
A mídia da alternativa entre o trabalho produtivo e improdutivo: o caso da Agência Pressenza¹

Ana Flávia Marques da Silva²
Universidade de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

Através de estudo de caso e observação participante na Agência Pressenza, o objetivo deste artigo é evidenciar a fusão do trabalho produtivo e improdutivo como formas de complexificação e extração de mais valor na cadeia produtiva da área da comunicação. A moldura geral em que estão inseridos os veículos de comunicação alternativa é marcada pela acumulação flexível do capital o que faz com que formas variadas, sejam como conglomerados, empresas ou arranjos se misturem e complementem no processo de produção geral. Identificou-se que, dependente da situação, um arranjo pode se desdobrar em outros para alcançar intuítos como independência política e garantir a sua manutenção financeira.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação Alternativa. Jornalismo Independente. Comunicação e Trabalho. Rotinas Produtivas. Agência Pressenza.

Introdução

No curso da pesquisa³ sobre as rotinas produtivas de veículos de comunicação alternativa, nos deparamos com casos diferentes de organização do trabalho de comunicadores que se esforçam de variadas maneiras para manter a produção jornalística que têm entre os seus objetivos dar visibilidade para assuntos que não fazem parte da agenda das corporações oligopolizadas de mídia.

Desde modo, tanto em nossa pesquisa quanto na realizada pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho intitulada “As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia”, foi possível aferir que há uma amálgama de atividades além da produção jornalística, por exemplo, participação em editais, venda de livros,

1 Trabalho apresentado no GP Comunicação para a Cidadania, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

2 Jornalista, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes e pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP. E-mail: contatoanaflaviamarques@gmail.com

3A reflexão que trazemos neste artigo é parte constituinte de dissertação do mestrado cujo título é “A redação virtual e as rotinas produtivas nos novos arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia.”

materiais didáticos organização de eventos, assessoria editorial etc. Outro fator que merece destaque para análise é que há uma gama de formas de organização que vai desde constituição de empresas, associação, conjunções de microempreendedor individual ou outras formas não prescritas para sustentar a produção noticiosa.

É por isso que adotamos o conceito de “arranjo econômico alternativo” (FIGARO, 2018, p. 17) para nos referir ao Pressenza e outros veículos de comunicação que contam com mais de três pessoas na produção de materiais jornalísticos. Essa nomeação “destaca a possibilidade de micros e pequenas empresas, organizações não governamentais, organizações da sociedade civil, coletivos e outros grupos de trabalhadores da comunicação e do jornalismo que possam representar efetiva alternativa de trabalho e emprego (ibidem, p. 19).”

Neste ato de ‘arranjar-se’, podemos apreender através de observação participante as atividades realizadas pela Agência Pressenza Brasil para garantir a sua sustentação. Do arranjo econômico alternativo derivam outros dois. Um coletivo de produção de audiovisual e uma empresa que presta serviço para outras empresas as quais as atividades cotidianas se entrelaçam, além da relação com a Agência Pressenza Internacional. Para analisar essa situação de trabalho real usamos os conceitos de trabalho produtivo e improdutivo para situar a discussão dentro da moldura geral das características das relações de produção.

Outro conceito mobilizado e que fornece aporte teórico é o de comunicação alternativa. A partir da ideia de “sede de debates” (CANCLINI, 2016) situamos sob o alternativo os tipos variados de comunicação que fazem parte do mesmo conceito. Isso não significa que não há critérios para esses processos comunicativos ‘entrarem na sede’. As condições de produção, a noção de hegemonia e contra-hegemonia são dirigentes para definição de comunicação alternativa.

Outro ponto importante é que a criação da Agência Pressenza e outras iniciativas históricas que estão sob o guarda-chuva da comunicação alternativa estão relacionada às estruturas e superestruturas, às questões macrossociais e a disputa dentro da arena social, ou seja, a partir da materialidade e tensionamentos da totalidade da realidade.

