

Formação, relações de trabalho e novos processos produtivos: o discurso de jovens jornalistas de São Paulo¹

Training, labor relations and new production processes: the speech of young journalists of Sao Paulo

Cláudia Nonato Lima

Jornalista; mestre e doutoranda em Ciências da Comunicação, pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo – ECA/USP.

Resumo

Este artigo apresenta os resultados qualitativos da pesquisa “Comunicação e mundo do trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos de produção”. Trata-se da análise de entrevistas feitas com oito jornalistas, selecionados dentro de um perfil predeterminado. Os resultados apontaram que os jovens são individualistas, polivalentes e têm a clara ideia de que o *marketing* está inserido na informação. Com relação às relações trabalhistas, eles atuam sem vínculo, terceirizados e precarizados, trabalhando muitas horas e com baixos salários. A maioria não está nas redações, e sim trabalhando como assessor de comunicação.

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

Abstract

This article presents the results of qualitative research “Communication and the workplace of journalist: the profile of journalists in Sao Paulo from the reconfiguration of production processes.” This is the analysis of interviews with eight journalists selected within a predetermined profile. The results showed that young people are individualistic, versatile and have a clear idea that marketing is embedded in the information. With respect to labor relations, are not linked, contractors and precarious, working long hours and low wages. Most are not in newsrooms, but working as a communications adviser

Keywords: journalists; communication; world of work.

¹ Uma versão preliminar e resumida das reflexões propostas neste artigo foi apresentada no do XVI Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

Formação, relações de trabalho e novos processos produtivos: o discurso de jovens jornalistas de São Paulo

1. Introdução

Conhecer o perfil do jornalista que hoje trabalha no Estado de São Paulo foi a questão principal que norteou esta pesquisa, a qual teve como objeto o jornalista que está situado no Estado de São Paulo. Partiu-se 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 de a comunicação ser fundamento da atividade humana e dos processos de trabalho, o que 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, procurou-se entender como inovações técnicas e tecnológicas durante a história recente puderam transformar a prática jornalística e o jornalismo, resultando à sociedade, segundo a hipótese aqui apresentada, um novo perfil profissional.

Um primeiro olhar sobre as pesquisas já existentes na área de comunicação 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 encontra-se além daquela da máquina de escrever para o computador. O que se tem 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 fazê-lo.

Dados divulgados pela Federação Nacional de Jornalistas (Fenaj) e fornecidos pelo Ministério do Trabalho e Emprego mostraram que existiam no País, até abril de 2009, aproximadamente 80 mil profissionais com registro de jornalistas. O relatório Rais (Relação Anual de Informações Sociais) divulgado em 2002 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 pú-

blicas, empresas de economia mista, entidades de classe e ONGs, dentre outros).

A pesquisa “Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação”¹, 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 os 40 anos de idade. A pesquisa também aponta, assim como o relatório do Ministério do Trabalho divulgado em 2002, que as mulheres hoje ocupam mais de 50% dos postos de trabalho.

É neste contexto de grandes transformações que se propôs discutir o perfil do jornalista de São Paulo, estado que detém aproximadamente 31% dos jornalistas brasileiros, segundo um levantamento elaborado pela assessoria econômica do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo, com base na Rais de 2005. Neste artigo, estão os resultados qualitativos da pesquisa “Comunicação e mundo do trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos de produção”.

2. Construção metodológica da pesquisa

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

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

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

¹ Realizada entre 2008 e 2010 pelo Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho da ECA/USP.

Formação, relações de trabalho e novos processos produtivos: o discurso de jovens jornalistas de São Paulo**2.1 Amostra qualitativa**

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

As entrevistas foram realizadas entre o segundo semestre de 2009 e os dois primeiros meses de 2010. Os profissionais foram selecionados a partir grupos que participaram da etapa quantitativa da pesquisa. Metade dos jornalistas foi contatada a partir das redes sociais e a outra metade escolhida aleatoriamente, com o auxílio do programa *Excel*, a partir dos respondentes do questionário aplicado junto aos jornalistas sócios do Sindicato dos Jornalistas de São Paulo. Feito o contato e tendo a aceitação do jornalista, as entrevistas foram realizadas presencialmente pela pesquisadora, gravadas e depois transcritas.

O roteiro foi estruturado em sete blocos: o primeiro solicitava ao entrevistado seu histórico pessoal e profissional; o segundo perguntava a respeito da sua relação com o jornalismo; o terceiro, sobre a profissão e as novas tecnologias; o quarto bloco solicitava ao entrevistado falar sobre as relações e os 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 abordava questões sobre o tempo de lazer e tempo de trabalho, além das relações familiares; e, finalmente, o sétimo bloco pedia a opinião do profissional com relação ao seu futuro.

