COMUNICAÇÃO E TRABALHO UMA ABORDAGEM TEÓRICO-METODOLÓGICA DE PESQUISA[1]

GT9: Teoria e Metodologia da Pesquisa em Comunicação

Coordenador: Raúl Fuentes Navarro, raul@iteso.mx
Vice-coordenadores: Óscar Bustamante, posgrados@gmail.com
Mabel Grillo, mgrillo@hum.unrc.edu.ar

Roseli Figaro,
Coordenadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo, Brasil
figaro@uol.com.br

Resumo

O objetivo deste artigo é assinalar o binômio comunicação e trabalho como uma linha de pesquisa na área de teorias da comunicação, apropriada para estudar as relações de comunicação no mundo do trabalho. Essa abordagem entende comunicação e trabalho como unidade constitutiva da atividade humana, capaz de revelar os valores com os quais se constrói sociedade. Essa perspectiva é aplicada em pesquisa sobre o mundo do trabalho dos jornalistas de São Paulo, realizada entre 2009 e 2012, pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP, com apoio da Fapesp. Com a triangulação de métodos quantitativos e qualitativos, a pesquisa revela o perfil dos jornalistas de São Paulo e seus pontos de vista sobre o trabalho.

[1] Uma versão deste estudo foi apresentada no Congresso da Alast, São Paulo, 2013.

Palavras-chave: comunicação e trabalho, atividade humana, jornalistas

Resumen

El objetivo de este artículo es señalar el binomio comunicación y trabajo como una línea de investigación en el área de las teorías de la comunicación, adecuada para estudiar las relaciones de comunicación en el mundo del trabajo. Este enfoque considera la comunicación y el trabajo como unidad constitutiva de la actividad humana, capaz de revelar los valores con los cuales se construye la sociedad. Esta perspectiva se aplica en la investigación sobre el mundo del trabajo de los periodistas en São Paulo, realizada entre 2009 y 2012, por el Centro de Investigación en Comunicación y Trabajo de la ECA-USP, con el apoyo de la FAPESP. Con la triangulación de métodos cuantitativos y cualitativos, la investigación revela el perfil de los periodistas de Sao Paulo y sus opiniones sobre el trabajo.

Palabras clave: comunicación y trabajo, actividad humana, periodistas.

Introdução

O objetivo deste artigo é assinalar o binômio comunicação e trabalho como uma linha de pesquisa na área de teorias da comunicação, apropriada para o estudo das relações de comunicação no mundo do trabalho. O binômio comunicação e trabalho tem como princípio o estudo da centralidade da categoria trabalho a partir do campo da comunicação. Afirma-se que tal centralidade se dá na perspectiva da ontologia do ser social, ou seja, porque a atividade de trabalho e de comunicação é constitutiva do ser humano. E também porque, na contemporaneidade, em nossas sociedades complexas, a comunicação foi incorporada como lógica

organizativa dos processos produtivos para além da presença das tecnologias de informação e de comunicação no mundo do trabalho.

Estudar o binômio comunicação e trabalho permite que se discutam as relações de comunicação no mundo do trabalho, para que se possam compreender quais os sentidos do trabalho, como as lógicas comunicacionais dos processos de organização da produção introduzem mudanças nas formas de se trabalhar e nas relações sociais.

Muito se tem tratado a comunicação nas empresas. Essa discussão está limitada, no entanto, à abordagem da comunicação como marketing e à estratégia dos modelos de gestão da produção. Essas apropriações tomam a comunicação como ferramenta para a transmissão de ordens e de prescrições da direção para os trabalhadores, sobre as metas da empresa. Sem considerar a comunicação como atividade real de trabalho.

Em alternativa, propomos o estudo de comunicação e trabalho a partir do ponto de vista de quem trabalha. Isto é, das relações de comunicação no mundo do trabalho, dos relatos sobre o trabalho e da compreensão da importância da comunicação para que o trabalho se efetive.

