalmente. E eu sou fã de novela, isso minha mãe que me passou, porque meu pai nem assiste. E eu sempre gostei disso. Lá na faculdade tinha o diretório acadêmico – eu nunca me envolvi com política acadêmica, mas conhecia todo mundo (risos). Eu sempre fui comunicativo, de fazer amizade com todo mundo. Então me chamaram pra fazer uma coluna de dicas culturais do jornal do diretório. Então todo mês eu indicava um filme, um livro e uma peça de teatro, ou um show. Então eu fui fazendo isso. E toda matéria que eu fui fazendo pra faculdade me levava já pra isso assim; as optativas que eu fiz já me direcionavam pra esse lado que eu sempre gostei de trabalhar.

Ao afirmar que nunca esteve envolvido com política acadêmica, Alberto demonstra que o ideário politizado dos jovens jornalistas de outrora está muito distante dos comunicadores de hoje. Poucos demonstram interesse em trabalhar o jornalismo a favor da cidadania; todos querem trabalhar com entretenimento, a diversão. É interessante notar a falta de entusiasmo de Alberto ao mencionar o quanto “é chato” escrever sobre política, cidades, sobre o dia a dia das grandes cidades brasileiras. Além disso, os jovens preferem ser generalistas; não se especializam em um único tema. Essa cultura é disseminada em empresas como a Folha de S. Paulo, local em que os jovens passam por todas as editorias.

É claro que eu gostaria de trabalhar com política, cotidiano acho legal, mas não sei se eu teria sangue frio, principalmente política, né? Você tem que conhecer muita coisa,

saber de muita coisa que... acho que é meio... não sei, não posso dizer que é desagradável porque é realidade, mas não ia gostar tanto. Eu acho que variedades eu posso brincar mais com o texto, uma coisa mais leve. Quando eu entrei no jornal, eu fazia, nos primeiros meses, plantão em Cidades no final de semana. Achava muito chato, porque o jornal Agora é um jornal popular, é direto, então notícias da cidade, além de algumas coisas da prefeitura de São Paulo, são crimes, acontecem mesmo; não tem que mentir. Então é aquela coisa: “foi preso, roubou”... você tem que focar no lead, que já se faz por ele mesmo. Você não pode brincar porque é um assunto factual, né? E eu sempre gostei de variedades.

Alberto já começou a fazer jornalismo na era da internet. As inovações tecnológicas e as redes sociais não o surpreendem mais. Para ele, a diferença principal está no modo de trabalhar o texto; na internet, as notícias são mutáveis, rápidas e curtas, enquanto, no jornal, os textos podem ser mais trabalhados e longos. Além disso, a internet é mais suscetível a erros, que podem ser corrigidos a qualquer momento, enquanto, no jornal, o erro fica registrado para sempre. Mas isso não quer dizer, segundo o jovem, que o jornal impresso vá acabar tão cedo.

Vai diminuir – como tem diminuído muito – mas cumpre o seu papel e tem leitores que gostam; eu gosto do papel, não abro mão. Eu leio muito internet, sempre li muito internet, mas eu gosto muito de folhear revista, sentir. É uma relação afetiva, praticamente (risos). Você risca, grifa, guarda, rasga, eu acho que é importante isso. Com o Twitter, já tem há uns dois anos, mas agora que foi o boom, é engraçado, principalmente com celebridades. Eles têm Twitter e vão falando de suas vidas. Você pergunta pra eles e não gostam de falar, mas adoram escrever, por fotos. As pessoas escrevem, mas esquecem que tem um Twitter, tem seus amigos seguindo você, mas tem o mundo inteiro seguindo você, e aquilo pode virar notícia, pro bem e pro mal, e vira notícia.

Para o bem ou para o mal. O jovem sabe que pode estar ajudando ou prejudicando, a partir da sua notícia. Com relação ao impresso, são poucos os leitores jovens que consomem jornal diariamente. A maioria lê pela internet. O jornalista escreve a coluna para as duas mídias (impresso e internet), e já escreve pensando no público leitor do jornal impresso como sendo “mais velho” e pouco “antenado”.

O jornal agora é voltado para um público mais velho, tradicional, que não é tão antenado assim. Então eu faço a coluna pro jornal; é claro que a internet me ajuda a me atualizar sobre o que tem saído por aí, o que já foi notícia, se acontece algum escândalo, alguma coisa muito engraçada no Twitter, eu até cito na coluna, mas não altera muito o

meu trabalho, porque eu tenho que ficar de olho no meu leitor do impresso. Por mais que a coluna da internet seja muito lida, e ajude a dar mais prestígio pra coluna, meu público é impresso, preciso pensar nele, ter alguma coisa a mais.

Desde os anos 1980 a direção da Folha de S. Paulo, pouco antes da chegada dos computadores à redação, fez uma chamada “inovação” de seu quadro de jornalistas. Utilizando como base a construção de um projeto “crítico, pluralista, apartidário e moderno” (Ribeiro, 1994:64), foram substituídos do quadro da empresa dos jornalistas mais experientes por jovens, que passaram a ascender rapidamente aos cargos de direção. A empresa passava, segundo o autor, de uma fase jornalística para a fase de organização empresarial, características que a empresa traz até hoje na formação de seu quadro de profissionais. Dines (2003) afirmou que a renovação feita pela Folha, com a justificativa de tirar o “ranço político” das redações, marcou profundamente a imprensa brasileira.

No “Agora”, no geral, a faixa etária dos repórteres é de 25, 26 anos. Os editores são mais velhos, nem sempre tão mais velhos. A minha editora de Variedades tem 34 anos.

Por absorver profissionais tão jovens, a empresa acaba sendo considerada como uma “escola”, que acolhe e ensina o jornalista a trabalhar em diversas áreas. Em contrapartida, o descarte desses profissionais também é muito precoce.

Eu acho que o legal do jornal “Agora” é um jornal com equipe reduzida, que rala bastante. É uma equipe pequena, um jornal local, cidade e Estado de São Paulo. Como eles pegam muito recém-formados, é uma equipe disposta a aprender. E eu acho que o jornal “Agora” é uma grande escola. Você apanha bastante, mas também aprende bastante, cria a casca pra poder seguir em frente em outro lugar. Todo mundo que passa lá, se ficou um mês, ou se ficou cinco anos – porque lá tem os dois extremos, tem gente que fica pouquíssimo tempo e tem gente que fica pra sempre. Uma vez acostumado ao sistema, criou lá, se dá muito bem, fica pra sempre. Eu acho que é uma grande escola, eu aprendi lá, tenho certeza disso.

Alberto não considera o jornal “Agora” como uma porta de entrada para o veículo principal da empresa, a “Folha de S.Paulo”. Mas, ao relatar exemplos de pessoas que o fizeram, fala em “subir” para a Folha. Questionado sobre o uso do termo, fala que é porque a redação da “Folha” está dois andares acima. Mas é bastante clara a alusão ao “subir” de um jornal para outro como uma promoção.

Não necessariamente, porque é bem separado, porque é uma linguagem muito específica, é um jornal popular, ele fala direto. Nosso caderno de Economia chama Grana (risos)... e o que percebo estando lá há quase dois anos é que é difícil assim, algumas pessoas

conseguem, como um repórter de cidades que na época do caso Isabella (Nardoni) conseguiu uns furos muito bons e subiu pra “Folha”.

(...) É, porque na verdade nós éramos do segundo andar e a “Folha” do quarto. Agora mudou, o “Agora” é no quinto, a “Folha” no quarto andar. Eu falo em referência aos andares (risos). A “Folha” é um jornal de maior prestígio, de circulação nacional, mas já é o Grupo Folha, né? Já é um grande jornal trabalhar no “Agora”. Mas eu não vejo muito acontecer de trocar de jornais.

Alberto estuda inglês por conta própria e espanhol, pago pela empresa. Acha imprescindível para os jovens jornalistas o domínio de idiomas e uma pós-graduação, embora pouco tenha precisado utilizar qualquer um dos dois idiomas no trabalho.

É o básico, não tem como. Já fiz algumas entrevistas internacionais pra cinema, mas no “Agora” não uso tanto pro dia a dia. Mas é sempre bom saber, porque aí você quer ler matérias, pesquisas que saíram lá fora, pra conhecer mesmo. Embora algumas redações não exijam, no trato diário, inglês e espanhol são fundamentais. Pós - graduação acho que todo mundo está fazendo hoje.

Desde a chegada dos computadores às redações dos jornais, nos anos 1990, os cargos de revisores e copidesques foram extintos; a partir daí os erros começaram a se multiplicar nas páginas dos jornais. Alguns criaram, inclusive, a seção “Erramos”, para ter um local próprio de correção. A geração de Alberto está acostumada a ver os erros e parece não se importar muito com isso. Utilizam-se apenas do próprio conhecimento, dos softwares, e da boa vontade dos editores para corrigi-los.

Erro, agora principalmente com essa reforma ortográfica, eu mesmo me pego com hífen e duplicação de letras, tenho um dicionário desse tamanho na minha mesa. Porque no jornal a gente tem um controle de erros pra cumprir metas, porque é um jornal, papel é um desserviço ao leitor. A gente tem um corretor lá no sistema que a gente escreve, que não é o Word, a gente escreve num programa argentino chamado SDE. Tem uns comandos que a gente joga lá, escreve, retranscreve, faz um corretor de texto e vai direto pra página.

Para o jovem, o jornalista servirá, no futuro, como um mediador, uma “voz institucionalizada” de todas as mídias, que possa passar a credibilidade ao público receptor.

Eu não acho que será muito diferente do que é agora. Todo mundo usa celular, faz vídeo em matéria e manda... eu acho que essa interatividade vai crescer mais. Banda larga e celular com mais tecnologia vão chegar pra mais pessoas. Aquela história de que não vai ter mais jornalista porque todo mundo vai fazer a notícia é mentira. Porque –

embora todo mundo seja vídeo repórter, escuta, e mande, as pessoas ainda querem uma “voz institucionalizada”, aquela pessoa que – não posso dizer que estudou, porque caiu o diploma– aprendeu, que está familiarizada, né? Por exemplo, tem os bloggers. Hoje todo mundo publica a notícia, comenta, mas as pessoas vão buscar informação na “Folha Online”, na “Folha”, “Estadão”, naquelas instituições formadoras de opinião. Por mais que você veja na internet um monte de coisas, você não acredita muito. Eu acho que precisa dessa confiabilidade, um mediador por excelência. Eu acho que um jornalismo de agora pra daqui a dez, quinze anos, não vai mudar muito. Eu acho.

Alberto convive com os “bloggers” e “twitters” (quem utiliza Blog e Twitter); dá uma “escaneada” (lida) diária nos jornais e “dá um Google” ou “Googla” para pesquisar um assunto. É uma nova linguagem na qual ele está perfeitamente habituado a utilizar no dia a dia. Além do trabalho e dos cursos de idiomas, faz academia, pós graduação ao sábado e ainda curte baladas noturnas, às vezes a trabalho. Apesar da agenda lotada, considera a rotina tranquila.

Desde que eu fui trabalhar no Agora. Porque lá você trabalha, oito, dez horas, principalmente no caderno “Show” ou na reportagem mesmo. Sempre tem coisa pra fazer, você quer deixar texto mais apurado... você tem que aprender a desapegar às vezes. Quando eu era repórter, trabalhava dez, doze horas. Ia pra uma cabine de cinema de manhã, voltava para escrever, depois saía para algum evento à noite, mas mesmo assim eu sempre me obriguei a uma rotina.

A velha rixa entre repórteres e assessores de imprensa, citada por vários entrevistados também aparece aqui. Alberto está do lado de quem trabalha em redação e recebe os serviços dos assessores. E também tem as suas críticas. Ao detalhar a sua rotina de trabalho, demonstra preocupação em checar as informações por telefone e até gravar para não se comprometer com as notícias de má qualidade que costuma receber.

Agora todo mundo tem assessor de imprensa e todo dia tem que mandar notícia. Tem que selecionar muito e também prestar atenção no que aquela pessoa está te vendendo - com outro olhar - pra querer se promover, ou pra querer ferrar outra pessoa... porque eu lido com bastidor, né? E às vezes não posso dizer quem me falou a história.

E como pode um jornalista jovem ter o olhar adequado para a notícia boa? Antigamente, a experiência era passada in loco, por meio de um jornalista veterano. Hoje eles não estão mais lá, mas os colegas e editores – tão jovens quanto - tentam suprir este

papel. E na área de celebridades, recheada de vaidades e inimizades, o cuidado precisa ser redobrado!

Eu fui pegando com os outros. Eu fui analisando, vendo o que a Fabíola (Reipert), o Odair (Pozzo) e a minha editora iam falando, como eu poderia confiar na pessoa. E também percebendo, com um olhar mais frio... Se ela está me falando A, por quê isso? Ela é amiga, é inimiga, ela tá no meio? Se a pessoa se ferrar ou for promovida, ela vai ganhar alguma coisa? Tem muita gente falsa nesse meio.

A polivalência do profissional está presente tanto nas assessorias de imprensa, quanto nas redações. Alberto escreve para o impresso e para o site, e trabalha olhando para a televisão da redação, falando ao telefone e acessando as mídias. Tudo ao mesmo tempo.

