



Acreditación Institucional
ALTA CALIDAD • MULTICAMPUS
Res. MEN No. 17228 del 24 de octubre de 2018 • 8 años

ALAIIC

Asociación Latinoamericana de
Investigadores de la Comunicación.
Associação Latino-Americana de
Investigadores da Comunicação.



ALAIIC 2020

Medellín-virtual • 9 - 13 de noviembre

DESAFÍOS Y PARADOJAS DE LA COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA: las ciudadanías y el poder

Memorias

ISSN 2179-7617

GI2. Comunicación y trabajo

Comunicação e trabalho como aporte teórico para estudar as mudanças no mundo do trabalho de jornalistas

Comunicación y trabajo como aporte teórico para estudiar los cambios en el mundo del trabajo de los periodistas

Communication and work as a theoretical report to study how changes in journalists' work world

Roseli Figaro¹

Cláudia Nonato²

Camila Acosta Camargo³

Resumo: Nosso artigo trata de uma trajetória de pesquisas e reflexões teóricas sobre o mundo do trabalho dos comunicadores, sobretudo, dos jornalistas, a partir do binômio comunicação e trabalho como ontologia do ser social.

Palavras-chave: comunicação e trabalho, jornalistas, trabalho digital.

Resumen: Nuestro artículo trata de una trayectoria de investigación y reflexiones teóricas sobre el mundo del trabajo de los comunicadores, especialmente, de los periodistas, a partir del binomio comunicación y trabajo como ontología del ser social.

Palabras-clave: comunicación y trabajo, periodistas, trabajo digital.

Abstract: Our article deals with a trajectory of research and theoretical reflections on the world of work of communicators, especially journalists, from the binomial communication and work as an ontology of social being.

Keywords: communication and work, journalists, digital work.

¹ Universidade de São Paulo, Brasil, E-mail: figaro@uol.com.br

² Universidade de São Paulo, Brasil, E-mail: claudia.nonato@uol.com.br

³ Universidade de São Paulo/FIAM-FAAM, Brasil, E-mail: camila.acosta.camargo@usp.br

Na ontologia do ser social, a comunicação é processo de constituição do humano como ser simbólico, lastreada pela interrelação de pensamento e linguagem (VYGOSTSKY, 2005; LEONTIEV, 2004). A comunicação se dá na atividade, a partir da experimentação, produzindo sínteses conceituais que se transformam em ferramentas e instrumentos (FOCHER e RABARDEL, 2007) e assim o ser humano cria uma cultura própria: a cultura da espécie humana (MARX e ENGELS, 2007). Essa reflexão ontológica afilia-se a uma tradição materialista, desde a filosofia clássica, e que tem sua expressão mais acabada no materialismo histórico. É central nesse pressuposto que a matéria é a realidade de todas as coisas, pessoas, sentidos e ideias. Há materialidade nas ideias, porque elas se tornam ação, intervenção no meio de vida. A história é o movimento da matéria. Em sentido amplo, a espécie humana é produto do fazer prático/simbólico, ambos não podem ser dissociados. Esse pressuposto teórico coloca para os pesquisadores da comunicação o desafio de compreender seu campo de estudos de maneira muito mais complexa do que aquela que os relega apenas ao estudo técnico das mídias.

Essa concepção, nos endereça a estudar o trabalho a partir das formas de relacionamento e de como se trabalha; como os processos produtivos e a organização do trabalho acontecem. Fazer isso, a partir da comunicação, é ter como desafio operar as lógicas conceituais da comunicação para ver o trabalho. Estudar o trabalho dos comunicadores é ainda mais desafiador no que tange tratar conceitualmente o trabalho como comunicação e a comunicação como trabalho.

A reestruturação produtiva, a racionalização dos processos de trabalho (ANTUNES, 2018) e as tecnologias digitais trouxeram profundas alterações na planta das empresas, nas formas de trabalhar e, sobretudo, nos perfis profissionais da área da comunicação. O aparato discursivo/ideológico do gerenciamento neoliberal é uma forma de comunicação prescrita que corrói mentalidades em todas as categorias de trabalhadores e tem disseminado o individualismo e o descrédito nas formas coletivas de buscar alternativas à precarização do trabalho, ao desemprego e ao desalento. Em consonância ao aparato de gerenciamento neoliberal (DARDOT e LAVAL,



2017) estão em uso plataformas e algoritmos, cujo comando é centralizado por poderosos conglomerados mundiais (SRNICEK, 2018).