Neste artigo, pretende-se discutir a abordagem dos estudos da comunicação a partir do binômio comunicação e trabalho bem como apresentar a pesquisa *as mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas de São Paulo*, realizada entre 2009 e 2012, com apoio da Fapesp (Figaro, 2012).

Atividade humana de trabalho e de comunicação

Ao se tratar, no campo da comunicação, do binômio comunicação e trabalho propõe-se a reflexão sobre o conceito de comunicação como aquele necessariamente orientado pela práxis humana a qual demanda a compreensão do sujeito na dinâmica da vida social e nas relações entre as classes em suas dimensões históricas.

Sobre esse tema, parece-nos relevante retomar Leontiev (1976) como o teórico formulador, com Vigotski, de uma teoria da psicologia histórico-cultural, que contribui para a formulação do conceito de comunicação. Para Leontiev (1976), a atividade humana coloca em relação trabalho e comunicação, ou seja, "No trabalho, os homens entram inevitavelmente em relação, em comunicação uns com os outros. Na origem, suas ações, propriamente o trabalho, e sua comunicação formam um processo único.(...)" (Léontiev, 1976, p. 78).

Para o autor, a comunicação mobiliza os meandros da atividade humana e não pode escapar dela. A relação entre trabalho e comunicação como processo único, conforme destaca Léontiev, dá as bases para o estudo do binômio comunicação e trabalho. Para enfatizar essa abordagem, Baccega explica que a "função de comunicação é própria da práxis", o que supõe "trabalho e existência", e, nesse processo, a formação de um sistema maior de abstração, a linguagem; no cerne da comunicação está a práxis humana.

Estudar a comunicação como aspecto inerente à atividade humana, capaz de revelar as complexas relações que se estabelecem no mundo do trabalho, traz para o campo da comunicação uma gama de novos temas e problemas. Sobretudo, dá ao conceito de comunicação um caráter ontológico, no sentido da

ontologia do ser social que Marx discute nos *Manuscritos econômicos filosóficos,* de 1844.

A relação entre ser e objeto se dá pela atividade humana de trabalho no âmbito da comunicação intersubjetiva. Isso implica em reconhecer que comunicação e trabalho são fundamentos da sociabilidade humana. A comunicação é uma conquista da espécie humana, efetivada pela condição do homem de sobrepor-se, por meio de sua atividade de trabalho, às condições da natureza. A comunicação está ligada, desde a origem, à atividade produtiva, à "comunicação material dos homens" (Léontiev, 1976).

A atividade para a sobrevivência, no enfrentamento das 'infidelidades do meio', (Schwartz, 2007), requer a comunicação entre os seres para que haja cooperação e se identifiquem os conflitos, por conseguinte, a superação das dificuldades. E é a atividade de comunicação e de trabalho o material objetivo, com o qual se fabrica a realidade humana. A comunicação por meio de gestos, sinais, expressões faciais e do corpo denotam a ambiência que condiciona o trabalho, mas é a comunicação verbal, a palavra, aquela que mais se aproxima e acompanha a atividade de trabalho em sua complexidade (Schwartz,2007).

Essa apropriação do conceito de atividade, que comporta comunicação, trabalho e linguagem, distancia-se de uma metafísica idealista. Forçosamente, tal relação com a ontologia do ser social opõe-se à disrupção entre atividade humana e história; entre atividade humana e condições materiais e culturais da existência em sociedade.

Essa articulação possibilita ver em movimento, sempre transformador, a atividade de trabalho e, portanto, a realidade social e cultural. Compreende-se como a atividade de comunicação e trabalho, fundamento da subjetividade e da

sociabilidade, é substancial para se entender os processos culturais e as transformações sociais contemporâneas.