É, não dá pra parar. Telefone é o tempo inteiro. Toca, você dá pause no vídeo, aí escrevendo, manda um MSN perguntando pra algum amigo, o que está acontecendo, o que aconteceu, se tem o telefone de fulano, ciclano, não dá pra falar, não dá pra fazer uma tarefa de cada vez.

Uma das vantagens em ser colunista é que não precisa trabalhar nos finais de semana. A família não está em segundo plano, mas o jovem já é bastante cobrado por não participar dos eventos. Alberto já é considerado uma celebridade entre os familiares, e gosta disso. O profissional tem que adiantar e deixar as colunas de sexta, sábado e domingo prontas, e conta que deixa o celular ligado o tempo todo, para o caso de alguém ter uma dúvida ou problema. Sabe que a profissão exige, muitas vezes, dedicação integral.

Oficialmente eu trabalho sete horas. Mas sei que trabalho de casa, aqui já estou pensando, já mandei alguns e-mails pra algumas pessoas hoje cedo, então eu trabalho o dia inteiro, porque estou sempre antenado. De repente estou conversando com você aqui, que me diz alguma coisa interessante, que rende uma pautinha ou uma curiosidade... mas acho que isso é coisa da profissão. Meu pai é engenheiro, ele sai na rua, está indo pra algum lugar, mas está olhando os prédios, tirando ideias. Acho que talvez jornalista trabalhe um pouco mais, mas não é tão diferente de um médico, por exemplo. Por trabalhar com informação e com ideias, a gente está sempre pensando em alguma coisa.

O jornalista também sabe que é difícil, na sua carreira, separar trabalho de lazer. O celular é o meio de vigilância entre o jornal e o repórter, que precisa estar sempre alerta (Ribeiro, 1994) caso ocorra algo importante. Não há descanso.

É um pouco dos dois. Porque no meio do show sempre tem algum artista, alguma coisa acontecendo que vale... é difícil, mas não dá pra separar tanto. Acho que isso é sintoma do final do século vinte pra agora. Você não consegue separar tanto trabalho de lazer. Principalmente com as novas tecnologias: o celular está sempre ligado, alguém do seu trabalho pode te encontrar a qualquer minuto; inclusive alguém que possa colaborar com o seu trabalho também; o celular com internet. Eu não coloquei internet no meu celular ainda, porque a partir do momento em que eu colocar, sei que vou ficar checando e-mails a cada dois minutos, vou ficar no Twitter a cada cinco segundos, então...

Embora trabalhe numa empresa que seja contra a obrigatoriedade do diploma, Alberto conta que todos os jornalistas que lá trabalham são formados. A Folha de S. Paulo possui também um treinamento próprio, e obriga os profissionais a decorarem o seu manual de redação. Mesmo assim, ele é a favor do diploma. Afirma que pretende continuar os estudos e defende uma formação humanística mais completa da parte das universidades.

A faculdade não ensina a escrever, só. Ensina os preceitos éticos, se debate tanto, não é só pegar um livrinho e ler. Você conversa tanto com os professores e outros profissionais, que vai te desenvolver, vai te incutindo um senso de responsabilidade maior que de uma pessoa que “ah, eu escrevo bem, vou ser jornalista”. Não. Tem umas publicações, umas revistas especializadas em medicina, que um médico pode escrever um artigo, um ensaio. Mas não é uma reportagem, uma matéria. Tem as distinções. A Folha (de S. Paulo) mesmo tem o treinamento dela, não precisa ser formado. Pode ter só curso superior. Mas se você for olha a redação mesmo, quem não tem diploma é aquela pessoa muito das antigas mesmo. Ou alguém que entrou como articulista, começou a fazer reportagens especiais. No geral, todo mundo tem diploma. E todo mundo, principalmente nas grandes redações, continuarão a ser contratados com diploma. Acho que, por um lado – embora eu não tenha gostado da cassação do diploma – deve servir um pouquinho pra tentar melhorar o curso.

Alberto é contratado pela CLT e sabe que nos dias de hoje este é um privilégio de poucos. Com a orientação familiar que teve, sabe da segurança e benefícios proporcionados pelo registro em carteira e não sabre mão. Mas sabe que esse período pode ser curto, temporário.

(...) dos colegas de faculdade, muitos estão empregados em grandes veículos até. Mas colaborador. Sabe, aquela coisa instável? No final do mês você tem três matérias pra fechar, beleza. No outro mês você não tem nenhuma, e agora? Porque colaborador é isso, e você também pode ser dispensado a qualquer momento, né? Por mais instável que possa ser o mercado, com contratados também sendo dispensados, eu acho que ainda pesa lá no RH, “peraí, eu vou demitir ele, que eu vou ter que pagar fundo de garantia ou esse que não tem vínculo empregatício nenhum? Dá mais segurança pro seu trabalho, eu me sinto mais seguro, realmente.

O Sindicato dos Jornalistas, no entanto, não é uma boa opção para o jovem jornalista, principalmente pela falta de união da categoria. Mas ele também não parece preocupado em procurar uma solução para este problema. Prefere não se aprofundar muito no assunto. Ele é contraditório ao falar da classe jornalística em terceira pessoa, como se ele não fosse um deles, e depois voltar à primeira pessoa. Embora afirme que o jornalista tem “viés ideológico”, acha que a entidade representativa da classe não deve ter esse viés. Como deve ser então?

Sei lá, acho que o Sindicato dos Jornalistas não representa os jornalistas. Não é uma classe unida, não briga... talvez seja um defeito nosso assim, eu não sou sindicalizado, não frequento as reuniões não sei como funciona. Não posso falar também, porque não tive muito interesse ainda. Mas eu sinto que, no geral, o jornalista não é muito próximo do Sindicato. Não é uma classe unida. Todo mês o Sindicato entrega o jornal lá na redação; aí eu pego, leio, vejo, mas não sei. Vejo sempre as chamadas: aumento de salário, aumento cinco por cento, não sei o quê. Eu acho válido, mas acho que precisa mexer um pouquinho no Sindicato (...) Não sei, talvez atrair as pessoas para um grande debate, mas sem viés ideológico. Jornalista é uma profissão que, por si, já tem um viés ideológico, um sonho, uma utopia, principalmente no Brasil. Ajudou muito a combater a Ditadura, já está muito arraigado ao ideal de esquerda, embora eu me considere uma pessoa de centro. Gosto muito de algumas coisas da esquerda...

2.6 – Decepção com a carreira desde a faculdade

Débora sobe e desce a serra todos os dias para trabalhar: mora em Santos e trabalha em São Paulo. São 80 quilômetros por dia, mas foi a melhor solução que encontrou para arranjar um bom emprego; segundo ela, as melhores oportunidades de emprego estão na capital. A entrevista foi dada em um café próximo à rodoviária do Jabaquara, antes de sua ida para casa.

Aos 24 anos, formada há quatro pela Universidade Católica de Santos, a jovem mora na cidade com os pais. Fala de um lugar de quem, ao ingressar na faculdade e

conhecer mais de perto a realidade da profissão, levou um choque. Mas hoje está mais tranquila com a opção que fez.

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. Saí da faculdade falando “não quero jornal, não quero nada” (...). Falei “ah não, é muita pauleira”. Cheguei a questionar se eu tinha escolhido a carreira certa, mas, enfim, não me arrependo não, mas escolha de faculdade é um momento delicado. Pensar pra que lado você vai, por onde começar. É muito complicado nesse sentido. Depois também é, mas pra começar é mais difícil.

Os estágios são uma boa oportunidade de conhecer melhor a profissão e ingressar na carreira. A única, em muitos casos. Hoje os estágios são regularizados, mas foi muito comum o trabalho gratuito dos estudantes de jornalismo disfarçados de estágio. Débora soube aproveitar a oportunidade, trabalhando durante dois anos na prefeitura de Santos.

Não precisava fazer nenhum teste; pela média escolar eles selecionavam os estagiários e aí eu fui trabalhar na Secretaria de Comunicação. E justamente eu ficava no setor de vídeo, a gente fazia acompanhamento dos jornais regionais pra fazer clipagem, a gente fazia divulgação de pautas, redigia releases, como se fosse assessoria de imprensa, e a gente também produzia alguns materiais em vídeo. Quando a tevê não podia cobrir um evento a gente mandava a fita... foi uma baita experiência. Eu, na época, queria trabalhar lá. Não conhecia outra coisa e queria trabalhar lá. Foi muito bom, fiquei lá dois anos, até me formar.

Com o final da faculdade, o estágio acabou e a jornalista buscou outras oportunidades na cidade. Trabalhou no setor administrativo da própria universidade e fez alguns trabalhos como freelancer. O primeiro emprego conseguiu, como muitas pessoas, por indicação. A noiva do irmão a indicou para trabalhar em uma assessoria de imprensa em São Paulo, mas Débora não gostou de trabalhar na área. Só veio a se identificar quando começou a trabalhar com comunicação interna.

Os empregos disponíveis são, na maioria, em assessorias de imprensa. Mas não é todo mundo que se identifica com o tipo de trabalho. Como convencer um jovem que sempre sonhou em escrever para jornal a “vender” informação para o cliente?

Fiquei seis meses na assessoria de imprensa mas aí eu vi também que não era muito a minha praia, assessoria de imprensa – pelo menos não assim em clientes que você não bota tanta fé, que você acha que não tem potencial, que não tem nada a contribuir, é um pouco complicado. Tem que acreditar no potencial daquilo que você está passando pra

alguém, né, senão você falta com a verdade. Aí eu acabei saindo e, na semana em que eu pedi demissão, eu recebi uma proposta desse lugar onde eu estou hoje. Então eu não fiquei desempregada, graças a Deus, que é uma agência de comunicação que atualmente presta serviço pra uma instituição educacional e a gente faz matérias pra intranet deles. A gente trabalha mais com comunicação interna, pros funcionários, e há dois anos já que eu estou lá.

Desde a faculdade Débora literalmente desistiu de trabalhar em jornal impresso, atitude bastante radical para quem nunca havia pisado numa redação. Muitos jovens ingressam nos cursos universitários sem ter a real dimensão do mercado de trabalho que terão de enfrentar após a formatura.

Ao longo de quatro anos de faculdade você percebe que as coisas não são bem do jeito que você imaginou quando entrou né? A realidade é um pouco diferente. Jornal diário paga menos também, do que assessoria de imprensa ou comunicação corporativa. Mas assim, o salário não é que pega; se eu gostasse, não me importaria. Acho que não me sentiria feliz profissionalmente trabalhando num jornal diário. Talvez um dia eu trabalhe e mude de ideia, hoje eu acho que não é nem o momento.

A jornalista é bastante reservada ao falar da empresa em que trabalha; não cita o nome da assessoria e nem dos clientes. Conta apenas que equipe, composta por nove pessoas, todas abaixo de trinta anos. A única exceção é o proprietário, que está na faixa dos cinquenta anos. Mais um caso que se encaixa no resultado da pesquisa quantitativa feita junto ao Sindicato dos Jornalistas: um jornalista que, após completar 40 anos, montou a sua própria empresa de assessoria.

A hipótese de que os jornalistas no mercado de trabalho são bastante jovens também se confirma neste caso. Embora esteja trabalhando na empresa há um ano e meio, Débora já passou da função de repórter para editora assistente. E diz estar muito satisfeita com isso. O horário de trabalho seria das dez da manhã às seis da tarde, com uma hora de almoço. Mas, na realidade, não é bem assim que as coisas funcionam.

Na verdade eu chego às nove. Porque com o horário do ônibus fretado eu acabo chegando às nove. E eu sempre fico até mais tarde. Principalmente depois que eu virei editora assistente, eu acabo ficando até mais tarde.

Seu principal trabalho hoje é de editar textos dos repórteres, além de ficar em contato com o cliente. Na verdade, Débora é uma funcionária “quarteirizada”: é funcionária de uma empresa que é contratada por outra empresa de comunicação para

fazer o trabalho do cliente. Tendência já observada por Fernanda em outra entrevista. Ou seja, as relações trabalhistas estão se flexibilizando cada vez mais.

A gente tem um cliente fixo. Eles têm o setor de comunicação, mas só formado por duas pessoas na equipe, né? Eles terceirizam. Então a gente tem que estar sempre em sintonia com eles, é uma coisa um pouco burocrática. Então a gente troca bastante e-mail, fala bastante por telefone, tem que estar bastante alinhado. Como é uma coisa institucional, os textos são muito bem cuidados, cada texto passa por várias pessoas; eu sou uma das pessoas que vejo os textos, né? E às vezes eu produzo alguns materiais sim, eu não deixei de escrever ainda. Alguns materiais fora da rotina acabam ficando comigo, que já estou com uma visão um pouco mais geral do trabalho.

A cada dia as empresas criam novas maneiras de convencer os jornalistas de que a falta de registro em carteira é um bom negócio. E às vezes conseguem, como no caso de Débora. Contratada como freelancer, a jovem precisava comprar nota fiscal todos os meses para receber o pagamento pelo trabalho. Sabendo que este processo é ilegal, a empresa propôs aos jornalistas que abrissem cada um a sua própria empresa – passando para a condição de PJ –, e se comprometeram a arcar com os custos de abertura de empresa e pagamento de impostos. Com certeza, fizeram os cálculos e viram que ficaria mais barato agir assim que registrá-los. E pagando as despesas ainda ficariam em situação favorável perante os empregados.