Assim, o estudo da comunicação abrange o mundo do trabalho e o trata com a complexidade de um mundo - lugar/território - que comporta conflitos, relações de poder, modos de ser e de estar; discursos e culturas a partir dos quais os sentidos se constituem no processo de circulação em que os conflitos e as contradições podem ser identificados. A partir desses elementos de análise, o objetivo desse artigo é apresentar três ciclos de pesquisas realizadas com trabalhadores da comunicação por investigadores do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA/USP), a saber: *As mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação* (2008); *O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo: Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo* (2012); e *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia* (2018)⁴. Ao final, descrevemos também uma quarta pesquisa sobre as condições de trabalho dos

comunicadores e jornalistas no contexto pandêmico atual, intitulada *Como trabalham os comunicadores na pandemia da Covid-19?* (2020), as dificuldades na rotina dos profissionais não decorrem exclusivamente dos impactos do isolamento social e da crise econômica por ele gerada, mas são fruto de contextos demonstrados nas pesquisas supracitadas.

Estratégias, métodos e reflexões teóricas das pesquisa

As três pesquisas utilizaram um modelo metodológico que Jensen e Jankowski denominam de triangulação de métodos e de dados (1993, p. 78). Essa estratégia é adotada quando se utilizam diferentes métodos de investigação para a recolha de dados e a análise do objeto em estudo e serve à complexidade e à interdisciplinaridade dos objetos no campo da comunicação, combinando pesquisas qualitativas e quantitativas. Deve-se entender a relação entre os tipos diferentes de métodos e técnicas de pesquisa como complementaridades e não como dicotomias; “a debilidade de cada método simples se

⁴ As três pesquisas estão disponíveis na sua totalidade no site do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho: <http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/pesquisas/>



compensará com o contrapeso da força do outro”(idem). Segundo os autores, há quatro tipos de triangulação: de dados, de investigador, de teoria e de métodos. A triangulação de dados trata das diferentes dimensões de tempo, de espaço e de nível analítico a partir dos quais o pesquisador busca as informações para sua pesquisa. A triangulação de pesquisadores é a construção de equipe composta por investigadores de diferentes áreas do saber. A triangulação de teoria pressupõe a abordagem do objeto empírico por perspectivas conceituais e teóricas diferentes; e a triangulação de métodos comporta o uso de métodos e técnicas diferentes de forma combinada e em como consolidação de dados.

A estratégia da triangulação, utilizada nessas pesquisas, articula a primeira fase da pesquisa de método quantitativo, tendo como instrumento de pesquisa questionário fechado de múltipla escolha; à segunda fase, que usa métodos qualitativos. A fase qualitativa aplica diferentes instrumentos de pesquisa: a entrevista face a face com o roteiro de perguntas abertas; e o grupo de discussão, com o roteiro dos temas mais polêmicos encontrados pelos instrumentos anteriores. Os resultados encontrados nessas duas fases

são confrontados com a literatura que circula no nosso campo de estudos, especialmente, as teorias da comunicação.

A pesquisa *As mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*⁵, concluída em 2008, teve como sujeitos centrais do estudo comunicadores de cinco empresas: duas agências de publicidade, uma de jornalismo em revista, uma de televisão e uma de jornal diário. A estratégia metodológica triangulou métodos e técnicas de pesquisa. Os resultados principais mostraram que: os comunicadores trabalham em ritmo acelerado; organizam-se em pequenas equipes; as relações de trabalho são mais precárias, há crescente redução do tempo de permanência numa mesma empresa; verificou-se o borrar de fronteiras entre funções e profissões, devido à introdução de tecnologias, métodos e processos de trabalho que convergem para a polivalência do profissional e; verificou-se entre os profissionais certa confusão sobre o direito à informação.

A pesquisa mostrou também que as relações no trabalho ficaram mais competitivas, fator que conforma comportamentos que nem sempre têm respaldo em valores éticos. A concorrência

⁵ Essa pesquisa teve apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, Fapesp, e duração de dois anos.

entre colegas, a falta de solidariedade, 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.