A partir desse pressuposto, a análise e a discussão das transformações no mundo do trabalho, introduzidas pelas tecnologias de informação e de comunicação e os procedimentos de racionalização da produção, são realizadas sem que se as dissociem das relações concretas nas quais essas tecnologias e procedimentos são apropriados. Haja vista que tal dissociação pretende dissimular o inerente ineditismo, engendrado pelo sujeito em atividade; bem como apagar da história que os avanços tecnológicos são conquistas da humanidade.

As tecnologias para o binômio comunicação e trabalho

Como dissociar o mundo do trabalho das tecnologias de informação e de comunicação? É isso que geralmente se faz ao estudar as tecnologias. Elas ganham dimensão dissociada da vida real e da dinâmica da sociedade. Para se compreender a gama de questões envolvidas nessa discussão, vale destacar o conceito de artefatos da cultura como resultado da atividade humana, sobretudo, no trabalho.

Folcher e Rabardel (2007, p. 207) discutem a relação homem-máquina a partir do entendimento que se tem dos “dispositivos técnicos, materiais ou simbólicos” (chamados de artefatos) definida em três tipos: centrada na interação homem-máquina; no homem-máquina como um sistema engajado numa tarefa; na mediação da atividade pelo uso dos artefatos.

Na mesma linha de Vigotski, Léontiev (1976) considera a atividade mediada por artefatos como preponderante na formação da psique humana. O trabalho e a comunicação são os fundamentos dessa formação. E aqui, avança-se da

compreensão do artefato, como ferramenta cultural, para o instrumento. Visto que um novo artefato não é imediatamente e indiscriminadamente incorporado pelo sujeito, mas depende da articulação com a atividade concreta desse sujeito. Se cada cultura se basta a si mesma e constrói artefatos que respondem às suas necessidades, é na prática social que elas se atualizam. Assim, entre o artefato (ferramenta produzida pela cultura) e o instrumento há a atividade objetiva de cada indivíduo. Há a necessidade do uso, de esquemas de apropriação pessoal, há a manifestação da plenitude do sujeito em atividade. Daí Folcher & Rabardel (2007) classificarem o instrumento como "unidade mista", por um lado, um artefato material ou simbólico, produzido pela cultura; por outro, esquemas de utilização associados, resultado de construção própria do sujeito.

Entre o já prescrito (inscrito no artefato) e o uso específico, surge o novo, essa é a marca da atividade humana; é por meio desse movimento que se renovam os artefatos, incorporados como instrumentos. Esse mesmo movimento se dá na apropriação das tecnologias de comunicação: como artefatos elas acumulam as funções previamente definidas pela cultura, mas a utilização faz delas instrumentos renovados.

Quando nos reportamos às tecnologias de informação e de comunicação, chamamos a atenção para as apropriações dessas tecnologias como produto da atividade humana. Por isso, elas devem ser problematizadas no nível dos objetos empíricos concretos e consideradas no percurso de artefato a instrumento. As formas concretas de apropriação dos artefatos e os valores que conformam as escolhas para seu uso são reveladas na atividade de trabalho.

História e processo produtivo engendram a lógica do papel das tecnologias na sociedade. O contexto que conforma todo o período de mudanças, proporcionadas pelas tecnologias, está relacionado à problemática do modo de produção. O

advento das tecnologias digitais, por exemplo, não pode ser separado do processo de globalização, da reorganização geopolítica do pós-guerra, da reestruturação produtiva por meio da flexibilização e da polivalência da força de trabalho e da precarização dos vínculos contratuais de trabalho.

Dierkes, Hofmann e Marz (2000) afirmam que as tecnologias são marcadas pelo contexto em que são elaboradas e exploradas. Esses usos mostram quais são os valores e as opções que articulam fatores econômicos, sociais, culturais, políticos e organizacionais. Se há valores que orientam as opções sobre o desenvolvimento e os usos das tecnologias, esses valores estão imersos no sistema complexo de relações culturais, comunicacionais, econômicas e políticas. Há um permanente jogo de relações, de contradições e conflitos. O novo na apropriação de uma tecnologia, de um processo produtivo sempre está marcado por um antes, um histórico que o engendrou. O mesmo ocorre com os processos comunicacionais.