Lá nós não somos registrados. Na verdade a gente estava até em situação irregular até dezembro. Era como se fosse um freela fixo: tinha um valor, mas não tinha nenhum vínculo, apesar da gente cumprir horário e tudo, como se fosse funcionário. Mas a gente não tinha nenhum vínculo. A gente passava nota comprada – que é uma prática bastante comum, infelizmente – só que a empresa estava um pouco preocupada com isso, de dar algum problema pra eles... a gente não sabe de onde está vindo essa nota... então eles tiveram uma atitude que eu achei muito bacana, que é a gente abrir uma empresa, cada um abrir uma empresa, e eles estão bancando a abertura das empresas. Então agora a gente é PJ. A partir de janeiro a gente emitiu a primeira nota. E é uma responsabilidade a mais, né?

(...) Os impostos eles estão pagando. Pelo menos por enquanto a gente não teve gasto nenhum. Eles assumiram desde o começo, disseram “olha, já que é pra regularizar a situação, vocês quando foram chamados para trabalhar aqui não foi avisado nada, então vocês não são obrigados, a gente não vai mandar vocês embora por causa disso”, porque eles não teriam gente pra repor de uma hora pra outra. E eles abriram a empresa porque todo mundo ficou. Eu acho que até pra gente vai ser bom, porque, por exemplo, você vai ter um comprovante de rendas, você passa meio que existir, sabe, porque antes era uma situação um pouco complicada, a gente se sentia mal de ter que comprar uma nota... então, é uma responsabilidade porque o dia em que eu não estiver trabalhando lá, eu vou

ter que levar essa empresa comigo ou fechar, vou ficar com os custos. Mas de repente pode ser um começo, vai que eu abra o meu escritório um dia, daqui a um tempo, vai saber... a gente pensa, né?

O profissional que não tem vínculo não existe perante a sociedade. Ele não pode financiar uma casa, compra um carro a crédito, é como se ele não existisse legalmente. Débora tem consciência e se ressentido disso. Sabe que a maioria dos profissionais está na mesma situação, trabalhando sem a CLT. Perante a situação dos colegas, afirma sentir-se uma profissional privilegiada. Diante dos fatos, essa afirmação, soa um pouco ingênua.

Olha, eu adoraria (ser registrada), porque acho que você teria respaldo pra tudo. Você tem todos os direitos, você tem os deveres; mas a gente já tem os deveres hoje como PJ, porque a gente é PJ, mas a gente tem horário a cumprir. Então, os deveres a gente tem, agora os direitos a gente não tem. A gente não tem férias, décimo terceiro, INSS, a gente não tem nenhuma garantia. Eu pago o INSS por conta própria. Se um dia me acontecer alguma coisa, eu vou me sentir mais segura pagando. Mas é uma coisa que sai do meu bolso. Na verdade eles agora estão dando uma parte do valor (da assistência médica). Mas o meu plano de saúde é mais caro que isso, então eu estou completando. Mesmo assim já um ajuda. Eu não sei o que levou os proprietários a pensarem nisso, de tentar regularizar a situação. Acho que inicialmente por medo de que isso desse problema pra eles, mas eu acho que eles pensaram no nosso bem-estar, que é uma coisa muito rara no mercado. Eu até hoje paguei o meu INSS, agora eles vão começar a pagar o nosso INSS também. Eles vão dar o dinheiro pra gente pagar. Eu nunca vi isso em outro lugar, eu acho que estou tendo sorte. Eu acho que até hoje eu tive muita sorte na carreira. Porque eu vejo a carreira de alguns colegas tão complicada, sabe?

Terminar uma faculdade de jornalismo em São Paulo e conseguir emprego já é uma tarefa complicada. Na pequena cidade de Santos é ainda mais difícil. As assessorias de imprensa são as empresas que mais empregam os jovens jornalistas, como já foi comprovado na pesquisa quantitativa. Quando fala da situação dos ex-colegas de faculdade, Débora retrata o problema.

As pessoas que se formaram comigo, poucas estão na área. E as que estão na área, a maioria está em São Paulo, porque a gente se formou em Santos. Olha, quem não está na área está desempregado ou trabalhando em áreas que não têm nada a ver, tipo é vendedora, está trabalhando como secretária em um escritório de advocacia, sabe? Ou está trabalhando com eventos, que não deixa de ser voltado para a comunicação, mas não tem a ver com jornalismo... mas todo mundo que eu conheço que está com a carreira um pouco mais consistente está aqui em São Paulo, trabalhando em assessoria. Em redação eu tenho três colegas, o resto está tudo trabalhando em assessoria de imprensa

ou em empresas de grande porte, multinacionais, que tem setor de comunicação específico. Mas um ou outro. É muito difícil, sabe?

Débora é a favor do diploma para o jornalista, e acha que o crescimento das redes sociais obrigará os empresários a contratar cada vez mais profissionais capacitados, que saibam utilizá-las. Mas será que é precisão ser um jornalista para saber utilizar as redes sociais?

Eu sou a favor. Eu acho que poderia ter exceções, concessões, mas o simples fato de não ser obrigatório, desvaloriza demais muito nosso trabalho. Que basta saber escrever e ter um mínimo de noção do que é fazer uma entrevista – e não é assim. A gente passa por todo um processo, a gente tem matérias de psicologia, antropologia, sociologia, filosofia, a gente tem um trabalho humanitário, não é só chegar e fazer perguntas. Independente da área que você trabalha, você tem que ter uma reflexão, você tem que ter um cuidado, uma ética que não quer dizer que se você tem faculdade você vai ter. Mas não quer dizer que se o médico fez faculdade ele será um bom médico. Então eu acho que desvaloriza a categoria completamente e eu acho que prejudica o mercado de trabalho sim, porque grandes jornais têm consciência de ter um profissional e eles vão manter os profissionais. Veículos menores, às vezes o gestor, o proprietário não tem muita consciência, e ele vai pegar um cara, um jornalista que ele vai pagar mais barato. Eu acho que isso é um passo pra trás. É meio polêmico, né?

A jovem acredita que faltam leitura e prática de redação aos estudantes que ingressam na faculdade de jornalismo. Para ela, tal deficiência se reflete nos erros que aparecem nos sites e jornais. Débora credita o seu bom domínio do português à rápida ascensão ao cargo de editora.

Eu tive uma formação muito boa de língua portuguesa quando eu estava na escola, e acho que isso me ajudou muito onde eu estou hoje. Porque pra você editar texto de um colega de trabalho é porque você tem alguma qualidade – não que o outro não tenha – mas que de repente no outro não esteja tão apurado, daqui a algum tempo vai estar. Eu acho que tenho muito a aprender, a minha editora é muito melhor do que eu. E ela é três anos mais velha que eu, só. Mas eu acho que tem sempre que procurar melhorar e eu acho que jornalista fica um pouco estagnado sim, não estuda.

Embora não seja uma profissional registrada, Débora é associada à regional Santos do Sindicato dos Jornalistas, onde tem feito cursos de curta duração.

Eu já fiz cursos do sindicato. Quando fiz o primeiro deles, na época eu não era sindicalizada e pensei “putz, se tivesse pagando eu teria desconto neste curso”, e comecei a pagar por causa disso. Aí depois eu vi que tem o informativo, que é legal, tem o Unidade, que a gente recebe, tem convênios. Outro dia paguei quinze reais para o

oftalmologista porque tinha convênio com o Sindicato. Então é assim, por enquanto é por comodidade. Não é um valor alto, eu pago valor de regional, então eu pago vinte reais ou dezesseis, eu não lembro. Mais por conta disso, mas eu acho bacana contribuir também de alguma forma com a categoria, né? Eles têm assessoria jurídica, eles dão algum suporte. Apesar de achar que o sindicato poderia estar muito mais ativo, algum suporte eles acabam dando. Eu acho que só de ter os cursos já é bastante bacana.

Nas horas vagas, a jovem gosta de dormir e sair com o namorado, também jornalista. Ambos estão juntos há cinco anos, planejando casamento e mudança para São Paulo. Como quase todos os jornalistas, ela tem um blog sobre cultura e outros assuntos, que está um pouco abandonado por falta de tempo. Mas que pretende retomar em breve.

2.7 – A família em primeiro lugar

Ana tem 37 anos, é casada e tem um casal de filhos. Fala do lugar de uma pessoa que optou em colocar a família à frente da carreira. Optou por trabalhar em casa, um pequeno sobrado que divide com a família, na Zona Norte de São Paulo. Respondeu o roteiro de perguntas abertas em uma padaria próxima à casa, alegando que os filhos pequenos não nos deixariam sossegadas para a entrevista. O casal está construindo uma casa maior na Serra da Cantareira, onde esperam que o problema casa e escritório seja resolvido.

A pesquisa *Comunicação e Trabalho* mostrou que a maioria das comunicadoras que estão atuando no mercado de trabalho são solteiras e sem filhos. É uma questão de opção, pois ter filhos e ser jornalista requer uma dupla jornada repleta de sacrifícios. Hoje a vida da jornalista está estabilizada, mas não foi sempre assim. Começou a trabalhar aos 16 anos em um banco para ajudar a família, moradora da Zona Leste de São Paulo. Na época do vestibular, procurou faculdades na região, mas conseguiu passar apenas em Mogi das Cruzes.

Eu me formei em 1994 na UMC, Universidade de Mogi das Cruzes. Na época eu prestei jornalismo na UMC, comunicação, porque é habilitação em jornalismo, prestei na Cásper (Líbero), mas não passei, prestei São Judas e Brás Cubas. Tinham poucas faculdades na época; tinha na USP que... eu fiz curso técnico, estudei no Castelo, então nem tentei. Não fiz cursinho, não fiz nada. Fui com a cara e com a coragem. Prestei essas três também porque, como eu morava na Zona Leste, para eu vir pra Faap, PUC, essas outras, era muito longe. E Mogi era fácil por causa do trem, né? Eu prestei lá, entrei, eu trabalhava no Bradesco e sempre gostei de escrever, de falar, eu gosto de

gente. Então prestei lá. Quando eu me formei eu saí do Bradesco e fui atrás de trabalhar na área.

A determinação da jornalista a fez contrariar a família e deixar seis anos de trabalho no banco para procurar emprego na área de jornalismo. A mãe a chamou de louca por ter trocado a segurança por um emprego sem remuneração!

Fui pra não ganhar. Eu me formei em dezembro e saí do Bradesco em março. Mas já fazia uns seis meses que eu estava pedindo para eles me mandarem embora. Eles não queriam, mas no fim me mandaram. Aí eu tinha uma amiga que trabalhava na DPZ, que tinha feito publicidade comigo em Mogi. Ela conhecia um aqui, outro ali, e fui trabalhar em uma produtora na Mooca, pequenininha, e eles estavam fazendo uns jornais, de moda, modelo e não sei o quê. Eu fui fazer esse jornal e depois eu comecei a fazer freelas para jornal de bairro cobrindo música; ia nas coletivas de imprensa, mandava para alguns jornais de bairro... Em 1995 eu fiquei nessa produtora, em 1996 eu fiz assessoria de imprensa pra um político, aí cobri música uma época, mas não ganhava. O dinheiro que eu saí do Bradesco fiquei me mantendo um tempo, né?

Ana foi incansável na procura por emprego. Quando conseguiu um para trabalhar meio período e ganhar o piso mínimo do Sindicato, arranhou também um estágio sem remuneração no SBT.

Comecei a mandar uns currículos... tinha essas rádios comunitárias, eu ia fazer programinha aqui e ali, pensando que um dia daria certo. Me chamaram para trabalhar no jornal Rádio e TV Notícias, que fazia o jornal da AESP, que é a Associação das Emissoras de Rádio e TV de São Paulo, fazia do SESCON, que é Sindicato de Contabilidade, fazia outro de Pinheiros... ele tinha uns jornais, mas o forte dele era esse da AESP que ele fazia mensalmente. Fui trabalhar lá, pra ganhar o piso, trabalhava da uma às sete, em Pinheiros. Fiquei lá quatro anos, trabalhando com eles. Nesse meio tempo eu tinha um amigo que trabalhou comigo no Bradesco e estava trabalhando no SBT. Ele conseguiu um estágio pra mim no SBT pra não ganhar nada. Era na Anhanguera, no programa Aqui e Agora. De manhã eu ia lá, ficava na redação, só vendo, porque não era funcionária, não era nada. Eu ficava lá, depois ia pra Pinheiros. Então de manhã eu ficava no SBT e de tarde no jornal. Fiquei lá acho que uns seis meses, alguma coisa assim, e depois eu fiquei só no jornal, mas sempre deixando o meu currículo.

Fazendo o jornal da AESP que Ana encontrou um jornalista mais velho, que lhe ensinou a prática da função no dia a dia, personagem que hoje não é mais encontrado nas redações. A jovem fazia sozinha todas as matérias e a diagramação de um jornal de 16 páginas. A revisão ficava por conta do diretor.

E era legal porque ele era jornalista, mas não fez jornalismo. Era um senhor já, deve ter uns sessenta anos hoje. Ele fez Letras. Então eu aprendi muito lá, porque ele revisava mesmo, revisava português, concordância, era bem legal. E ele era um senhor muito “mala” de trabalhar, porque ele era muito – filho de libanês, né? – desconfiado. Até a mulher dele brinca, ela não sabe como ele me contratou, porque ele só pegava gente da USP, e eu estudei em Mogi; ele só pegava gente que morava na região, e eu morava em Itaquera; e eu fui a que ficou mais tempo com eles, trabalhei lá quatro anos. Tanto que ele editou um livro agora, e eu ajudei a revisar o livro dele, foi super legal assim. A gente acabou ficando com aquela amizade, sabe?