Por fim, é fundamental apontar que a observação participante foi feita através de acompanhamento das rotinas de trabalho dentro da redação; participação das reuniões

de pauta e também de modo mais amplo, por participar do mesmo campo de atuação⁴ e, por isso ter sido convidada como entrevistada para os programas de entrevista.

Agência Pressenza

A fundação da Agência Pressenza se deu por meio da cobertura da Primeira Marcha Mundial Pela Paz que percorreu distintos lugares do mundo em noventa dias, saindo da Nova Zelândia e finalizando a manifestação na Argentina e, conseqüentemente, tendo acumulado grande banco de conteúdo e imagens geradas por ativistas que acompanharam o trajeto. Para não dispersar a organização preparada antes e durante a marcha, foi fundada em Milão, pelas jornalistas Piá Figueiroa, do Chile, e Nelsy Lizarazo, do Equador, no final de 2009, como uma agência especializada em notícias de paz e não violência como foco principal, embora tenha outras questões como direitos humanos e cultura. De acordo com o site internacional:

Pressenza é um espaço aberto à expressão da base social. Privilegia uma óptica humanista universalista e promove ativamente convênios de colaboração e alianças com outras agências, bem como vínculos de reciprocidade com portais, plataformas, meios informativos e de comunicação, de coletividades e culturas específicas. Pressenza participa de uma ampla rede de novos meios que conseguem difusão mundial de suas propostas locais ao mesmo tempo em que nutrem suas informações com o material que provê a agência (Site Pressenza, 2018)

Feita por profissionais da comunicação em redações descentralizadas como colunistas, repórteres, fotógrafos, gráficos, cineastas e tradutores que contribuem através de doação de seu trabalho profissional, o arranjo internacional emite sem custo boletins diários de notícias em inglês, italiano, espanhol, francês, português, alemão, grego e catalão. Os fundadores da seção brasileira acompanharam o percurso da Marcha na América Latina e assumiram a organização dividida em duas redações, no Rio de Janeiro e a de São Paulo, objeto deste artigo.

Como a marcha tinha voluntários de uns vinte países, ela já surge em vários países ao mesmo tempo, só que em alguns lugares ela já tinha mais força por ter mais gente, por exemplo, no Chile, no Equador, na

4 Atuamos como diretora do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé. Ver mais em <http://baraodeitarare.org.br/site/>

Argentina, aqui no Brasil já começou com um grupo de seis, sete pessoas. Então, já começou com várias redações simultâneas, é muito curioso o processo, porque nem a gente esperava, não foi uma coisa planejada. Foi meio na dinâmica das coisas que a gente estava organizando. Esse processo da agência, desde o começo foi todo mundo voluntário, era muito em função, sei lá, um pouco do que é hoje a Mídia Ninja, era para cobrir mais manifestações de paz, de não violência, então, era uma coisa muito de nicho, assim, e não foi muito planejado. (Guilherme de Almeida, entrevista à autora, 2018).⁵

Atualmente, a Pressenza está presente em vinte e quatro países e é reconhecida como Agência Internacional de Notícias pelo governo do Equador desde 2014.

Organização

Organizada com presidente, diretores e editores nacionais, a sua produção passa por uma redação virtual (MARQUES, 2019) onde há a discussão sobre a política editorial, a pauta jornalística e as relações e posicionamentos políticos da Agência. Por exemplo, já foram temas com mais tensão as eleições do Chile, Bolívia, a cobertura sobre a morte de Fidel Castro e o conflito na Venezuela. A busca é por consenso e “decisões vinculantes” como podemos observar na descrição feita adiante:

Há um alinhamento, assim, decisões coletivas. A gente tenta organizar por consenso e decisões vinculantes, então, uma vez que chegue ao consenso vincula para todo mundo, se não chega a um consenso, a gente discute mais, mesmo que demore, que respeite as minorias dentro do coletivo, das redações, porque tem posições, às vezes, divergentes. A gente brinca, lá na Venezuela tinha dois da Pressenza, um era a favor e outro era contra. Aí o que você faz? (Guilherme de Almeida, entrevista à autora, 2018)

Quando não há unidade suficiente o assunto é abordado na Agência com a assinatura do jornalista para deixar evidente que não é posição do arranjo ao mesmo tempo que esse tipo de produção é visto como estímulo para discussão e alcance de consenso.