Tais resultados orientaram um novo projeto de pesquisa, voltado exclusivamente para a profissão de jornalista. Então, demos início à pesquisa: *O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo. Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo*⁶. No final da investigação, os resultados foram publicados no livro: *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista* (FÍGARO et al., R.2013). A fala de jornalistas sobre o trabalho possibilitou aos pesquisadores traçar um perfil das profundas alterações na vida desses profissionais, nas rotinas produtivas e, portanto, no fazer jornalístico. A partir da fala sobre o trabalho em entrevistas em profundidade e, depois, em grupos de discussão, emergiram os dilemas desses profissionais, que à época já eram majoritariamente de sexo feminino, muito jovens, com contratos de trabalho precários e submetidos a alta rotatividade em relação ao emprego. O achatamento salarial e as

jornadas de trabalho estendidas também foram identificados. De modo geral em relação ao jornalismo, foram constatados que o tempo e o espaço, comprimidos pelas possibilidades das tecnologias digitais, foram assimilados nos processos de produção de modo a reduzir o tempo para a reflexão, a apuração e a pesquisa no trabalho jornalístico. O espaço de trabalho encolheu e ao mesmo tempo diversificou-se, transformando as grandes redações em células de produção que podem ser instaladas em qualquer lugar com acesso à internet e um computador. O jornalismo on line, em tempo real, os blogs e as ferramentas das redes sociais trouxeram inovações nas rotinas profissionais. Muitos profissionais sem emprego buscaram adaptar-se ao novo momento e trabalham a partir de home office, coworking e trabalho intermitente para vários contratantes.

A situação de fornecedores de serviços, com vínculos precários mesmo quando se trata do trabalho para grandes empresas do setor de comunicação, coloca em pauta o desafio de o jornalista ver-se e resolver-se como a agenciador de seu próprio negócio, com todo o ônus das incertezas econômicas, do excesso de trabalho, da falta de segurança para planejar a vida pessoal; e, por outro lado,

⁶ Esta pesquisa também teve apoio da Fapesp e duração de dois anos.



com maior espaço de onde e como agenciar-se para o trabalho.

Trabalho não é sinônimo de emprego e de vínculo empregatício. Mas eles revelam as condições materiais em que se trabalha no sistema econômico atual. Revelam problemas que não são tratados aqui, o dos direitos trabalhistas, e permitem entrar em outro aspecto, como os sujeitos e veem no trabalho, como enfrentam os desafios da profissão. Por isso, desenhado o perfil de quem trabalha, onde trabalha e em que condição trabalha, recolhe-se o discurso do profissional sobre o seu trabalho.

Prosseguindo nesse campo de investigação, realizamos nova pesquisa⁷, entre 2016 e 2018 (Etapa 1), cujo título é: *As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia*. O objetivo foi compreender as novas formas de organização do trabalho de jornalistas em arranjos alternativos/independentes aos grandes conglomerados de mídia. Adotou-se o conceito de pesquisa exploratória (Gil, 2008) e a triangulação de métodos (*snowball*, entrevista e grupos de discussão).

A partir de definição própria, conceituamos os arranjos alternativos como iniciativas jornalísticas que se estabelecem em oposição ao padrão econômico das corporações de mídia convencionais, mas buscando distinguir e, inclusive, contestar, as noções instituídas hegemonicamente de *empreendedorismo* e *inovação* e toda a cadeia de valores e sentidos que as acompanham.

O primeiro passo, como parte do método *snowball* (Baldin e Munhoz, 2011) foi o mergulho no Mapa da Mídia Independente organizado pela Agência Pública e expandido por indicações de leitores para, em seguida, também captarmos indicações externas e de pesquisadores. Ao todo, foram identificadas 170 iniciativas em todo o Brasil (demarcada como a *população* do estudo) e 70 delas especificamente na região da Grande São Paulo.

O próximo passo foi o de categorizar essa *comunidade* por critérios que possibilitassem avançar na compreensão do modo de organização do trabalho jornalístico. Elencamos como método de coleta de dados primários o levantamento nos *websites* e sites de redes sociais (Facebook e Twitter), para então montarmos uma catalogação a partir de informações autodeclaradas. Seguidamente,

⁷ Também contamos com apoio da Fapesp nesta investigação, duração de dois anos.



compôs-se a formulação de núcleos aproximados por marcadores jornalísticos alinhados às categorias de alternativo/independente/coletivos, diferenciando-os daqueles que se declaram com marcadores identificados com as categorias de empreendedores/inovadores. Dos 70 arranjos mapeados na Grande São Paulo, foi retirada uma amostra de 29 para o estudo com a realização de entrevistas semiestruturadas e 2 grupos focais.