Ana costuma dizer que o jornalista conta e o redator encanta. Trabalhar com dois focos tão diferenciados é uma tarefa complicada, e não foi diferente para ela.

Ele tem que encantar. Tanto que você pega meus textos, as chamadas, títulos dos anúncios, slogans, eram feitos por eles. Ou então a gente sentava e cada um tinha uma ideia e... agora, as campanhas mesmo, eles que faziam. Eu não sou redatora publicitária, não tem jeito, é tirar leite de pedra. Mandam eu escrever um texto, sento e em meia hora, escrevo. Agora, chega na hora de fazer um slogan, fico louca. E pro jornal não é assim, é mais fácil, né? Então é legal porque lá tem um diretor de criação que ele também não é formado, nem nada. Lá o pessoal trabalha há muitos anos, e publicidade tem muito disso, trabalha por dom mesmo. E não é obrigado fazer publicidade para abrir uma agência, ao contrário da gente.

Tudo ia bem até Ana se casar e engravidar da primeira filha, em 2004. As cobranças da empresa e as dificuldades em dividir o tempo de trabalho com a família a fizeram optar pelo trabalho em casa.

O povo estava acostumado com a época em que eu não tinha filhos e era aquela história, duas horas da manhã eu ainda estava lá! Depois que você tem filho é diferente. Então dava aquele determinado horário e eu dizia que precisava ir embora. Aí começou a pegar, não por minha causa, porque eu sou muito responsável, sair e deixar “rabo” eu não gosto. Então eu vinha, mas ficava no telefone perguntando se tudo estava dando certo. Agência, você que manda pra fotolito, você que revisa, você que vê prova. Às vezes era dez horas da noite e tinha prova chegando aqui na minha casa. Vinha o cara aqui, eu sentava e ia ver em casa. Como eu queria fazer a pós, conversei com o meu marido e combinei de fazer um curso a distância e ficar fazendo uns freelas para a agência em casa. Eu tinha um amigo que trabalhava comigo nessa agência, e ele foi trabalhar na Casanova, uma agência de relacionamentos em Alphaville, que tem vários programas de relacionamentos, tipo Souza Cruz, Nestlé, Avon... sabe esses programas de pontos para

os vendedores e tal? Ele me chamou pra ir lá fazer um freela pra eles. No fim, trabalho pra eles direto, eu que sou a jornalista da agência deles, e faço alguns jornais.

Hoje Ana faz alguns jornais em casa. Divide o seu tempo dedicando a parte da manhã aos filhos e a parte da tarde ao trabalho. O escritório fica no quarto onde dorme com o marido. No mesmo espaço estão a escrivaninha, o computador e os aparelhos eletrônicos que o marido coleciona. Mas esse problema está prestes a ser solucionado, quando a casa que estão construindo ficar pronta e Ana terá um espaço só para o seu escritório.

Quando estou fazendo jornais, acordo umas oito horas por causa das crianças. De manhã eu não toco nas minhas coisas de jornal, só se eu tiver alguma coisa urgente, como por exemplo, já fiz tudo, mandei, está pra aprovar, o cliente pede uma alteração e tem que mandar pra gráfica depois do almoço, entendeu? Aí eu dou um jeito de fazer de manhã. Mas, no geral, eu não toco neles de manhã. Eu tenho uma empregada três vezes por semana e, quando preciso, ela fica com eles. Mas não é babá. E aqui eu não tenho espaço pra mim. Nós somos quatro, e é um sobrado com dois quartos. Tem a “maloca” das crianças e o meu quarto, que é um pouco mais organizado: tem computador, fax, impressora... meu quarto vai explodir qualquer dia. Porque meu marido é fascinado por DVD e vídeo. Meu quarto tem ar condicionado, tevê de 42 polegadas, home theater, DVD, videocassete, computador, duas impressoras, uma com fax e a outra com scanner, a cama e dois guarda-roupas de duas portas. Tem 3,5 por 3,5 metros quadrados. Eu falei que qualquer dia a gente explode com tudo isso, porque a casa tem cinquenta anos e acho que umas três tomadas só (risos). Bem, eu deixo as crianças na escola a uma hora. Então se eu tenho que fazer as entrevistas eu faço à tarde, entendeu? Eu escrevo à tarde e, quando não dá, pego eles na escola, faço dormir, e depois que eles dormem é que eu vou começar a escrever. Então às vezes é duas, três horas da manhã que eu estou indo dormir, semana que estou cheia de serviço, entendeu? Mas é uma semana pauleira e o resto é tranquilo. Lá na outra casa eu vou fazer um escritório para que eu possa trabalhar, ele vai ter a sala dele, meu quarto será apenas meu quarto. Porque aqui eu estou escrevendo e o meu marido está dormindo, coitado. As crianças vão dormir por volta de dez horas, aí eu pego, faço os textos, mando pra eles.

Mesmo trabalhando em casa, a dupla jornada não é fácil. Além de ser mãe, esposa e dona de casa exemplar, ela precisa ser uma profissional. Para fazer os jornais, Ana também precisa sair para fazer reportagens e, às vezes, fotografias. Mas não ganha mais por isso. Ou seja, a polivalência é pessoal e profissional!

Às vezes eu vou entrevistar um cara, já estou lá e faço a foto. Eles são muito profissionais assim, é legal porque tem umas verbas boas, então eles mandam fotógrafo, entendeu, aí é legal. Quando não tem jeito, eu mesma faço.

Os finais de semana são complicados para trabalhar, porque a família está em casa. Tudo deve ser feito dentro do horário reservado. Ana tem consciência dos seus limites e antes de negociar coloca os problemas para os clientes. Deixa bem claro, em sua fala, a opção pela família. Afinal, não é possível estar 100% nas duas funções.

Se eu pego um negócio eu quero fazer certo, bem feito, me comprometo com aquilo. Se eu falei que vou fazer, vou fazer. Se eu tenho prazo pra entregar, eu tenho que entregar. Eu fui pra Ilhabela, levei o computador e fiz matéria lá. Mas eu deixo claro pro cliente que vou entregar apenas no final da tarde. Se ele ligar na minha casa de manhã, vai falar comigo ouvindo criança brigar, chamar, vai ser assim. Se o cliente quiser que eu viaje, não posso viajar. Posso ir daqui a Campinas, ir de manhã e voltar à tarde. Mas ir daqui pra Maceió não posso. Gostaria muito, mas não posso. Não tenho essa disponibilidade. Tenho criança pequena, meus filhos não ficam sozinhos e meu marido não troca fralda. A gente faz opções. Eu quis ter filhos, quis. Eu já conquistei muita coisa legal na minha carreira de jornalista; não deu pra ganhar dinheiro, porque eu acho que jornalista também não fica rico. Conheço poucos, aqueles três ou quatro da tevê. Então por enquanto eu vou ficar com esses freelas que eu sei que dou conta, entendeu? Não adianta pegar um monte de coisas também, ficar querendo abraçar o mundo. Eu gosto do que faço, adoro.

Ana mantém relação de autônoma com os clientes – possui o CCM⁶⁴ e emite nota fiscal. As empresas descontam o Imposto de Renda na fonte, a partir de uma porcentagem. Embora tenha mais de 15 anos de formação como jornalista, ela afirma que nunca teve registro de jornalista na carteira profissional. Para garantir a aposentadoria, é possível pagar o carnê do INSS. Mas não é todo mundo que tem disciplina para isso. A aposentadoria também é um sonho distante.

Eu acho que seria legal se eu trabalhasse em uma empresa e fosse registrada e tal, mas aí você acaba tendo um vínculo maior também. Na época em que eu fiquei trabalhando em jornal de bairro, eu parei de pagar INSS, então eu perdi cinco anos. Aí quando eu fui trabalhar nesse jornal rádio e tevê, eles disseram que iam me registrar, enrolou e não me registrou. Depois eu comecei a dar nota (fiscal) pra ele. Aí eu fiz o cadastro, tudo certinho. Daí pra cá eu sempre paguei o INSS. Tive licença maternidade nas duas vezes que fiquei grávida, tudo certinho, porque eu pago sobre dois salários agora. Então, quer dizer, eu só não tenho fundo de garantia e alguns benefícios, né? Quando eu trabalhava pra Case ela não dava essas coisas, mas ela dava um “plus”; ganhava mais pra poder pagar, entendeu? Então saía pau a pau. Mas eu nunca tive o registro de jornalista. Se alguém perguntar quanto tempo eu tenho de profissão, eu tenho os jornais, Nota, essas coisas, mas...

---

⁶⁴ Cadastro de Contribuintes Mobiliários

A universidade que a jornalista cursou, em Mogi das Cruzes, extinguiu o curso de jornalismo em 2009. Mesmo assim, ela ainda é a favor da obrigatoriedade do diploma.

Eu sou a favor, porque acho que escrever não é só escrever do jeito que você acha, tem toda uma técnica, principalmente jornalista. Eu escrevo jornais de outros Estados e nem sempre consigo entrevistar pessoalmente; então eu mando a pauta por e-mail. A pessoa me manda em texto e acha que eu vou por aquilo. Eu aviso que vou passar para um texto jornalístico, e tal. A faculdade não forma, mas tem que saber. Senão qualquer Zé Mané vai sair escrevendo, achando que é jornalista, eu não acho justo, sabe? Principalmente pra gente que estudou, que se esforçou.

A jornalista pretende fazer pós-graduação em comunicação empresarial, para se atualizar. Mesmo trabalhando em casa, sem vínculo empregatício, Ana acredita e é associada ao Sindicato dos Jornalistas. Atribui a fidelidade ao fato de ter utilizado alguns benefícios quando precisou.

Quando eu me formei, fui tirar o MTB lá no Sindicato e fazer a carteirinha, que por sinal está vencida (risos). Mas taí. Eu usei convênio médico do Sindicato uma época, porque eu não tinha nenhum. Mais por isso, pra fazer os cursos, convênio com dentista. Ah, eles brigam lá pela gente, diz a lenda. Então a gente ajuda, fazer o quê. Não tenho nada específico, não. Eu acho que os cursos são legais, baratos, acessíveis pra gente, tem uma carga horária legal. Eu queria fazer mais, mas não tenho tempo.

Ana acompanhou as mudanças que ocorreram no jornalismo a partir da introdução das tecnologias. Lembra que chegou a trabalhar no banco com máquinas de escrever e a escrever em laudas na faculdade. Para ela, no entanto, a principal mudança foi com relação ao tempo de trabalho, que hoje é integral. O cliente fica à vontade para ligar a qualquer hora, porque ele sabe que o jornalista está lá. Não tem como escapar.

O duro de trabalhar em casa é que você fica full time... você está aqui, o cara te liga à meia-noite e você vai entrar no computador. É ruim por isso, mas acho que não tem vantagem nem desvantagem, você faz o seu horário. E eu falo para os clientes da minha disponibilidade, eles aceitam se quiserem, entendeu?

2.8 – Acompanhando de perto as mudanças no jornalismo online

O gaúcho Jair veio para São Paulo assim que terminou a faculdade, para fazer pós-graduação em jornalismo cultural na PUC. Pensava em terminar o curso e voltar para

Porto Alegre, onde cursou jornalismo, na universidade federal de lá. Mas acabou fazendo bons contatos e foi ficando.

Hoje ele tem 29 anos e trabalha na editoria política do portal *Estadão Online*. Fala de um lugar seguro, de quem está na promissora carreira do jornalismo online, ainda começando no Brasil, mas que, segundo ele, promete crescer bastante.

O jornalista está habituado a viver longe da família: nasceu em Carazinho, onde ainda vivem seus pais, mas já morou em Passo Fundo, Porto Alegre e agora São Paulo, onde divide um apartamento com uma amiga. E foi lá, no bairro da Vila Madalena, que o jovem nos recebeu para responder as questões. Segundo ele, a opção pela carreira aconteceu do mesmo modo que a maioria dos jovens, por instinto.

Eu tinha dezesseis anos, estava terminando o segundo grau e não sabia o que queria fazer, como acontece sempre. Eu sabia que eu gostava de escrever e de ler, e ficava pensando, “o que é que eu vou fazer com isso”. Estava pensando em fazer Letras, meu pai queria que eu fizesse Direito, e eu achei que Jornalismo fosse alguma coisa no meio (risos).

Ainda durante a faculdade, Jair fez estágios em estúdio de televisão, em rádio e na assessoria de imprensa de uma estatal. Segundo ele, é complicado conseguir emprego na região de Porto Alegre que seja fora da RBS⁶⁵, um grande conglomerado de mídia que acabou monopolizando a comunicação local.

Em São Paulo, por ter mais empresas de comunicação, esse problema tende a ser menos complicado, mas também não é fácil arrumar emprego em redação. Jair conseguiu quase todos os trabalhos na cidade por meio de bons contatos, feitos a partir do curso de pós-graduação.