As decisões encaminhadas transbordam o jornalismo, sendo também resoluções de apoio a partidos e lideranças humanistas ou apoio crítico a algumas questões e candidatos em momentos eleitorais revelando assim outra dimensão do arranjo em nível

⁵ Os nomes são fictícios para preservar as fontes e dar mais liberdade de crítica. As entrevistas fazem parte da dissertação de mestrado disponível em http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes_cat_autor/ana-flavia-marques-da-silva-2/

internacional e local que é a busca para influenciar diretamente no poder institucional. No Brasil, a agência apoiou candidatos a deputados estaduais e nacionais com mandatos coletivos, segundo Guilherme Almeida, baseada na experiência de Frente Ampla do Chile.

Cada redação tem suas reuniões de pautas locais e uma vez por mês mais ou menos a gente faz *chats* entre redações. Às vezes, da América Latina, às vezes do mundo todo, e uma vez por ano tem uma espécie de encontro anual de planejamento e tal. Esse ano foi em Madri, eu fui lá e a gente reuniu várias redações e o próximo vai ser em maio do ano que vem, no Chile. Quem não pode ir presencialmente se conecta, antes a gente usava um programa, que eu não lembro, agora tem o Zoom, que é bem melhor do que o Skype, no sentido de permitir vinte conexões simultâneas, bem estáveis, então, tem alguns programas que funcionam bem melhor. (Guilherme de Almeida, entrevista à autora, 2018)

A Agência Pressenza brasileira trabalha a partir da redação física, sendo as reuniões online apenas em casos emergenciais. De acordo com o Guilherme de Almeida, como a maioria da produção é feita em audiovisual não é necessário um espaço on-line com discussão permanente. Conforme o entrevistado, “a linguagem audiovisual exige outro tipo de trabalho como estudar um roteiro por oito, doze horas; fazer produção, enfim, é diferente da produção de *hardnews*”.

No entanto, são utilizadas outras formas de organização com o uso das tecnologias, como o uso do Trello, um aplicativo de gerenciamento de projetos on-line. Embora tenha espaço para inserir discussão e comentários, o aplicativo exerce função de controle do trabalho para os profissionais do arranjo que apontava no programa o término de uma ação, assim como o início de nova atribuição.

As reuniões de pauta são abertas e há o esforço de envolver estudantes nos planos de coberturas do arranjo com a campanha ‘**Seja Voluntário**’ que é divulgada através de cartazes nas universidades e escolas. A adesão de voluntários é tema da própria reunião. “A gente sempre traz gente da Cásper, USP e Mackenzie. É importante trazer essa galera da periferia que estuda nas escolas técnicas também porque faz toda a diferença no processo”, interveio uma das jornalistas do arranjo. (informação verbal).



Figura 1 - Cartaz da Agência Pressenza que é colocado em escolas técnicas e universidades: Imagem da autora

Durante a observação participante em uma destas reuniões, pudemos perceber que alguns assuntos eram direcionados para um segundo arranjo chamado 4V e que as pautas eram imbricadas, além dos assuntos que estavam de acordo com as diretrizes internacionais.

Com a observação em campo, podemos compreender que a Agência 4V tinha outro cadastro de pessoa jurídica possibilitando a captação de recursos através de editais. Deste modo foi selecionado com outras organizações não governamentais como a Ação Educativa, pelo Fundo Malala para receber recursos e viabilizar o Manual em Defesa do Docente Contra o Escola Sem Partido que, naquele momento, era tema de uma campanha de arrecadação pelo 4V. Nesta campanha, a Agência Pressenza entrou como apoiadora e não como proponente mesmo sendo implantada pelas mesmas pessoas que atuam nos dois arranjos o que nos fez refletir sobre quais eram os limites e diferenças entre eles.