Como resultado, o modelo organizativo destes arranjos se revelou por vezes frágil e instável, reflexo direto da expansão da informalidade e da precarização do trabalho, exigindo dedicação e inventividade do trabalhador para conseguir exercer o ofício em condições adversas e ainda buscando garantir a sua sobrevivência. Verificou-se que esta fragilidade em se estabelecer com autonomia financeira está atrelada aos processos estruturais de neoliberalização do capitalismo contemporâneo e consequente desestabilização e densificação do trabalho.

Mesmo perante tais condições adversas, há um forte apego à clássica missão do fazer jornalístico, vinculado à informação para o bem-comum. Há nesses arranjos compromisso com o trabalho, o que

impulsiona iniciativas organizacionais e de formas inventivas de procedimentos e processos editoriais, criadoras de um ambiente com potencial resistência às dificuldades econômicas, à violência, à vigilância de organismos e às forças do *establishment*.

Ainda, entre os anos de 2018 e 2020, adentramos na Etapa 2⁸ deste estudo, no qual buscamos estudar o conteúdo jornalísticos produzido pela mesma amostra. Partimos das perguntas: estes arranjos produzem jornalismo? E que tipo de jornalismo? Para responde-las, definimos a coleta de conteúdos produzidos nas duas semanas que antecederam o primeiro o segundo turno do pleito eleitoral de 2018 no Brasil, por representar um fenômeno social que permite a averiguação de indicadores jornalísticos nas reportagens, notícias, artigos etc.

A sistematização da coleta, assim como o instrumental necessário para a análise, foi viabilizada com o uso do *software* Netlytic para os sites de redes sociais, Facebook e Twitter, e o NVivo para o estudo dos *websites* oficiais dos arranjos. Elencamos como categorias de observação: regime de publicação; gênero; instância de produção, de composição e de circulação.

⁸ Apoio do CNPq, com duração de 2 anos.



Os achados indicam um afastamento do conceito convencional de periodicidade. O tempo de publicação passa, ainda mais, a resultar das condições de produção – nestes casos demarcadas pela instabilidade – como também da lógica instituída pela plataformização do trabalho. O ritmo do jornalismo passa a se submeter ao ritmo estabelecido pelas empresas de tecnologia.

Recorremos então ao conceito de regime de publicação para dar lugar ao que se entendia anteriormente por periodicidade – o intervalo entre uma publicação e outra. No regime de publicação assumimos uma intrínseca relação entre os processos produtivos editoriais, a escala e o alcance desta produção e a velocidade do tempo em contextos digitais. Estes reconfiguram o dispositivo comunicacional que passa a ser marca da atuação destes novos arranjos.

Ademais, é grande a diversidade de abordagens editoriais, mais próximas ou mais afastadas dos ditames tradicionais do jornalismo. Fica claro o comprometimento em exercer um jornalismo mais plural e engajado, mas também aponta a intensa subsunção às medidas e ritmos de funcionamento das plataformas. Se, por um lado, rompem os tratos do jornalismo noticioso hegemônico, dando voz a outras perspectivas e abordagens

recorrentemente estereotipadas ou silenciadas na grande mídia, por outro adentram em um novo aprisionamento da plataformização, que não interfere apenas no modo como o conteúdo circula, como dita as regras das rotinas de trabalho.

O trabalho dos comunicadores em tempos de pandemia

Com a mudança nas rotinas produtivas devido à recomendação de isolamento social durante a pandemia da Covid-19 neste ano, 2020, buscamos identificar quais aspectos caracterizam as condições de trabalho dos profissionais da comunicação no desempenho de suas funções neste período, em especial os jornalistas, haja vista que estes profissionais prestam um serviço essencial e são relevantes para que a população possa defender sua saúde física e mental.

A coleta de dados foi realizada entre os dias 5 e 30 de abril de 2020, por meio de um questionário com perguntas fechadas e abertas, em formulário do Google, e contou com 557 respondentes. A amostra não-probabilística foi construída a partir dos respondentes voluntários que tiveram acesso ao formulário por meio do site e das redes



sociais do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, assim como das redes sociais e listas de contatos das instituições que apoiaram a pesquisa.