Se por um lado, as tecnologias digitais proporcionam inovação e transgressão dos modelos tradicionais de relação entre produção e consumo, por outro, as organizações buscam formas de enquadramento das novidades sem romper com os fundamentos que as estruturam. As redes sociais, o teletrabalho e a informação em tempo real dialogam com o novo, com o futuro na mesma medida em que foram apropriados pelas condições objetivas que nos fazem estar no agora de um sistema econômico cada vez mais centralizador e com infinita capacidade de controle sobre os dados particulares dos cidadãos.

No caso brasileiro, os conglomerados de mídia estão entrelaçados aos grandes oligopólios internacionais. Eles são beneficiados pela legislação que dá à empresa privada a concessão do espectro público de ondas de transmissão e privatiza toda a rede de infraestrutura de distribuição de cabos de transmissão de informação. Essa política inviabiliza a democratização da posse e do uso dos meios de

comunicação. Reduz sobremaneira as possibilidades de ampliação do mercado de trabalho para os profissionais da comunicação. Redunda em política de precarização profissional, visto que os postos de trabalho reduzem-se devido às mudanças tecnológicas e as novas possibilidades de emprego se apresentam sempre como instáveis, precárias, sem regulamentação.

São esses aspectos dos estudos do campo da comunicação que o binômio comunicação e trabalho permite colocar em evidencia. Essa abordagem identifica as diferenças de proposições, de finalidades e de procedimentos entre a comunicação regida pelos interesses organizacionais e a comunicação que serve à atividade de trabalho. Tomar as relações de comunicação a partir do mundo do trabalho requer articulações entre as condições particulares dos sujeitos da comunicação com as condições gerais dadas pelos sistemas institucionais e os modelos de organização da produção.

Essa abordagem de estudo pode revelar a partir de quais valores as pessoas fazem suas escolhas; como se constituem os coletivos de trabalho; como as pessoas se apropriam dos artefatos tecnológicos, transformando-os em instrumentos afeitos à particularidade do sujeito (Folcher e Rabardel,2007); como se constituem as redes de ajuda e solidariedade na resolução de problemas e tarefas (Schwartz, 2007); e como as pessoas respondem às mudanças que se dão nos perfis profissionais e nas sobreposições de funções.

Pesquisa com jornalistas

Se o jornalismo e os jornalistas são produtos de uma época histórica caracterizada pela emergência de determinadas forças hegemônicas (Gramsci, 1978) e por características específicas no seu modo de produção, quando essas condições se alteram no sentido de aprofundar e radicalizar as contradições do sistema

econômico, por exemplo, como as que se deram no final do século XX, em que resultam essas alterações? O que se pode afirmar sobre quem faz o jornalismo e sobre como esse fazer, suas normas e rotinas produtivas, está delimitado pela lógica da grande empresa e da desregulamentação dos vínculos empregatícios? Como o jornalista nas *dramáticas* da atividade de trabalho (Schwartz, 2007) enfrenta os desafios cotidianos do exercício profissional?

Nossa hipótese de pesquisa é que ao se observar o mundo do trabalho do jornalista, a partir de sua fala sobre a atividade de trabalho e a partir da configuração de seu perfil, compreendemos os problemas, os desafios e as tendências do exercício profissional. Aplicamos o pressuposto teórico da atividade de comunicação e trabalho como método, ou seja, fomos ao particular do trabalho, ouvimos quem trabalha, para entender *o vai e vem* do micro ao macrossocial, e como as escolhas feitas no âmbito do específico da atividade do *corpo si* (Schwartz, 2000) no trabalho estão relacionadas aos valores que constroem a sociedade.