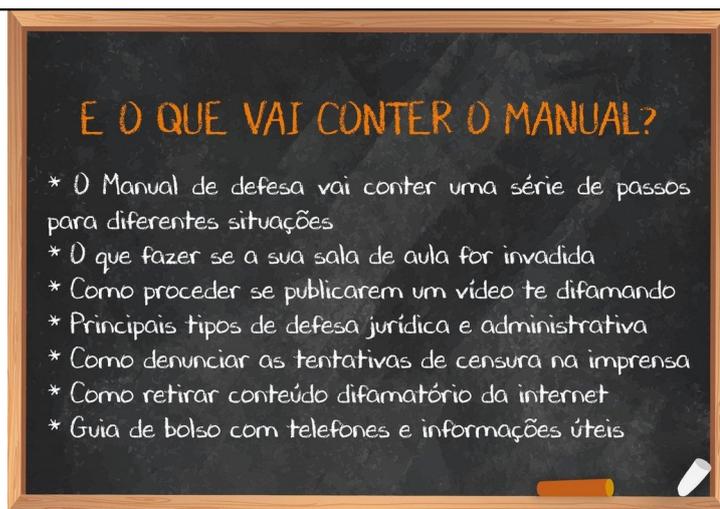


Figura 2 – Arte para site e redes sobre a campanha em torno do Manual: Reprodução 4V

A criação do coletivo e site 4V, assim como outras iniciativas, se deu em meio à polarização política e ataques ao Estado Democrático de Direito que culminaram no impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff.

Elaborado por membros da Agência Pressenza, antes das manifestações de rua que caracterizaram esse cenário, o 4V ainda estava em processo de elaboração e condições de custeio, quando aumentou o número de pessoas nas ruas e a necessidade de produzir conteúdo em formato audiovisual fez com que o arranjo fosse formado “da maneira que estava, sem esperar o financiamento”.

Inspirado na política de comunicação do *Podemos*⁶ e nos programas *Fort Apache*, *La Tuerca* do grupo de mídia mexicano *Rompimientos* que exibia dois programas por dia, o 4V foi fundado em 2015 para disputar narrativas com produção em audiovisual.

[...] foi em março de 2015, tinha umas cem mil pessoas, e a gente ficou curioso, daí, depois disso, a gente falou não, uma coisa é “ah, precisamos de patrocínio, precisamos organizar melhor” não, vai do jeito que for agora, tem que ir, porque na mesma época, não foi só o fato de ter a marcha, começou a onda golpista, porque a Dilma tinha acabado de ser eleita, começou a ter uma profusão de vídeos, inundando as redes, os alarmistas dizendo que ia ter guerra, invasão não sei aonde, começou àquela época da turma dos Revoltados Online, [...] surgiu o MBL, surgiu... o Bolsonaro, não como é agora,

6 Podemos é um partido político espanhol fundado em 2014.

mas essa turma do Bolsonaro surge mais forte ali, fascista, e a gente vê no nosso campo, do outro lado, mesmo da cultura de paz, movimentos de esquerda, sociais, populares, uma produção muito ínfima, muito pequena, então, a gente começa, primeiro, logo do jeito que dá, organizar uma produção, no mínimo semanal, e depois ela começa a ser mais ou menos diária. (Guilherme de Almeida, entrevista à autora, 2018)

É importante destacar que, embora a cultura do brasileiro seja muito relacionada à oralidade, os veículos e coletivos da comunicação alternativa utilizam pouco a linguagem audiovisual. Por outro lado, veículos e ativistas posicionados à direita no espectro político são campeões de acesso em plataformas como o Youtube. A partir dessa produção, o 4V passa a ter notoriedade entre os outros arranjos, passa a frequentar reuniões do Mídia Ninja, é um dos fundadores dos Jornalistas Livres e conhece o Outras Palavras que o convida para alugar uma sala no Ateliê do Bixiga, um espaço compartilhado de trabalho e sede de outros veículos de mídia.