Daí eu acabei ficando, porque a partir de 2004, principalmente, começaram a aparecer coisas pra eu fazer aqui em São Paulo. Eu consegui uma vaga para um freela na revista Cult, na editora Bregantini; eu fiquei pouco tempo lá, depois a editora disse que precisava de alguém com perfil mais “sênior” pra ser editor. Foi legal porque aquilo ali me rendeu outros contatos, depois eu fiz mais um ou dois trabalhos lá, dali me chamaram pra ajudar na campanha do José Serra para prefeito em 2004. Tinha alguém lá que ajudava a editora e também ia ajudar na campanha, acho que a Deise (Bregantini) falou de mim pra ele, daí eu fui dar essa ajuda na campanha, depois disso eu trabalhei na prefeitura, fiquei quase um ano lá, saí e fiquei um tempo fora, pra terminar a minha especialização. E quando já estava no fim da especialização, só faltava defender, sem

---

⁶⁵ Rede de comunicação que abrange os estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul através de emissoras de TV e Rádio, jornais e portal de internet

trabalho, eu já estava pensando em voltar pra Porto Alegre, aí apareceu essa vaga no (portal) IG, para ajudar com eleições, uma coisa temporária. Mas gostaram de mim lá e eu acabei ficando. Fiquei, somando os dois períodos, como temporário e como efetivo, eu fiquei de agosto de 2006 até junho de 2008.

Até então Jair nunca havia trabalhado com internet. Teria muita diferença entre trabalhar o texto impresso e o da internet? Para ele, a diferença principal está na redução do texto e na velocidade, mas as premissas básicas do jornalismo continuam.

Em geral o texto é mais curto, mas eu acho que as premissas básicas do jornal continuam. Eu sempre ouço pessoas falarem que a internet vai acabar com o jornalismo. Acho uma coisa assim apocalíptica, quase imbecil, um medo que as pessoas têm. É a mesma discussão que a gente tem sobre o livro, se vai acabar com o livro ou não. Não acaba com o livro, muda o suporte; você provavelmente vai derrubar menos árvores pra fazer livros, e considerando que tem muito livro ruim, isso não é de todo mal (risos).

As promessas feitas e não cumpridas pelo portal IG para contratar Jair o fizeram processar a empresa e também ter o primeiro contato com a precarização e a exploração do trabalho jornalístico. A decepção foi tanta que ele pensou em migrar para o serviço público, por meio de um concurso, opção de muitos profissionais que se sentem acuados pela falta de opção profissional.

(...) o trabalho em si não era tão complicado, era mais por estar aborrecido com a empresa. Daí resolvi sair e saí com a ideia de fazer concurso. Cansei de ficar dependendo de empresa privada. Você fica dependendo de alguém gostar de ti, seu chefe ir com a sua cara, e isso realmente é uma coisa meio complicada. Lógico que eu não consegui estudar para o concurso... a vantagem do concurso é que a vaga é tua, você não tem obrigação de ser legal com ninguém...as minhas experiências com assessoria eu não gostei, não acho que tenho perfil pra isso. Já me falaram que as grandes assessorias não têm feito tanto follow assim, que pra mim é a coisa mais chata que tem, ficar ligando, pedindo... não(...)Penso que é diferente fazer assessoria para um órgão estatal. As pessoas têm interesse, te procuram. Eventualmente você vai ter que entrar em contato, e tal. Mas é diferente. E sem falar que os salários são bem mais altos. Mas eu não tinha disciplina pra estudar, não consegui.

Depois da tentativa frustrada, o jornalista começou a se preocupar. Estava com 27 anos e desempregado, sem perspectivas, pensando em voltar para o Sul. Até que um amigo o indicou para trabalhar no portal do Estadão. Nota-se que, na área, talento é importante, mas indicação também ajuda muito. Jair começou no portal como editor de

capa e agora está como editor e política, área que mais o atrai. Trabalha das duas da tarde às dez da noite, mas raramente sai no horário.

A gente está fazendo uma tentativa. São dois editores agora, tem mais um repórter, que no fim acaba dividindo as funções com a gente, e um estagiário. A avaliação que a gente faz é que tarde e noite são os horários mais puxados, porque tem votação, classe política não trabalha muito de manhã, mais à tarde e à noite; é o horário que tem mais notícia, né, então a gente avaliou que era melhor ter os editores nesse período. Mas talvez a gente venha a mudar, estamos vendo ainda o que é melhor pra fazer.

As empresas de comunicação parecem estar investindo em cursos de idiomas e atualização para seus jornalistas. Assim como o colega Alberto, da Folha, Jair cursa inglês e espanhol na parte da manhã, cursos pagos pela empresa. O jornalista gosta do que faz, mas espera, com a proximidade das eleições, ter mais espaço para fazer reportagens e dar furos. Segundo ele, são poucos os portais que trabalha com produção própria; há, nessa área, muita reprodução de conteúdo. E, conseqüentemente, a reprodução dos erros cometidos pelos apressados jornalistas.

Eu acho que vai acontecer isso lá com a gente e tenho observado que os portais estão procurando investir em reportagem. Porque internet é muito consumo, é muito reprodução de conteúdos que outros produzem. Então acho que agora vai começar a rolar um pouco mais de matérias. Basicamente, quais são as tarefas da equipe: a gente é muito dependente do que o jornal produz, do que a Agência Estado produz, também a Agência Brasil, a Agência Câmara... grosso modo, o que a gente faz, a gente monitora nossos e-mails, a concorrência, o que o jornal está produzindo, o que a Agência está produzindo, o que a escuta está produzindo, a gente pode pedir alguma coisa pra eles. É um pouco complicado pra gente dar um furo, é uma coisa que a gente tem conversado, temos essa dificuldade, justamente por isso, alguém tem que ficar liberado para ir atrás do furo. Agora a gente está começando nesse sentido, porque com uma equipe um pouco maior, você consegue. Eu fico aqui pensando, fazendo a edição, porque é claro, pego a notícia, preciso dar uma lida, ver se não tem incoerência, informação errada, erro gramatical, coisas assim. Fazer ou refazer o título, linha fina, colocar foto, pegar outros materiais que a gente tenha produzido, jogar lá dentro... na verdade é um trabalho pesado, muito conteúdo. Então basicamente a rotina é mais ou menos essa, monitorar tudo e puxar o que nos interessa para chamar na página principal do portal.

A pesquisa quantitativa mostrou a preferência dos jornalistas pela internet, inclusive nos momentos de lazer. Para Jair, a migração dos leitores para a internet é um

caminho sem volta e, percebendo isso, os portais estão começando a mudar, investindo em reportagens mais profundas.

Essa é uma avaliação minha. Eu acho que sim, por exemplo, o IG, Terra, que nascem como portais, digamos assim, que mais administravam conteúdo, a gente vê que eles estão procurando levar gente agora, nesse exato momento, para fazer reportagens. O IG começou a dar furos assim, não é que não dava antes, mas estava muito associado a conteúdos de parceiros, agora é gente que está lá dentro. (...)Acho que os jornais tendem a perder leitores, perder importância, talvez até desaparecer, não sei, talvez seja um pouco radical de mais. Tem um público que tem facilidade de adaptação; penso que é o caso da minha geração e até da geração do meu pai, que tem cinquenta anos. Ele só consome notícia pela internet, gosta, acompanha noticiário, e é internet e tevê.

Os jornalistas também estão mudando. Além das transformações que vivem no mundo do trabalho, os profissionais estão migrando para o trabalho online. Para Jair, a base do trabalho, buscar informação e levá-la ao leitor, é a mesma. O problema está na falta de apuração, o que acaba gerando muitos erros.

É esse esforço de reportagem que eu acho que ainda falta pra internet, mas que eu acho que tá aumentando. Se tu pega, por exemplo, pra mim foi interessante entrar no Estadão porque aí tu vê como é que é a coisa dentro da redação de um grande jornal, né? Tem aquele monte de jornalista pra produzir aquele monte de conteúdo, de política, a economia e passando até por outros assuntos, tipo arquitetura e decoração.

A base do jornalismo online vem do impresso, isso é fato. O jornalista conta que, pensando em integrar o impresso com o online, a empresa unificou as redações, procurando integrar as áreas. Os grandes nomes do jornalismo também estão migrando para os blogs, levando a sua experiência e credibilidade diretamente para o público receptor. Mas também estão surgindo profissionais que fazem o caminho inverso: surgem da internet e são contratados pelos jornais.

Mas eles conseguem os furos em cima do nome deles. Em geral, também é associado a uma marca de jornal. Quer dizer, o Noblat está no Globo, o Josias na Folha Online, então você tem de fato grandes nomes em blogs, mas ainda assim, eles precisam da marca, da credibilidade de um jornal. Então a coisa está em transformação, na verdade. A tendência é começarem até a surgir nomes na internet. Porque é bem isso, são nomes que estão migrando, estão saindo e entrando cada vez mais na internet. Mas aos poucos também tu vai ter, e já tem exemplos de blogueiros, porque a pessoa surge como blogueira já. Já tem muitos, e acho que até lá nos Estados Unidos isso é mais forte que

aqui, mas aqui já tem também e a tendência é ter cada vez mais. Meu chefe mesmo, o Pedro Dória, é um cara que surgiu assim. Ele é novo, tem quarenta no máximo, e surge a partir da internet, ele já vira um nome da internet. E acho que a tendência é isso se ampliar.

Apesar de jovem, Jair tem uma boa visão das mudanças ocorridas a partir da introdução das novas tecnologias. Nota-se que as suas lembranças estão todas vinculadas à internet, principalmente da transição da internet discada para a banda larga.

Desde que eu entrei na faculdade, eu acho brutal a diferença, espantoso. Agilidade... tu tens nesses doze anos toda a evolução na internet. Ela surge quando? Eu acho que comecei a ver internet em 95, 96, que eu comecei a navegar...o UOL surge mais ou menos nessa época, né? E era internet discada... demorava um ano pra ver uma foto, pra baixar alguma coisa, tu ia lá, tomava um café e quando voltava tinha caído... era engraçado, e naquela época eu lembro que já era o máximo, porque eu por exemplo aprendi a datilografar numa máquina, fiz curso, fiquei com o dedinho doendo, aquela coisa toda... e de repente você tem internet, as coisas foram mudando muito rápido. Claro que algumas coisas já estavam ali, essa interação da imagem com o texto já estava de alguma maneira ali, principalmente eu lembro que gostei muito – lógico, quem não gosta – quando apareceu o ICQ, aquilo era muito legal, a gente poder falar com alguém que está longe e tal. No comecinho da faculdade eu lembro que passava horas com aquilo ali. Aí depois veio a Banda Larga, acho que eu já tinha lá em Porto Alegre. Mas depois, quando eu vim pra cá, nos primeiros tempos, eu tive que voltar pra discada, acho que 2005, daí eu tive uma Banda Larga de verdade assim, aí eu comprei um computador melhor, também. E depois veio essa coisa de You Tube, que é sensacional, essa facilidade que você tem de lidar com o vídeo na internet, com áudio, quer dizer, a coisa virar multimídia mesmo. E todas essas coisas, como a troca de conteúdos (...) Posso baixar CDs que, lógico, tem toda essa discussão sobre pirataria, mas acho que do ponto de vista do consumidor é irrelevante. A tendência é, em algum momento, o pessoal aceitar e superar isso. Não tem como controlar. Tu faz uma tecnologia que protege aquilo, vai um hackerzinho e descobre como burlar aquilo. Acho que o grande barato da internet é isso: permitir que eu acesse tudo com menos gasto de tempo, energia e dinheiro. Fica tudo muito mais simples, tem um potencial democrático muito grande.

O jornalista está habituado a utilizar as novas mídias sociais, mas com algumas ressalvas. O que o incomoda mais é a invasão de privacidade que esses meios proporcionam.

A gente usa, tem o Twitter lá, um para cada editoria. Tem que fazer porque os leitores seguem, tem que fazer. Mas eu não sei, tem coisas que agradam mais à gente, tem coisas que agradam menos. O Orkut já é um negócio que acompanho um pouco mais, o

Facebook estou entrando agora, estou gostando. Acho legal que ele tem umas ferramentas que dá pra associar com o *Twitter*, né? E eu acho o *Facebook* mais interessante. Tem coisas que me incomodam, eu não gosto quando as pessoas entram no *Twitter* pra falar bobagem, acho horrível. Eu não gosto de gente que posta tudo. Eu não quero saber tudo da sua vida e também não quero que você saiba da minha. É que é tudo um pouco de sinal dos tempos, né? É uma época de invasão de privacidade. Pra mim, o símbolo da nossa época é o *Big Brother*, e a gente vê muito isso na internet, as pessoas se expondo de uma maneira que eu tenho dúvidas se isso é saudável do ponto de vista psicológico. Penso que eu quero entrar mais em todas essas tecnologias, aprender a usar mais, mas parto de uma premissa – que a gente tem como jornalista – que não devemos encher o saco do seu leitor, entendeu?

Hoje *Jair* é contratado pela CLT, mas já passou por outras situações trabalhistas. Tem consciência que é um privilegiado dentro da categoria, mas considera que o problema não é apenas entre os jornalistas.

O mercado de trabalho é complicado. Mas eu não sei se isso é na nossa área, né? Talvez seja uma característica global, sinal dos tempos. Numa escala global, vive-se uma precarização no emprego, as pessoas vivem meio inseguras. Eu acho que isso também é ruim pra categoria, esse medo, essa coisa; muita gente pensa em processar e acaba desistindo. Só que aí a galera fica violando os direitos, e é nisso aí também que a gente perde força. Mas, como eu disse, acho que não é uma coisa só da nossa categoria. E outra questão é que eu acho que tem muito jornalista; tu tem efetivamente um excesso de oferta de jornalistas: muita faculdade...