Objetivo e metodologia da pesquisa

O objetivo da pesquisa foi o de realizar um levantamento sobre o perfil dos jornalistas profissionais em São Paulo; e conhecer o ponto de vista desse profissional sobre o seu trabalho. O perfil dos jornalistas abrange dados sobre faixa etária, escolaridade, vínculo empregatício, relações de trabalho, dados socioeconômicos e de consumo cultural. Além do perfil profissional, traçamos uma estratégia que nos permitiu ouvir os relatos dos profissionais sobre o seu trabalho, bem como realizar grupos de discussão que tinham como pauta a os desafios e as dificuldades da profissão hoje.

A estratégia da pesquisa tem como referência a *triangulação metodológica* (Denzin e Lincoln, 2006; Jensen e Jankowski, 1993), com os instrumentos de pesquisa: questionário quantitativo de múltipla escolha, entrevista em profundidade e grupo de discussão. A triangulação metodológica também se deu na composição das amostras da pesquisa. Foram compostas amostras a partir do critério de vínculo empregatício, buscando-se jornalistas em redes profissionais na internet, com diferentes vínculos e trabalhando em diferentes mídias; profissionais associados do Sindicato dos Jornalistas no Estado de São Paulo; jornalistas com emprego fixo em uma grande empresa editorial de São Paulo.

Enviamos 3278 questionários fechados de múltipla escolha a jornalistas de São Paulo e 538 questionários respondidos foram consolidados (16,42%). A amostra foi estruturada a partir de diferentes estratégias: a) jornalistas foram contatados por rede social de trabalho (jornalistas e seus contatos); b) jornalistas sócios do sindicato dos jornalistas profissionais de São Paulo foram contatados para participarem da pesquisa com o apoio do Sindicato; c) jornalistas empregados de uma grande empresa editorial foram contatados com o apoio da empresa; d) jornalistas freelancers foram contatados a partir de redes sociais de trabalho ("Freela.com.br" e "Clicfólio"). Todas as respostas aos questionários, enviados eletronicamente, foram coletadas e armazenadas em banco de dados e as análises geraram gráficos e quadros que permitem desenhar o perfil do jornalista de São Paulo.

Na etapa qualitativa, foram realizadas 20 entrevistas com jornalistas selecionados a partir dos critérios de perfil verificados na fase quantitativa. O mesmo critério orientou a composição de dois grupos de discussão. Um grupo foi composto por jornalistas com diferentes vínculos de trabalho (participaram seis jornalistas) e o segundo grupo (participaram 10 jornalistas) foi composto por jornalistas

freelancers. As técnicas de composição, acompanhamento do grupo de discussão foram adotadas conforme orienta Barbour (2009).

Os resultados da pesquisa

Os resultados mostram a precarização das relações de trabalho (Figaro, 2008, 2012, 2013; Lima, 2010,2013; Grohmann, 2012, 2013) bem como a intensificação do ritmo de atividade exigida no âmbito do exercício profissional, prejudicando a qualidade de vida dos profissionais (Heloani, 2008). Indicam também a preocupação dos comunicadores com o futuro da prática jornalística, principalmente, aquela desenvolvida em jornais, revistas e televisão, devido à redução de postos de trabalho nas empresas de comunicação.

Os dados apontam as mudanças no perfil do jornalista profissional: são jovens, brancas, de classes médias, mulheres, a maioria sem filhos, multiplataformas, vínculo de emprego precário, com curso superior completo e com especialização em nível de pós-graduação. Entre a amostra de jornalistas sindicalizados, 77% declaram-se brancos; e entre a amostra dos jornalistas freelancers, 82% declaram-se brancos. Entre esses grupos de jornalistas mais de 20% declaram já ter sofrido assédio moral no trabalho. Entre todos os jornalistas das diferentes amostras de respondentes verificou-se que eles trabalham de oito a 10 horas por dia em ritmo acelerado e a maioria está na faixa salarial de dois a seis mil reais, sendo que 40% dos *freelancers* declararam receber até dois mil reais. Dado relevante é de que entre os jornalistas da amostra de respondentes dos sindicalizados, apenas 43% declararam ter registro em carteira profissional. A faixa etária mais alta é entre os profissionais sindicalizados; mesmo assim a maioria entre os jornalistas da pesquisa entrou na profissão a mais de um ano e a menos de 15 anos, ou seja, quando as reformas trazidas pelo computador e a internet estavam se efetivando. Os jovens jornalistas chegaram ao mercado de

trabalho com um desafio pela frente, entender o que era aquilo que estava acontecendo com as novas tecnologias de informação e de comunicação e como essas tecnologias alteram suas rotinas produtivas do fazer jornalístico.