Ao lado dessa articulação com outros arranjos alternativos e com a experiência profissional em vídeos, o 4V também passou a assessorar movimentos de comunicação para fazer “mesmo de forma econômica, mas com um mínimo de qualidade” a produção audiovisual.

A ideia de ‘massas de mídias’, de Inácio Ramonet é a sustentação do 4V e da política de relacionamento entre as iniciativas alternativas de comunicação. O jornalista francês, em 2012 escreveu:

Tudo muda muito rápido. Nós passamos da era das mídias de massa para a era da massa de mídias. Antes, as “mídias-sol”, no centro do sistema, determinavam a gravitação universal da comunicação e da informação em torno delas. Agora, “mídias-poeira”, espalhadas pelo conjunto do sistema, são capazes de aglutinar para constituir, em certas ocasiões, superplataformas midiáticas gigantescas... A lógica do predador solitário é sucedida pela estratégia do enxame. (RAMONET, 2012, p. 27)

Sem entrarmos nas transformações do poderio das empresas mundiais da comunicação (‘mídias-sol’) e as relações atuais com as mídias menores, não necessariamente alternativas (‘mídias-poeira’), o fato é que a evocação da “era da massa

de mídia” foi o ponto de partida conceitual para criação de coletivos como o Mídia Ninja (que usa o termo desde a sua fundação até hoje em palestras e atividades) até o 4V que reinterpretou da seguinte forma:

[...] ah, se os poderosos têm uma mídia de massa, vamos tentar organizar uma massa de mídias,” pequenas mídias para confrontar a grande mídia. E o 4V começa a pegar mais essa característica, de ser uma parte, uma frente audiovisual da Pressenza, isso antes mesmo dessa marcha da família, a gente já tinha essa direção, mas aí, conforme o contexto se dá dessa maneira, a gente acaba indo nessa direção de tentar fazer uma massa de mídias. (Guilherme Almeida, entrevista à autora, 2018)

O arranjo passa a ser um braço da Agência Pressenza no formato que é especializado ao mesmo tempo que é um novo coletivo que se articula quanto à produção e linha política com outros da área da comunicação alternativa.

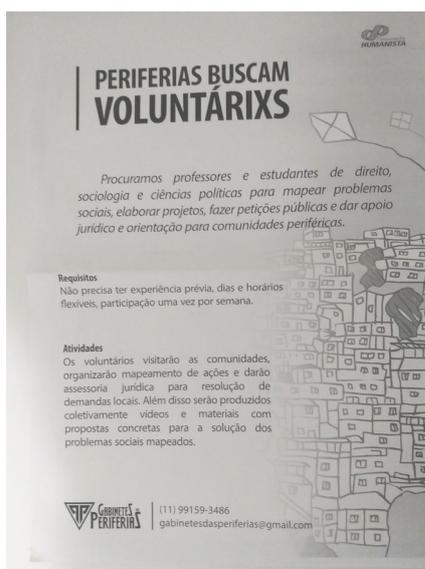


Figura 3 – Participação política - Cartaz distribuído em escolas e universidades que visava ação eleitoral. Fonte: imagem da autora

A relação entre as redações internacional e nacional se dá dentro do movimento humanista, causa fundante da Agência Pressenza e nos dois níveis há a participação de colaboradores que a própria organização chama de ‘voluntários’. Quando foi criado o arranjo 4V, a ideia era constituir um coletivo atuante na realização de programas em vídeo, porém os custos da produção, a necessidade técnica e tempo para esse tipo de execução não era suficiente contar apenas com o trabalho ‘voluntário’.