Como a maioria dos seus colegas entrevistados, *Jair* é a favor do diploma, não necessariamente de jornalismo, mas de uma formação humanística mais completa para os profissionais.

Não é questão de ser a favor ou contra, eu sou a favor de alguma formação pro jornalista, mas eu tenho sérias dúvidas se os nossos cursos estão formando bons profissionais...mas eu não acho que seja só... acho que a natureza do jornalismo é para um curso superior, entendeu? Gosto, por exemplo, do que o Mino Carta defende, ele sempre diz “eu acho que o cara tem que fazer um outro curso e depois uma especialização em jornalismo”. Eu acho uma ideia interessante, penso assim, porque a grande verdade é que na faculdade de jornalismo, eu por exemplo, aproveitei para ler muita literatura... eu não tive uma carga de leituras da faculdade como a gente vê, por exemplo, nas Ciências Sociais, Letras, Filosofia, História, Direito, enfim, de qualquer outra formação da área de humanas.

Ao processar o portal IG, *Jair* buscou ajuda no Sindicato dos Jornalistas e teve o apoio jurídico que buscava. Por conta disso, é sindicalizado e pretende continuar na condição, para ajudar, também, a fortalecer a categoria.

Eu me sindicalizei pra poder processar o IG, porque a mordida do advogado do Sindicato é menor. Mas eu acho que mesmo depois que entrar a grana eu vou continuar sindicalizado. Eu acho que é uma coisa que... a gente tem que procurar fortalecer a categoria, e o Sindicato é o lugar pra fazer isso.

Não há um piso salarial específico para os jornalistas que trabalham em comunicação online. Para burlar as leis salariais, as empresas criam novos subterfúgios.

Tinha até uma falcatrúia – não sei como eles estão agora, talvez estejam se profissionalizando – de botar o funcionário em outro Sindicato, o Sindicato dos Trabalhados de Internet do Estado de São Paulo, um negócio assim. Eu não vou entrar numa discussão sobre qual a natureza desse Sindicato. Só que eu sou jornalista e fiz trabalho de jornalista.

Jair vê pouco a família, que ainda mora no Rio Grande do Sul. Embora trabalhe com jornalismo online, costuma passar as horas vagas... navegando na internet! Vai a cinemas e teatros menos do que gostaria, mas não deixa de frequentar os bares do seu bairro. Como todo bom e tradicional jornalista.

2.9 – A experiência de Eurípedes Alcântara

O mineiro de Belo Horizonte Eurípedes Alcântara é diretor de redação de Veja e diretor editorial de Veja RJ e Veja SP. Trabalha há mais de 20 anos na Editora Abril, sempre na redação da revista Veja. Fala do lugar seguro de um profissional estabelecido e bem sucedido, que acredita no produto que faz. Foi em sua sala na redação da revista que o jornalista respondeu às nossas questões do roteiro.

Alcântara começou a trabalhar em uma época de mudanças no perfil dos profissionais que atuavam nas redações, com a troca dos jornalistas maduros pelos jovens advindos das faculdades de jornalismo.

Eu sou o primeiro da Veja que fez o curso de jornalismo. Todos meus antecessores fizeram outros cursos, advocacia e tal. Eu sou o primeiro cara que realmente estudei jornalismo. E fiz aquela trajetória também muito clássica: ainda na escola fazia jornais laboratório, no segundo ano, comecei a trabalhar em Minas Gerais, no Diário de Minas. Era um lugar onde tinha uma longa tradição, mas quando eu comecei já estava na linha descendente. E logo em seguida fui para a sucursal mineira de O Globo.

Naquela época, anos 1980, as mudanças não aconteciam apenas nas redações. A imprensa estava motivada com a participação da opinião pública na busca pela

democracia. Segundo ele, os jornalistas da época precisavam entrevistas, escrever e apurar, sem a preocupação com diagramação, fotografias e vídeos exigidos hoje. Alcântara fala rapidamente de sua passagem pelo *O Globo*, mas logo passa a relatar com paixão a experiência de trabalhar na *Veja*, local em que aprendeu a trabalhar também com a linguagem gráfica

Em termos de cobrança, de exigência, O Globo era uma unidade de regras muito claras. Os horários muito estritos, tinha que cumprir horários e cumprir tamanhos, e cumprir certas maneiras de escrever determinadas matérias, o que gera um choque, dada a liberdade que eu tinha. Mas era tudo escrever, tudo se resumia a apurar e escrever. Isso era o nosso trabalho. Nenhum de nós tinha, por trabalhar em sucursal, nenhuma ideia de que os jornais tinham que ser paginados e ter a apresentação gráfica boa. Isso eu vim a aprender mais tarde quando vim para Veja em Belo Horizonte. Fiquei um ano e em 1981 eu vim para cá (São Paulo) como Editor assistente. Foi uma época incrível de aprendizado sobre apresentação gráfica, que já começava a aparecer como um elemento importantíssimo de expressão. Coisa que em jornal era de segunda linha, os jornais não tinham cor. Quando cheguei na Veja, ela tinha dois cadernos em cores e dois cadernos em preto e branco. Então tinha que escolher que matérias iam para cor e que matérias iam para pb. Como PB era mais rápido, ficava economia e Brasil em preto e branco, no caderno que fechava por fora e o miolo colorido. Até que a gráfica melhorou este processo e a gente pôde passar tudo para colorido.

A *Veja* é a revista nacional mais lida pelos brasileiros e também, segundo os dados quantitativos de nossa pesquisa, entre os jornalistas. Parte de seu sucesso pode ser atribuída à linguagem acessível a todos os leitores que hoje têm, na verdade, uma visão homogênea. Ao ingressar na revista, Alcântara passou pelas editorias de geral, saúde, medicina e comportamento. Ele conta que foi na época em que esteve na editoria de economia, de inflação alta, com o assunto dominando o cenário nacional, que surgiu a preocupação em conquistar o leitor por meio de uma linguagem mais acessível.

Na Veja, mesmo na geral e depois na economia, eu comecei a sentir que precisava cada vez mais conquistar o leitor. Fazer para o leitor o trabalho que no jornal, em geral, se faz. Fazer as contas para ele, fazer os gráficos para ele, de modo que ele tenha a facilidade de ver a notícia ali, e não ele ter de se enfronhar. Isso implicava não usar jargão profissional de economista, não usar jargão profissional de médico, não usar jargão de advogado. Jargão aparentemente mostra que você conhece o assunto, mas no fundo você está repetindo uma linguagem de difícil compreensão para as pessoas. Traduzir visualmente e traduzir a linguagem para ensinar, tanto em medicina quanto em economia, foi vital. Tentar transformar as coisas importantes em interessantes.

Da reportagem, Alcântara passou a editor e, nos anos 1990, a correspondente da revista em Nova Iorque, onde permaneceu de 1994 a 1998. Percebe-se que o jornalista tem muito orgulho em estar participando da história da Veja, primeiro pela mudança na linguagem, na relação com o leitor; depois, por acompanhar de perto as transformações advindas do surgimento da internet e da nova relação com a informação.

Eu tive a sorte de estar lá na hora em que isso estava acontecendo e comecei a acompanhar o esforço dos órgãos de imprensa para, primeiro, tentar entender o fenômeno e depois, todas as empresas, não só as de comunicação, começaram a entender que a internet ia mudar o modo de vida deles radicalmente. Seja a Microsoft, seja um fabricante de calçados, seja uma revista, seja um jornal, uma rádio ou uma emissora de tv. Essa foi uma coisa que demorou quatro anos para cair a ficha. Você tinha que se tornar uma empresa de internet. A Microsoft foi uma das últimas a entender, pagou um preço alto. Quanto mais forte era a empresa, mais ela achava que estava protegida dessas ondas de choque. O New York Times, por exemplo, achava que “isso não é conosco, a gente que lida com a informação confiável, a internet é o rumor”. Só que essas coisas não são assim. De repente as pessoas começaram a descobrir mecanismos de fazer jornalismo através da internet. Isso mudou radicalmente. Essa onda vai bater aqui, causando um reajuste total dos funcionários de imprensa. Eu, desde o começo, percebi isso na minha profissão. Sempre usei internet como um instrumento de checar tendências e comecei a sacar que a gente não ia ficar protegido dessa onda de maneira alguma.

As lembranças estão muito vivas na memória do jornalista, que participou das mudanças, a partir da internet, não só por parte da revista, mas também por parte do público. Reconhece que hoje os melhores profissionais da empresa não são os que estão no site, mas sabe que essa relação tende a mudar com as exigências do mercado.

Não que houvesse, em concorrência, revistas on-line, mas a gente, que desde os anos 1980 já competia pelo tempo do leitor, com a entrada da internet passaria a competir ainda mais. O tempo dedicado à leitura de revistas caiu pela metade com a entrada da internet nos Estados Unidos. O tempo assistindo televisão também caiu bastante, não sei exatamente quanto. Então, começamos a ter um site. Eu fui um grande incentivador, contribuía de lá. Mas (o site) ainda é considerado um apêndice da revista, por isso, os profissionais que vão para lá não são os melhores. Isso foi possível levar até agora, mas essa relação vai ter que se transformar. Cada vez mais o site vai ter mais atenção e os profissionais que saírem da escola, a partir do ano que vem, serão cobrados em sua habilidade de entender a singularidade da internet; o que ela tem de diferente de outras maneiras de comunicação, de transmissão e de troca de dados.

A maioria dos jovens jornalistas afirma ter escolhido a profissão por gostar de ler e escrever. Alcântara é de uma época em que o profissional escolhia a carreira por romantismo, ou por convicções político-ideológicas.

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. Quase que uma curiosidade científica de descobrir o novo e trazer. Depois entrou um pouco de política também, porque na minha juventude o ético era lutar contra o governo autoritário, e uma maneira de fazer isso a gente achava que era imprensa. Pelo menos aqui você pode eventualmente contar o caso de tortura, escapar da censura. Depois a curiosidade de poder assistir a coisas que ninguém está vendo. Cirurgia cardíaca, achava aquilo o máximo. Eu jamais entraria ali se não fosse jornalista. E depois era bastante divertido, quer dizer, era a profissão mais divertida que tinha, via meus colegas engenheiros quebrando a cara. Tinha uma dose lúdica e de liberdade pessoal. Isso tudo é muito atraente, e vai continuar assim.

Para ele, a proximidade que a internet proporciona faz com que as pessoas queiram saber detalhes de quem escreve, de quem está fornecendo informação. O que faz com o jornalista assuma, cada vez mais, o papel de mediador.

Ele vai ser um mediador profissional. Vai ter mais tempo e vai ser pago para isso. Os que estão entrando não querem esse papel. Caso a turma tenha alguma dúvida crucial cabe a ele ser o grande explicador disso, mas sem achar que ele é um pastor que está levando a verdade. Ele está devolvendo coisas que surgiram no pessoal. Muito mais direto, individual. Se for possível, Haverá nichos de interesses maiores. E vai ter sempre aquela faixa de interesse comum, de gente que não quer se aprofundar em nada. Esses vão ser os sites tradicionais das revistas, onde o sujeito tem rapidamente um panorama do mundo feito pela marca que ele confia. Por isso, acho que essas coisas de hipermídia como Google News não tem futuro. Primeiro porque ele é um “piscinão de Ramos” de notícia. Têm notícias conflitantes, tem uma que desmente a outra, o cara não sabe o que é verdade e o que não é. Ele quer também uma mediação, transparência, coragem, enfrentamento dos poderosos, do poder político ou poder econômico. Isso transpôs para a internet e você apresenta ali esse nódulo que vai se formar entorno da Veja, de gente que está nesse mesmo diapasão. Acho que ainda é um negócio espetacular. Se você pensar em termos de imagem, movimento e som, isso vai ser fatal. Aqui, em certo momento, os repórteres começavam a ter em casa equipamentos melhores que os da Veja. Você via que estava perdendo o passo na tecnologia. Eu acho que o leitor online vai começar a fazer os seus próprios filmes, vai colocar no You Tube, vai fazer suas fotos, vai fazer essas coisas. Se o site da revista oferece menos do que isso, vai ser decepção. Essa questão tecnológica vai se impor de uma maneira muito forte.

2.10 – Laurentino Gomes, jornalista como opção

Com pouco mais de 50 anos de idade, o paranaense Laurentino Gomes já passou por quase todos os cargos no jornalismo: foi jornalista de redação, repórter e editor durante 25 anos. É formado pela Universidade Federal do Paraná com pós-graduação em administração de empresas pela USP e tem dois cursos de especialização, em marketing e finanças.

Trabalhei em dois jornais locais no Paraná, depois no Estadão durante seis anos, trabalhei quinze anos na Veja e de seis anos para cá eu fiz uma migração profissional, eu saí da área editorial e fui virando o que os americanos chamam de um Publisher, que é alguém que administra um grupo de publicações e cuida não só da área editorial, mas também do marketing, da publicidade, da área de processos e finanças, ou seja, é um gestor de uma área de publicações. Fui diretor editorial adjunto da Veja e da Editora Abril também, durante três anos.

Ao falar sobre a sua escolha pelo jornalismo, Gomes mostra de onde fala: de um profissional apaixonado e também muito grato por tudo o que a carreira lhe deu.