De forma geral, identificamos que o modelo *home office* exige mais do comunicador, que considera que o trabalho ficou “muito mais pesado” (192/557) e “um pouco mais pesado” (198/557) do que anteriormente. A maior parte dos trabalhadores utiliza recursos próprios como conexão com internet, energia elétrica, computador, celular, manutenção dos arquivos de texto, de imagens e audiovisuais em bancos de dados privados. Esse fator representa uma deterioração do salário, já que os custos e manutenção desses meios de produção ficam a cargo dos profissionais, sem nenhum acréscimo ao valor que recebem para realizar seu trabalho.

Como as demais pesquisas realizadas, esta também aponta o paradoxo da identidade do jornalista como um profissional que, muitas vezes, não exerce função vinculada à produção jornalística de fato. Eles representam 61,2% da amostra. Tais trabalhadores distribuem-se em assessorias e agências de comunicação, empresas privadas, ONGs, empresas públicas e, por fim,

também na mídia convencional e mídia alternativa.

O acúmulo de funções e conhecimentos necessários para dominar múltiplas ferramentas tecnológicas é uma exigência que passa a demarcar a plataformização do trabalho.

O medo de perder o emprego despontou como um dos maiores medos dos respondentes, junto ao temor da própria doença Covid-19. Este elemento se esclarece ao notarmos a grande maioria de profissionais com contratos frágeis de trabalho, em sistemas *freelancer* ou prestadores de serviço (PJ). O resultado de tudo isso é a sensação de cansaço constante e de insegurança em relação ao futuro do trabalho.

Considerações finais

As três pesquisas temáticas específicas sobre o mundo do trabalho dos jornalistas permitem-nos afirmar a relevância do pressuposto teórico da unicidade da atividade de comunicação e trabalho, o que se materializa também no quarto estudo sobre a rotina dos profissionais da comunicação no contexto da pandemia da Covid-19. Também joga luz sobre a assertividade da triangulação metodológica para apurar mais a fundo, desde



as condições mais gerais, o perfil e o discurso sobre o trabalho de comunicadores e jornalistas. Faz-nos ressaltar a voz dos trabalhadores/as, mesmo as mais discretas expressões enunciadas pelos profissionais. Dar valor à fala deles, pois elas mostram como as forças do neoliberalismo atuam para destruir a organização e os direitos dos trabalhadores.

Referências

ANTUNES, R. (2018). O privilégio da servidão. O novo proletariado de serviços na era digital. São Paulo: Boitempo.

BALDIN, N. e MUNHOZ, E. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In X Congresso Nacional de Educação-Educere / I Seminário Internaiconal de Representações Sociais, Subjetividade e Educação-Sirsse - PUC-PR, Curitiba, 7-10/11/2011.

DARDOT, P.; LAVAL, C. (2017). A nova razão do mundo. Ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo.

FIGARO, R; NONATO, C; GROHMANN, R. (2013). As mudanças no mundo do trabalho do jornalista. São Paulo: Atlas.

FOLCHER, V.; RABARDEL, P. Homens, artefatos, atividades. In: FALZON, P. (2007) (ed.) Ergonomia. São Paulo: Blucher.

GIL, A.C. (2008). Métodos e técnicas de pesquisa social. 6ª ed. São Paulo: Atlas.

JANKOWSKI, N.W.; WESTER, F. La tradición cualitativa en la investigación sobre las ciencias sociales: contribuciones a la comunicación de masa. In: K.B. JENSEN; N.M. JANKOWSKI (eds.), (1993) Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas. Barcelona, Bosch, p. 57-91.

LEONTIEV, A. (2004). O desenvolvimento do psiquismo. São Paulo: Centauro.

MARX, K.; ENGELS, F. (2007). A ideologia alemã. São Paulo: Boitempo.

SCWARTZ, Y. (2000) Trabalho e uso de si. In Revista Pro-posições. Vol. 1, n. 5 (32), julho.

SRNICEK, N. (2018). Capitalismo de plataforma. Buenos Aires: Caja Negra.

VYGOTSKI, L. S. (2005). Pensamento e linguagem. 3.ed. São Paulo: Martins Fontes.