[...] a grande diferença é que no caso do Pressenza, todo mundo é voluntário mesmo, e no caso do 4V, existe uma necessidade de fazer a produção visual, de ter o equipamento, de ter o estúdio, de ter pessoas que possam se dedicar mais horas para a edição [...]. Todo mundo, por exemplo, quer ir para a captação, você consegue voluntários para captação, mas você não consegue voluntários de forma permanente. Você consegue de forma pontual, mas você não consegue de forma contínua quem faça edição de vídeo todo dia, precisava de uma grana para dar uma ajuda de custo, dar algum tipo de apoio para o pessoal poder destacar um tempo... Então, a gente começou a pegar os voluntários que já tinha de audiovisual, dar uma ajuda de custo, e para manter isso, a gente criou uma produtora que vende serviços. (Guilherme de Almeida, entrevista à autora, 2018).

A busca criativa pela liberdade e autonomia na atividade jornalística do ponto de vista do trabalho concreto, a normatização e renormatização desse processo de trabalho em relação à hierarquização da organização, na articulação com a equipe internacional fazem parte de um lado do pêndulo do trabalho. No outro lado tem uma situação precária para exercer o jornalismo no quadro ditado pela lógica toyotista com resquícios do modo de reprodução taylorista-fordista.

Trabalho produtivo e improdutivo

A produtora de serviços citada por Almeida acima é o terceiro arranjo que encontramos dentro do conjunto de relações de comunicação e trabalho. O intuito de sua criação foi sustentar economicamente tanto o 4V quanto a Pressenza Brasil e, conseqüentemente a Agência Internacional.

A saída de criar a produtora torna visível o valor do trabalho dos jornalistas. Isso não significa que não haja geração de valor no 4V ou na Agência, ele apenas não é aparente. Essa é uma dimensão complexa advinda da reestruturação do capital em que as tecnologias de informação e comunicação são utilizadas para invisibilizar o valor como fórmula de geração de mais valor em todo o processo de produção capitalista (ANTUNES, 2018)

A saída para criar valor de uso e valor de troca no serviço que vende através da produtora só é possível porque há no sistema capitalista em sua fase atual a

fragmentação do processo produtivo. Assim como as empresas montadoras que têm dividido em diferentes locais do mundo os itens da produção, no setor de comunicação também há a descentralização dos espaços de produção. Este fato constitui, inclusive, atual desafio para a organização dos trabalhadores que separados tendem a uma resistência menor perante a retirada de direitos e ampliação da exploração da força de trabalho.

Uma grande empresa de mídia que vende um jornal impresso, por exemplo, tem segregada a sua produção desde a apuração da matéria jornalística com empresas que trabalham com jornalismo de dados; a elaboração da matéria é feita por jornalistas *freelancer* ou por pessoas jurídicas (a chamada pejetização); a fotografia também pode ser de outro profissional como pessoa jurídica, pequena empresa ou coletivo como o 4V; e a distribuição conta com uma quarta empresa para fazer com que o produto chegue nas bancas e casas dos anunciantes.

Em cada etapa da produção há uma parte do trabalho não pago que é absorvida e geradora de mais valor no processo de produção da matéria jornalística. O sentido da expressão valor aqui utilizada não caracteriza uma propriedade, um objeto ou determinado serviço, mas sim define as relações humanas sob quais são produzidas. “O valor é uma relação social tomada como uma coisa, uma relação de produção entre pessoas que toma a forma de uma propriedade das coisas”. (Rubin, 1980, p. 85).

Marx (Capital I, p. 137) quando retira a poeira do óbvio sobre a criação e as formas de valor, expõe que valor de uso se dá somente no uso ou no consumo sendo constituinte do conteúdo material do valor de troca. O valor de troca tem aparência, em seu início como quantidade, imanente e intrínseco à mercadoria, no entanto, a relação quanto ao valor de uso é alterada constantemente no tempo e espaço. “A forma de valor simples de uma mercadoria é, portanto, a forma simples de manifestação da oposição nela contida entre valor de uso e de valor” (ibidem, ibidem).