Foi uma paixão absoluta por essa área, realmente foi uma escolha. Na época em que eu prestei vestibular, em 76, eu pretendia fazer Psicologia e faltando quinze dias para eu me inscrever no vestibular da Federal do Paraná eu decidi fazer jornalismo. Foi uma escolha extraordinária, porque eu tenho sido muito feliz nessa profissão. Tudo o que eu tenho na vida hoje vem dessa minha profissão. Aprendizado, enriquecimento intelectual, cultural, um networking incrível de pessoas, dentro e fora das redações. Mas não é apenas a oportunidade de exercer a profissão, o jornalismo te dá um jeito diferente, mais estruturado, de ver e raciocinar o mundo. Quem não consegue contar uma boa história com começo, meio e fim não é um bom jornalista e isso não se reflete apenas numa matéria, é um jeito de olhar o mundo e analisar ele com começo, meio e fim. É interessante isso, é um jeito bem diferente de ver a realidade.

Os anos de experiência do jornalista o credenciam a falar da profissão. Ele credita a sua curiosidade insaciável pelas coisas ao gosto pela literatura, como atributos que o levaram a optar pelo jornalismo.

Eu tenho uma curiosidade insaciável pelas coisas. Sou um leitor voraz de livro. Sempre fui. Adoro viajar, adoro conhecer pessoas e realidades diferentes. Detesto rotina, acho que eu seria um péssimo engenheiro, um mau médico. Qualquer rotina que exija um trabalho repetitivo, mais burocrático, me incomoda e eu gosto muito de mudar, sempre, e o jornalismo permite isso. Se você trabalha num jornal, a cada dia você está lidando com ações diferentes, uma revista a cada semana, pelo menos. Eu trabalhei quinze anos na Veja, toda semana tinha um assunto novo, pessoas novas pela frente, um desafio novo. Essa insatisfação com a inércia foi importante para que eu me tornasse um jornalista bem-sucedido.

Gomes é muito didático ao colocar as suas opiniões. Fala com sinceridade e transmite o prazer que sente com a profissão. Além de gostar de ler de tudo e de escrever, ter um bom domínio da língua portuguesa e de cultura geral, o profissional deveria, antes de mais nada, entender do mercado de comunicações e de marketing, conhecer melhor a indústria da comunicação. Pensa que as universidades atuam num modelo conceitual teórico que não é utilizado na prática e considera importante que se tenha uma visão de marketing da comunicação como forma de conhecer o leitor. O jornalista defende a formação que tem sido dada por algumas empresas, como a Editora Abril, o grupo Folha e o Estado de S. Paulo. Na verdade, é muito melhor para as empresas que os jovens sejam muito mais multimídia que politizados; desse modo, ele aprenderá segundo o manual de redação da empresa e fará exatamente o que a direção quiser. Dificilmente o jovem questionará o seu papel mediante a empresa.

Apesar disso, os alunos estão chegando às empresas visivelmente mais bem preparados. Eu dou aula para o curso Abril de Jornalismo há uns dez anos e essa é uma boa surpresa, eu vejo que a cada nova turma a qualificação melhora barbaramente. Eles já chegam com uma visão de internet, uma visão multimeios, muito mais pé no chão do que dez, vinte anos atrás, quando havia uma polarização ideológica muito grande. Era a turma do PT versus a turma do PSDB e era complicado trabalhar com isso, porque havia quase que uma militância doutrinária nas redações e era importante na época, o país estava se redemocratizando. Hoje os jornalistas chegam muito mais profissionais, eles são profissionais da comunicação, independente da cor partidária, das suas preferências e tal. E eles são muito mais multimeios, mas eu acho que ainda não estamos no ponto ideal, a gente precisa caminhar mais.

A capacidade de se comunicar por meio de diversas e segmentadas mídias é, para o jornalista, a principal diferença entre os profissionais do passado e os de agora.

Era o jornalista que sabia escrever para jornal e era escrever mesmo. Até meados do século passado o Estadão, o JT, eles mal publicavam fotos. Eram aqueles textos chatíssimos, longos, mas a qualificação do jornalista era medida pela qualidade e pelo estilo do seu texto. Depois veio a televisão, o jornalista tinha que ter uma postura diante da câmera, uma locução de voz, capacidade de ambientar uma matéria, ou seja, a qualificação vai se sofisticando. Hoje a principal exigência é essa: falar com audiências segmentadas. O que significa falar numa ou mais plataformas, numa ou mais mídias. No futuro tem um desafio muito maior e complexo, sorte que eu vou me aposentar antes disso, que é você falar com audiências interativas, audiências que participam da produção do conteúdo e aí muda totalmente a nossa atitude. Hoje a profissão jornalismo tem uma certa atitude arrogante que é: “eu sei o que é bom para o meu leitor, para o meu internauta. Eu escolho, eu faço uma reunião de pauta, eu tomo as decisões e eu

entrego na mão do leitor, do internauta, do telespectador, do ouvinte. Se ele gostar, ok. A minha audiência vai aumentar. Se ele não gostar eu vou ter que pensar em outra coisa.” Ou seja, é uma coisa de tentativa, erro e acerto.

Está ocorrendo uma interação entre as diversas mídias, e o profissional da comunicação já atua como mediador. Para Gomes, no futuro o consumidor terá uma participação ainda maior, a partir da construção do conteúdo.

No futuro não, no futuro a gente vai interagir com essa audiência. Isso já está acontecendo, cada vez de forma mais intensa. O consumidor vai participar da construção do conteúdo, eu não digo nem de produção, é de construção mesmo. Ou seja, são comunidades de interesses, são comunidades interativas e eu vejo os jornalistas do futuro como curadores de comunidade. A informação por si só deixou de ser um valor, ela é commodity. Tem quase cinco bilhões de páginas da internet, o que faz com que as pessoas consumidoras de informação se sintam muito perdidas. Ou elas se abrigam em comunidades, que falam a mesma linguagem e portanto ela sabe o ambiente em que ela está, ou então ela se sente muito perdida nessas cinco bilhões. É um oceano de informação, gera uma certa angústia. Você sabe que a informação está lá mas não sabe exatamente como acessá-la. Aí tem a figura dos jornalistas que vão orientar as pessoas a consumir informação de forma mais qualificada. Essa orientação vai ser cada vez mais importante. Esse papel dos jornalistas no futuro, curadores de segmento, de informação dirigida a segmento, ou seja, orientadores das pessoas, mas não necessariamente ditadores do que é bom ou ruim para elas. Alguém que ajude a organizar as comunidades, interagir, repercutir as comunidades. Identificar os seus interesses, poder se mesclar a elas e torná-las mais valiosas do que elas já são pela edição, filtrando o que é importante do que não é. É uma tarefa muito complexa. Assim muda muito a nossa profissão.

3 – O discurso dos jornalistas: formação, mudanças, relações trabalhistas e com o sindicato

No capítulo anterior analisamos cada uma das entrevistas, ressaltando os aspectos temáticos que foram organizados no roteiro de entrevista (anexo I), assim como os temas que apareceram espontaneamente no decorrer da fala de cada profissional entrevistado. As duas últimas entrevistas são exceções, uma vez que foram utilizadas para a pesquisa *Comunicação e Trabalho*, cujo roteiro era diferenciado. Nestas, foram aproveitadas parte das falas que respondiam as nossas questões.

A seguir mostraremos os discursos dos entrevistados a partir dos temas propostos pelo roteiro de entrevista, ressaltando a aproximação do ponto de vista deles, e também a partir dos dados da fase quantitativa da pesquisa, bem como os aspectos conceituais e teóricos.

3.1 – 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 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.

Foi uma paixão absoluta por essa área, realmente foi uma escolha (...). Foi uma escolha extraordinária, porque eu tenho sido muito feliz nessa profissão. Tudo o que eu tenho na vida hoje vem dessa minha profissão. Aprendizado, enriquecimento intelectual, cultural, um networking incrível de pessoas, dentro e fora das redações. Mas não é

apenas a oportunidade de exercer a profissão, o jornalismo te dá um jeito diferente, mais estruturado, de ver e raciocinar o mundo. (Laurentino Gomes).

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; com exceção de Fernanda, 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, 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.

Na verdade eu sempre fiquei em dúvida entre direito e jornalismo. Na verdade, ninguém queria que eu fizesse direito. Naquela época eu já era muito rebelde – e ainda sou. 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. Saí da faculdade falando “não quero jornal, não quero nada” (...) É muito complicado nesse sentido. Depois também é, mas pra começar é mais difícil. (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.

3.2 – 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)

A proposta de Cristiane é interessante: aprofundar a formação em alguma especialização e aprender a técnica do jornalismo. Mas essa formação traria apenas especialistas para o jornalismo, sem a visão global da área de humanas necessária para o profissional

Eu penso muito se o jornalismo deveria ser como nos Estados Unidos, uma pós-graduação, alguma coisa. E acho que deveria ter um debate em relação a esse sentido – eu, por exemplo, poderia ter feito gestão ambiental e aprender a escrever. Porque é muito mais aprender a escrever do que adquirir um conhecimento, eu acho. (Cristiane)

Teve uma época em que o recém-formado colocava o currículo embaixo do braço e batia na porta das redações em busca de emprego. Hoje, porém, as dificuldades de acesso ao mercado de trabalho são muito maiores, e a primeira oportunidade para ingressar no mercado de trabalho ocorre, muitas vezes, por meio de estágios. As empresas

buscam mão de obra barata nas faculdades e encontram profissionais inexperientes, mas ávidos por aprendizado rápido. A indicação de conhecidos também é um meio comum e muito utilizada para conseguir o primeiro emprego.

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 empreendimento.

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 possuísem 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. Alguns, a favor do diploma de jornalismo, enquanto outros pensam que o melhor seria ter uma formação apenas na área de humanas, como já foi discutido anteriormente.

3.3 – 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, como é o caso de Eurípedes Alcântara e Laurentino Gomes, ou 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 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. E o profissional ainda precisa conhecer e manipular diversas mídias, que surgem a cada dia, como *Twitter*, *Podcast*, *You Tube* e *Flick*, entre outros. No caso do assessor de imprensa, ele precisa preparar e vender o seu produto, porque o jornalista não tem tempo de aprofundar a matéria e usará o seu texto na íntegra.

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! Esse papel acaba ficando para as assessorias, que sugerem pautas, colhem e checam informações, escrevem as reportagens e as entregam praticamente prontas para os repórteres. 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.

Para eles, as novas ferramentas estão aproximando o público receptor do meio de comunicação e do jornalista. O retorno é rápido e importante para o comunicador. Mas é possível fazer um bom trabalho por meio de 140 toques, como os utilizados no Twitter? O que um jornalista pode passar pela rede social que um adolescente também não possa? O que se tem visto é que esses meios são mais criadores de polêmicas e debates. Dão suporte para a visibilidade de temas e de personalidades e reenviam para espaços onde a informação possa circular de maneira mais completa.

3.4 – 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 no 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.

3.5– 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 o 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.

3.6 – 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

Antes de concluirmos, vale retomar as questões com as quais iniciamos a nossa pesquisa: Qual é o perfil do jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo? Como a reestruturação do mundo do trabalho afetou a profissão? Como o profissional está vivenciando e entendendo essas mudanças? O que o jornalista está fazendo para manter-se no mercado de trabalho? Durante quanto tempo o jornalista mantém-se em atividade?

O jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo chega ao mercado com uma formação humanística deficiente. As mulheres representam pouco mais da metade dos homens em atuação no mercado de trabalho. Os profissionais são provenientes da classe média, sem experiência profissional anterior; estudou em faculdade particular e procura sanar suas deficiências por meio de uma educação continuada, principalmente com cursos de especialização na área de jornalismo. É a favor da obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão.

O mercado de trabalho exige que o jornalista seja polivalente, que ingresse na profissão dominando as diversas mídias e redes sociais (*Twitter, Podcast, Flickr, YouTube, Orkut, Facebook*, entre outros); que fale idiomas, principalmente inglês e espanhol, e seja capaz de atuar em todas as áreas do jornalismo, da redação à edição, passando pela fotografia e vídeo. Apesar de todas essas exigências, o salário médio dos profissionais fica entre dois e quatro mil reais por mês. Trabalham em média dez horas por dia.

Os jovens são maioria, tanto nas redações, quanto nas assessorias. Os profissionais maduros (acima de 40 anos) estão nos cargos de direção ou migraram para as assessorias de imprensa, como consultores, diretores ou proprietários. São novos desafios que fazem com que os veteranos busquem cursos de gestão e empreendimento para atualização. Os profissionais contratados pelo regime da CLT são os que estão nas grandes empresas de comunicação; as assessorias, geralmente empresas de menor porte, mantêm o maior número de profissionais sem vínculo, contratados como freelancers, PJs e autônomos, entre outros.

Os jornalistas de São Paulo acham que a profissão mudou muito nos últimos anos, principalmente devido à introdução de novas tecnologias. Em seus discursos, todos os profissionais demonstraram gostar de trabalhar com as novas mídias e redes sociais. Acham que as novas mídias aproximam o público receptor dos meios de comunicação e admiram a rápida interatividade proporcionada pelos novos meios.

Na opinião dos jornalistas a atividade de trabalho também mudou, resultando em aumento do ritmo de trabalho, redução da mão de obra e aumento da produtividade. Aqueles que trabalham por conta própria carecem de equipamentos técnicos adequados, enquanto os que estão nas empresas sentem falta de conhecimentos de outras áreas afins à sua atividade, como o marketing, por exemplo. Assim como na publicidade, o público receptor é tratado “como “cliente” ou ‘consumidor” e a informação encarada como um produto, principalmente para os jornalistas mais jovens.