Quadro 1: Relação de jornalistas entrevistados

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

2.2 Método de análise

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

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

Como método de análise, tomou-se a fala de cada um dos jornalistas entrevistados, para depois serem verificadas as aproximações e a diferenciação enunciadas sobre cada um dos tópicos da entrevista. Efetuou-se, também, quando possível, uma relação com os dados obtidos na pesquisa quantitativa.

3. Resultados**3.1 A trajetória familiar e a opção pelo jornalismo**

Bernardo Kucinski considerou 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 em referência, não lutam mais pela verdade ou pelo interesse público: “lutam para garantir o seu emprego”.

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

Eu fiz jornalismo, tinha a visão romântica da profissão. Do correspondente de guerra. E tenho ainda, não fui decepcionado em nenhum momento. Eu adorava essas revistas

Formação, relações de trabalho e novos processos produtivos: o discurso de jovens jornalistas de São Paulo

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 afirmou ter escolhido o jornalismo pela identificação com a leitura e a escrita; não acrescentaram a curiosidade e a vontade de ajudar os outros. Apontaram as características pessoais como fator principal para a escolha do curso de comunicação. Nenhum deles, no entanto, trouxe motivação político-ideológica, ou experiência anterior à faculdade, como a elaboração do jornal da escola, por exemplo. Também não demonstraram, em seus depoimentos, traços de paixão pela carreira, como os veteranos. Evidenciaram ter feito a escolha com a insegurança típica dos adolescentes que, aos 17 anos, precisam escolher sem erro a profissão que deverão seguir.

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

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

Outro traço comum é que a maioria dos respondentes veio de família de classe média, bem estruturadas e capazes de sustentar os filhos até chegarem à faculdade, sem que estes tivessem necessidade de trabalhar. Alguns vivenciaram 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 tinham 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. Eles 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 do Centro Universitário Sant'Anna (UniSant'Anna) e, depois, da Universidade Paulista (Unip).

Mas as opiniões se dividiram, principalmente, quando se falou em conteúdo curricular: um grupo advogou uma formação humanística mais completa, enquanto outros defenderam 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, posicionou-se de forma contrária à formação humanística, que ele não acha importante. Não entendeu o quanto é fundamental a preparação do intelecto, que dará ao profissional base cultural e maturidade, requisitos que capacitarão o jornalista a agir e tomar decisões.

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

O simples fato de fazer um estágio é suficiente para preparar o profissional? A partir da convivência que tiveram com estagiários, os jornalistas apontaram que existe falta de bagagem cultural e interesse por conhecimentos gerais. Esses problemas poderiam ser amenizados na graduação ou em cursos de especialização ou pós-graduação. Mas há outras deficiências; como a falta de leitura diária de jornais e também a ausência de iniciativa por parte dos jovens, por exemplo, 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 buscaram cursos de gestão e empreendedorismo.

A regulamentação da profissão de jornalista ocorreu em 1969, com a promulgação do Decreto-Lei n. 972, que tornou obrigatório o diploma dos cursos de jornalismo para o exercício da profissão. Alzira Abreu (2002: 40) afirmou que a profissionalização nasceu a partir das demandas do mercado, mas, nesse momento, entrou em cena “a lógica da diferenciação social”, que visava a 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

Formação, relações de trabalho e novos processos produtivos: o discurso de jovens jornalistas de São Paulo

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 as universidades. Contratar ou não um jornalista sem diploma? Cursar ou não faculdade de jornalismo? Como proceder 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 ao roteiro mostraram-se a favor da obrigatoriedade do diploma.

3.3 As relações trabalhistas e as mudanças no modo de produção

As respostas ao questionário quantitativo revelaram que os jornalistas que estão atuando no mercado de trabalho no Estado de São Paulo são jovens, principalmente aqueles que se encontram 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 dotados 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 andam cada dia mais enxutas. Segundo os dados da pesquisa quantitativa, daqueles jor-

nalistas que estão no mercado de trabalho, a maior parte permanece 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.

Ao serem comparados os resultados da pesquisa quantitativa com os relatos dos jornalistas, notou-se que os profissionais que possuem mais de 40 anos ou estão em cargos de chefia de grandes empresas jornalísticas, migraram para os cargos de chefia (ou tornam-se sócios) das assessorias de imprensa. Ou seja, os jornalistas experientes estão levando o conhecimento para as assessorias, que produzem a informação, posteriormente repassada para os grandes meios de comunicação, que as reproduzem.

Alzira Abreu (2002) lembrou 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 colonistas 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*, dentre outros. Tais relações trouxeram perdas dos direitos trabalhistas para os trabalhadores, algo chamado por Antunes (1995) de “subproletarização do trabalhador”.