Compreendemos assim que o valor de uma mercadoria ou serviço é expressão do valor de uso de outra mercadoria ou serviço equivalente. Da mesma maneira o papel do trabalho como equipolente na criação de valor, conforme aponta Marx no exemplo que utiliza do valor do linho em sua obra (ibidem, p. 124):

Não basta expressar o caráter específico do trabalho que cria o valor do linho. A força humana de trabalho em estado fluido, ou trabalho humano, cria valor, mas não é, ela própria valor. Ela se torna valor em estado cristalizado, em forma objetiva. Para expressar o valor do linho como massa amorfa de trabalho humano, ela tem que ser expressão como uma “objetividade” materialmente distinta do próprio linho e simultaneamente comum ao linho e a outras mercadorias.

Para criar valor de troca, a produtora vende a força de trabalho de seus membros para outra empresa, cujo objetivo de sua existência não é apenas produzir o vídeo, mas gerar mais-valia e ampliar o seu lucro, diferente do intuito do arranjo em sua forma primária (Agência Pressenza e 4V), cuja produção social não era pautada por uma visão mercantilista da informação.

Esse trabalho que cria valor, explicitado por Marx acima, está inserido em um ciclo contínuo de transformação do trabalho em valor, na criação em mercadoria, em dinheiro, mercadoria, em mais dinheiro etc. Esse trabalho é chamado pelos marxianos de trabalho produtivo. Entretanto, o mesmo trabalho pode ser produtivo e improdutivo. Vejamos o caso que estamos analisando do arranjo:

Dentro das relações de trabalho o valor criado pelo trabalho não tem a intenção de gerar mais-valia. A produção da mercadoria vídeo é feita sem os fundadores do coletivo ou qualquer outra pessoa terem como objetivo acumular lucro. O tempo de trabalho para produzir a mercadoria é a forma de medida para remunerar os profissionais da produtora e o restante serve para ampliar os meios de produção, comprar equipamentos, softwares, pagar o aluguel da sede. Nesta forma social específica, o trabalho é improdutivo.

Já quando faz os vídeos sobre a biografia de Gandhi, Mandela e outros líderes humanistas para vender para uma empresa de publicidade que explora o espaço

comercial da TV Ônibus em São Luís do Maranhão, o mesmo trabalho passa a ser produtivo, porque tem participação ativa na valorização do capital da empresa.

A definição de trabalho produtivo e improdutivo não tem relação com o trabalho imaterial ou material, mas sim como condicionante para converter mais-valia diretamente em capital. Essa é a diferença que delinea os dois tipos de trabalho. Entretanto, há fórmulas intermediárias que se interpenetram como podemos evidenciar acima.

Ao compreender o trabalho com complexidade que esse tipo de relação social requer, Jean Lojkin (1980, p. 273), ao se debruçar sobre o avanço das forças produtivas e a chamada ‘revolução informacional’, aponta para o começo da constituição dos “produtivos improdutivos e improdutivos produtivos”.

De acordo com o autor francês, o produtivo improdutivo se desenvolve com as funções informacionais no trabalho produtivo e o improdutivo produtivo se torna híbrido devido à perda de “referências identitárias” como estatuto do trabalho e mobilidade social.

Ao adotarmos a atividade de trabalho no capitalismo como um todo social, complexo e combinado (ANTUNES, 2018) essas determinações sobre os dois tipos de trabalho podem ser alargadas considerando um trabalhador coletivo. Nas palavras do próprio Marx:

Para ser produtivo, já não é necessário, agora pôr pessoalmente a mão na obra; basta ser um órgão do trabalhador coletivo ou executar qualquer uma de suas funções. [...] A determinação original de trabalho produtivo, derivada da própria natureza da produção material, permanece sempre verdadeira para o trabalhador coletivo, considerado como coletividade; mas ela já não é válida para cada um de seus membros isoladamente”. (MARX, 2017, p. 577)

Portanto, ao produzir o vídeo para o seu empregador, trocando tempo de trabalho por dinheiro e ao produzir mais-valor, mesmo ao assumir uma forma contemporânea das relações de trabalho baseada na ausência de direitos e precarização

do trabalho, o arranjo econômico prestador de serviços e o seu produto social são formas de valorizar o capital.