Os profissionais que trabalham por conta própria consideram importante a captação de novos clientes, enquanto os que trabalham para as grandes corporações pensam que a receita publicitária como principal fator de influência na atividade.

A internet é consumida em larga escala, inclusive nos momentos de lazer, e os blogs funcionam como instrumento de realização da subjetividade do profissional. Os jornais e revistas consumidos pelos jornalistas são os mesmos do público leitor médio, o que significa que não há uma busca por mídias alternativas. A academia de ginástica e o ócio são as opções favoritas para o tempo livre.

A partir dos dados quantitativos e do discurso dos profissionais, vimos que uma das principais deficiências da profissão está na formação do profissional, que não chega pronto ao mercado do trabalho. Possui uma visão pragmática do jornalismo e uma posição individualista no mercado de trabalho. É um *expert* em tecnologia, mas não tem formação humanística e base cultural adequadas; assume funções das quais não entende e não está preparado.

Vimos que 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

ABRAMO, Claudio. **A regra do jogo – o jornalismo e a ética do marceneiro**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

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

ALBORNOZ, Suzana. **O que é trabalho**. São Paulo: Brasiliense, 2008. (Coleção Primeiros Passos)

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.

ARENDT, Hannah. **A condição humana**. São Paulo: Forense/USP, 1981.

ATHAYDE, M.; NEVES, M. Saúde, gênero e trabalho, na escola: um campo de conhecimento em construção. In: ATHAYDE, M. et al. (Orgs.) **Saúde e trabalho na escola**. Rio de Janeiro: CESTEH/ENSP/FIOCRUZ, 1998. p.23-35.

BACCEGA, Maria A. **Palavra e discurso**. História e literatura. São Paulo: Ática, 1995.

_____, e COSTA, Maria Cristina Castilho (organizadoras). **Gestão da comunicação: epistemologia e pesquisa teórica**. São Paulo: Paulinas, 2009.

BAKHTIN, Mikhail. **Marxismo e filosofia da linguagem**. Discursos e ciência. São Paulo: Hucitec, 1988.

BAUMAN, Zygmunt, **Globalização: as consequências humanas**; tradução Marcos Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999.

BRAITH, Beth. **As Vozes Bakhtinianas e o diálogo inconcluso**. In: Barros, D.L.P. Fiorin, Jr. Dialogismo, polifonia e intertextualidade. São Paulo: Edusp, 2003.

BRANDÃO, Helena Nagamine. **Introdução à análise do discurso**. 2ª ed.rev. Campinas, SP: Editora da Unicamp: 2004.

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

CANGUILHEM, G. **O normal e o patológico**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1995.

CARDOSO, Ana Claudia Moreira. **Tempos de trabalho, tempos de não trabalho**: disputas em torno da jornada do trabalhador. São Paulo: Annablume, 2009.

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

CURTIUS, Ernst R. **Literatura Européia e Idade Média Latina**. São Paulo: Hucitec/Edusp, 1996.

FÁVERO, Leonor L e ANDRADE, Maria Lúcia C. V. O. Os processos de representação da imagem pública nas entrevistas. In PRETI, Dino (org.). **Estudos de língua falada**: variações e confrontos et AL. 2 ed. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2006.

FÍGARO, Roseli. Relações de comunicação no mundo do trabalho e a comunicação das organizações. In: MARCHIORI, Marlene (org.). **Faces da cultura e da comunicação organizacional**. São Caetano do Sul, São Paulo: Difusão editora, 2010.

_____. **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.

_____. **Jornalismo com transparência e rigor profissional** (entrevista com Jânio de Freitas) São Paulo, [7]: 56 a 70, set./dez. de 1995. (Seção [Entrevista](#))

HARVEY, David. **Condição pós-moderna**. 6ª ed. São Paulo:Edições Loyola, 1989

HELOANI, J. Roberto. **Gestão e organização no capitalismo globalizado**. São Paulo: Atlas, 2007.

_____. **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

IANNI, Octávio. O príncipe eletrônico. In **Figuras da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

_____. Globalização: novo paradigma das ciências sociais. In **Estudos Avançados**, vol. 2, 21, São Paulo:USP/IEA, 1994.

HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz e FRANÇA, Vera Veiga (organizadores). **Teorias da comunicação**: conceitos, escolas e tendências. Petrópolis: Vozes, 2001.

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

_____. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**, 3ª Ed. São Paulo, EDUSP, 2007.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: norte e sul: manual de comunicação; tradução Rafael Varela Jr. 2.ed. – São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2001.

JENSEN, K.B. e JANKOWSKI, N.W. **Metodologias cualitativas de investigacion en comunicacion de masas**. Traducción de Joan Soler. Barcelona: Bosch Casa Editorial, 1993

LEONTIEV, Alexei N. **O desenvolvimento do psiçismo**. São Paulo: Centauro, 2004.

LOJKINE, Jean. **A classe operária em mutações**. Tradução José Paulo Netto, Belo Horizonte: Oficina de Livros, 1990.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**, 3ª edição. São Paulo: Loyola, 1997.

_____. Pesquisa de comunicação: questões epistemológicas, teóricas e metodológicas. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, vol XXVII, nº 1, São Paulo jan/jun 2004.

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

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

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos meios às mediações**; comunicação, cultura e hegemonia. 2ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2003.

MARX, Karl. **Manuscritos econômico-filosóficos**. Tradução Jesus Ranieri. São Paulo: Boitempo Editorial, 2006.

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

MEDINA, Cremilda. **Profissão jornalista: responsabilidade social**. São Paulo: Forense Universitária, 1982.

MORIN, Edgar. **A cabeça bem feita**. Rio de Janeiro: Bertrand, 2000.

MOTTER, Maria Lourdes. **Ficção e história**: imprensa e construção da realidade. São Paulo: Arte & Ciência – Villipress, 2001.

_____. **A consciência linguística de Fabiano** (personagem de Vidas Secas, de Graciliano Ramos). *Revista Princípios*, n. 32, São Paulo, Anita Garibaldi, fev./abr. 1994, pp. 65-69.

ORLANDI, Eni P. **Análise de Discurso: princípios & procedimentos**. 8ª edição. Campinas, SP: Pontes, 2009.

RAMONET, Ignacio. O poder midiático. In: MORAES, Dênis (org.). **Por uma outra comunicação**. Mídia, mundialização cultural e poder. 2ª Ed. – Rio de Janeiro: Record, 2004.

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

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

RÜDIGER, Francisco. A escola de Frankfurt. In HOHLFELDT, Antonio; MARTINO, Luiz C e FRANÇA, Vera Veiga (organizadores). **Teorias da Comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

SCHAFF, Adam. **Linguagem e conhecimento**. Coimbra: Almedina, 1976.

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

SOBRINHO, José Coelho. **Profissão repórter**. Só é jornalista aquele que tem responsabilidade de escrever. Artigo publicado no jornal da USP de fevereiro de 2007.

SODRÉ, Muniz. **A narração do fato**. Notas para uma teoria do acontecimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

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

SOUZA-e-SILVA, M. Cecilia Pérez e FAITÁ, Daniel (orgs.). **Linguagem e Trabalho: construção de objetos de análise no Brasil e na França**. Tradução Ines Polegatto e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2002.

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

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo - porque as notícias são como são**. Volume I. Florianópolis: Editora Insular, 2004

_____. **Teorias das notícias: o estudo do jornalismo no século XX**. In: O estudo do jornalismo no século XX. São Leopoldo: Editora da Unisinos, 2001.

VYGOSTSKI, L.S. Pensamento e linguagem. 3ª ed. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

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

Referências Webgráficas

ABREU, Alzira Alves de. **Jornalismo cidadão**. Estudos Históricos, Mídia, 2003/1, CPDOC-FGV, Rio. P. 24-40. Disponível em: <http://virtualbib.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2185/1324>

Acesso em 30/07/2010

BRESCIANI, Luís Paulo. **Flexibilidade e Reestruturação**. O trabalho na encruzilhada. Revista São Paulo em Perspectiva – Fundação Seade - volume 11, n.1- 1997.

Disponível em: http://www.seade.gov.br/produtos/spp/v11n01/v11n01_10.pdf

Acesso em 01/07/2010

BURKE, Peter. **Problemas causados por Gutenberg**: a explosão da informação nos primórdios da Europa Moderna. Disponível em:

http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142002000100010

Acesso em 09/07/2010

CHAPARRO, Manuel Carlos. **O dever de informar**. Publicado no blog O Xis da Questão em 03/09/2007. Disponível em :

http://www.oxisdaquestao.com.br/integra_integra.asp?codigo=126

Acesso em 09/07/2010.

DINES, Alberto. **Folha superlativa: novíssima, ilustríssima e esquecidíssima**. Artigo publicado no site Observatório da Imprensa, em 25/05/2010

Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=591IMQ001>

Acesso em 10/07/2010.

EBLACK, Luís. **Estudos da prática jornalística**. Entrevista com Nelson Traquina. Publicado no site Observatório da Imprensa em 20/07/2004.

Disponível em: <http://observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=286DAC001>

Acesso em 30/07/2010

FÍGARO, Roseli. **Relatório da pesquisa Comunicação e trabalho**: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação. Apresentado à Fapesp em 2008.

Disponível em

<http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2008-2010/>

_____ Estudo de Recepção e Ergologia: novos desafios teórico-metodológicos. Texto publicado nos anais do Intercom 2006

<http://intercom.org.br/papers/nacionais/2006/resumos/R1311-1.pdf>

Acesso em 30/07/2010

FISCHER, Maria Clara Bueno. **O trabalhador no centro de propostas de pesquisa-formação para o trabalho associado**. Artigo publicado na revista Perspectiva. Florianópolis, v. 26, n. 1, 95-117, jan./jun. 2008 Disponível em:

http://www.perspectiva.ufsc.br/perspectiva_2008_01/MariaClara.pdf

Acesso em 07/07/2010

FONSECA, Virginia. **Questões sobre a identidade do jornalista Contemporâneo**. Estudos em Jornalismo e Mídia, Brasil, v. 5, n. 2, 2008. Disponível em <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/estudos/article/view/5812>.

Acesso em 09 jul. 2010.

_____ e SOUZA, Paulo H. Rodrigues de. **O pós-fordismo na produção jornalística**. Intexto, Porto Alegre: UFRGS, v.2, n.15. p. 1-18, julho/dezembro 2006.

Disponível em: <http://www.seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4264/4426>

Acesso em 09/07/2010

GREGOLIM, Maria do Rosário. **Análise do Discurso e Mídia**. Artigo publicado na revista Comunicação, Mídia e Consumo. São Paulo, vol.4, no. 11 pags. 11 a 25, novembro de 2007.

Disponível em: <http://revistacmc.espm.br/index.php/revistacmc/article/download/117/118>

Acesso em 07/07/2010

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>

Acesso em 30/07/2010

LAGE, N.; FARIA, T. e RODRIGUES, S. **Diário Carioca**: o primeiro degrau para a modernidade. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia, Vol. I Nº 1 - 1º Semestre de 2004

Disponível em: <http://posjor.ufsc.br/public/docs/129.pdf>

Acesso em 09/07/2010

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa de comunicação**. Revista Brasileira de Ciências de Comunicação. São Paulo – Volume XXVII, nº 1, janeiro/junho de 2004

Disponível em:

<http://revcom2.portcom.intercom.org.br/index.php/rbcc/article/viewFile/850/633>

Acesso em 30/07/2010

Ministério do Trabalho e Emprego – **Classificação Brasileira de Ocupações** – acesso em 15/04/2010 às 19:00. Disponível em:

<http://www.mtecbo.gov.br/cbosite/pages/pesquisas/ResultadoFamiliaRecursosTrabalho.jsf>

SODRÉ, Muniz. **Formação do jornalista**, muito além do diploma. Artigo publicado no Observatório da Imprensa em 24/06/2003.

Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/da240620032.htm>

Acesso em 30/07/2010

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

RAMONET, Ignacio. **O quinto poder**. Artigo publicado na edição brasileira do *Le Monde Diplomatique* nº 45, outubro de 2003, <www.diplo.com.br>; tradução: Jô Amado; intertítulos da redação do *Observatório da Imprensa*. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos/jd211020032.htm>
Acesso em 09/07/2010

SOUZA, Jorge Pedro. **Construindo uma teoria do jornalismo**. Publicado na Biblioteca online de ciências da comunicação em 2002.
Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-jornalismo.pdf>
Acesso em 30/07/2010

VIZEU, Alfredo. **O Jornalismo e as "teorias intermediárias"**: cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da Análise do discurso (AD) Publicado na Biblioteca online de ciências da comunicação em 2003.
Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-jornalismo-teorias-intermediarias.pdf>
Acesso em 30/07/2010

VIZEU, Alfredo. **O jornalismo e as "teorias intermediárias": Cultura profissional, rotinas de trabalho, constrangimentos organizacionais e as perspectivas da análise do discurso**. Actas do XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação [CD-ROM], celebrado em Belo Horizonte. São Paulo: INTERCOM. 2003.

Revistas

O trabalho dos jornalistas na(s) linha(s) do tempo. Revista comemorativa do 70º aniversário do Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo. Abril/2007