A pesquisa quantitativa também mostrou que há uma proliferação de profissionais que estão trabalhando em casa, em *home office* ou empresa própria. É muito mais barato para a empresa manter o profissional como PJ ou autônomo, trabalhando em casa. Se o trabalho é espaço de troca de sociabilidade, local onde a pessoa quer ser reconhecida como útil, como desenvolver esse papel trabalhando em casa? A solidão e 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

Formação, relações de trabalho e novos processos produtivos: o discurso de jovens jornalistas de São Paulo

condições impostas pelas empresas, não conseguem ingressar no mercado de trabalho. Aqueles que formalizam um contrato pela CLT sentem-se privilegiados dentro da profissão. Ao falarem sobre a questão, os jovens sem registro ficaram 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 chamou a atenção ao afirmar que as empresas estão “quarteirizando o intelecto” dos profissionais. Este 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, a qual, 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 a chegada dos computadores e da internet nas redações trouxeram 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 e empresários. O jornal se estabelecia como negócio e a notícia, como produto. Alzira Abreu lembrou que, ao adotarem as novas tecnologias, o objetivo das empresas de comunicação era baratear os custos operacionais, economia esta que exigia investimentos em equipamentos os quais, 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 mesma 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 tornarem 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, encontra-se 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, de 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 os dados oriundos das assessorias de imprensa e os transforma em produto, sem ter tempo nem disponibilidade de apurar o que recebeu. Ou seja, Rodrigo lastimou tal situação porque ela provoca o rebaixamento da qualidade do trabalho e sobreleva valores e escolhas que nem sempre permitem o adequado exercício profissional.

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

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

A polivalência do jornalista é fundamental para sobreviver hoje no mercado de trabalho. Não há opção de escolha. Cristiane, no entanto, esclareceu 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.

Formação, relações de trabalho e novos processos produtivos: o discurso de jovens jornalistas de São Paulo**3.4 A atividade de trabalho**

Ao serem questionados sobre a sua atividade de trabalho, verificou-se que os jornalistas apenas descreveram a tarefa prescrita que realizavam diariamente, ou seja, ler *e-mails* e responder a eles, 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 faziam ao acordar ou ao chegar ao escritório era 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 autoestima. 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 monitora-se 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 respostas obtidas na pesquisa.

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, seja 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 em faculdades 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 pe-

las empresas. É o desafio de exercer a atividade, questão que Schwartz & Durriue 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, defronta-se 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 a cinemas, teatros, *shows*, ouvir um CD ou ler um livro e escrever o comentário no *blog*. Não importa o dia nem o 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 porque seu *blog* foi lido por um editor. Luís revelou que sonha conseguir o mesmo feito e fez um investimento até mesmo financeiro em seu *blog*, buscando entrevistas e frequentando bares para assistir a *shows*.

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

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

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

Para a mulher, ter filhos também significa abrir mão de cargos de chefia e de uma melhor remuneração na carreira. Ana demonstrou que optou pela família conscientemente, sabendo 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.

Formação, relações de trabalho e novos processos produtivos: o discurso de jovens jornalistas de São Paulo

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 decorre da busca por cursos de atualização e da procura 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.

4. Considerações finais

São três os grandes marcos do jornalismo no Brasil. O primeiro ocorreu nos anos 1950, depois da Segunda Guerra Mundial, com a chegada da televisão e de uma cultura

5. Referências

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

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

FÍGARO, Roseli (coord.). *Comunicação e trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*. Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho CNPq/ECA-USP. São Paulo: Fapesp, 2009. Pesquisa concluída. Disponível em: <www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho>.

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

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. *Comunicação e mundo do trabalho do jornalista: o perfil dos jornalistas de São Paulo a*

audiovisual, momento em que ocorreu uma modernização dos jornais. A segunda mudança verificou-se 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, a fusão e o surgimento das novas mídias. Hoje, essas mudanças que se acumularam nas duas últimas décadas, cristalizaram o perfil que foi mostrado 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 ou de comunicação interna, dentre outras. 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.

partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciência da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. São Paulo: ECA/USP. Orientadora: Profa Dr^a Roseli Aparecida Fígaro Paulino. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-30112010-160410/fr.php>>.

OLIVEIRA, Denis de. Jornalismo, mídia e esfera pública: dimensões da ação ideológica. Trabalho apresentado para a Sessão de Temas Livres do XXVIII Congresso da Intercom. Rio de Janeiro: Uerj, 2005. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R1062-2.pdf>>. Acesso em: 8 de julho de 2010.

SCHWARTZ, Yves & DURRIVE, Louis. (orgs.). *Trabalho e ergologia*. Conversas sobre a atividade humana. Tradução de Jussara Brito e Milton Athayde. Niterói: EdUFF, 2007.