Diante dessa situação, os profissionais de comunicação têm jornada dupla, alguns até tripla quando aceitam um trabalho eventual fora da relação com a Agência Pressenza/4V. Trabalham dobrado para poder exercer mesmo dentro desse processo o desenvolvimento de sua atividade de trabalho com mais autonomia e liberdade de criação, desempenhando certa práxis social e contribuir com a pluralidade de informações disponíveis para a sociedade.

Considerações

Como podemos aferir o trabalho não diz respeito somente à produção da matéria jornalística no arranjo e faz com que a jornada seja dupla ou até tripla e a rotina produtiva na Agência precisa conciliar os diferentes trabalhos. Esse cenário de ter atividades múltiplas exige do profissional da comunicação toda sua desenvoltura e polivalência para atuar em situações de densidade do trabalho.

Todavia, essa não é a realidade apenas dos veículos de comunicação alternativa, mas faz parte da forma flexível de acumulação do modo de produção atual. Longe de ser um capitalismo desorganizado (LASH e URRY, 1997) a racionalidade do sistema de produção reside também na forma de inserção de tipos variados de empresas na cadeia de valor e, como podemos verificar no caso que relatamos acima, a fusão dos tipos de trabalho produtivo e improdutivo faz com que tanto o ‘patrão’ quanto a identidade do trabalhador fiquem esmaecidas, assim como as contradições entre capital e trabalho no conjunto do processo de produção.

Diante deste cenário, embora os jornalistas tenham vontade de fazer reportagens e o jornalismo *hardnews* não há as condições concretas para essa realização. Contudo, a linha editorial é a luz para a elaboração de matérias cujos comunicadores buscam profundidade nas matérias com o objetivo de explicitar a pauta da não violência,

estimular que as pessoas possam mudar o seu estilo de vida junto com a mudança política e que a narrativa feita pelo arranjo gere comunidades que tenham relação e convergência com outras pautas correlatas.

É preciso considerar que a Agência Pressenza (Internacional e as seções nacionais) fornece seu material de forma gratuita e, de fato, não costuma ser um assunto presente nos grupos hegemônicos de mídia. Os temas são caros para os participantes que se arranjam de formas variadas para conseguir sustentar a produção noticiosa e garantir a diversidade e a pluralidade de informação.

Referências

- ANTUNES, R. **O privilégio da servidão**. São Paulo: Editora Boitempo, 2018.
- CANCLINI, Néstor García. **O mundo inteiro como lugar estranho**. São Paulo. Edusp. 2016.
- FIGARO, R. **As relações de produção e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo. ECA-USP. SP. 2018
- LASH, S. URRY, J. *The end the organized capitalism*. Oxford. 1987.
- ALMEIDA, G. **Entrevista integrante da dissertação de mestrado de MARQUES, A.F. A redação virtual e as rotinas produtivas dos arranjos econômicos alternativos aos conglomerados de mídia**. Disponível em http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/publicacoes_cpct/a-redacao-virtual-e-as-rotinas-produtivas-dos-arranjos-economicos-de-comunicacao-alternativos-as-corporacoes-de-midia/
- MARX, K. **O capital** – Livro I. Boitempo. São Paulo. 2017.
- RAMONET, I. **A explosão do Jornalismo: das mídias de massas à massa de mídias**. São Paulo: Publisher Brasil, 2012
- RUBIN, I. **A teoria marxista do valor**. Editoria Brasiliense. São Paulo. 1980