Os *freelancers* trabalham em período integral, para vários lugares, trabalham sozinhos em casa e, de maneira geral, são os que recebem menor valor pelo trabalho e começam a pensar como novos empreendedores, aplicam os conhecimentos do jornalismo em outras atividades, desde fazer a revisão de um trabalho acadêmico até vender um pacote de assessoria de comunicação a um político, trabalhar em projetos educacionais, em empresas de marketing etc.

A reestruturação produtiva, principalmente a partir dos anos 1990, transformou as relações de trabalho. Aumentou o número de jornalistas contratados sem registro em carteira profissional, abrindo caminho para o surgimento de novas formas de vínculos, como a terceirização, contratos de trabalho por tempo determinado, contrato de pessoa jurídica (PJ), cooperados e *freelancers*, entre outros. O fato de a maioria dos *freelancers* receberem o pagamento a partir de nota fiscal fornecida por um terceiro e trabalharem no setor de revista e internet dá indicações claras de onde estão os problemas contratuais e da precarização dos direitos trabalhistas (décimo terceiro salário, férias, INSS, Fundo de garantia etc.)

As respostas ao questionário, as falas nas entrevistas individuais e as falas nos grupos de discussão, ao serem analisadas, demonstram um conjunto de valores que, certamente, são influenciados pelas dificuldades encontradas na empregabilidade e pelas lógicas de mercado preponderantes na concepção do fato jornalístico. São os jovens os mais impactados pelas mudanças no mundo do trabalho. Eles não têm a memória das práticas anteriores. Eles não foram formados pelas gerações que os antecederam. Quando chegaram às redações e

ao mundo do trabalho, os mais velhos, seres analógicos, padeciam de desprestígio em relação aos usos dos novos artefatos profissionais.

A chamada “flexibilidade” transfere aos trabalhadores o peso das incertezas do mercado. Como mão de obra maleável, seja em termos de horário, de jornada de trabalho ou de vínculo empregatício (como empregos temporários, precários ou trabalho autônomo), esses profissionais não têm podido planejar suas vidas em termos econômicos e em termos afetivos.

A percepção de que a receita publicitária incide sobremaneira no processo de seu trabalho é resposta majoritária dos jornalistas da pesquisa. Talvez seja esse o motivo para mais de 40% dos jornalistas que participam da pesquisa afirmarem que *às vezes* ou *não se podem* tomar decisões a partir das informações das mídias.

Todos os que foram ouvidos e solicitados a responder as perguntas falaram espontaneamente *sobre o trabalho* (Lacoste, 1995) e suas experiências, pontos de vista sobre a profissão. Há falas polêmicas. Há relatos de vida que revelam experiências que contextualizam problemas que fazem parte do exercício da profissão no quadro atual das relações do negócio da mídia e do discurso do jornalismo. As dificuldades do mercado de trabalho, as debilidades da formação universitária, as expectativas com relação à profissão e à dedicação ao trabalho desenham as trajetórias pessoais e também compõem o quadro real de como se exerce a profissão e as *dramáticas da atividade* (SCHWARTZ, 2007) que os jornalistas de carne e osso enfrentam no cotidiano de trabalho.

Do ponto de vista das rotinas produtivas, os desencontros entre as diferentes gerações, a falta de tempo para a passagem da experiência de um profissional mais velho para o mais jovem e os novos dispositivos da comunicação fazem com

que o mundo do trabalho do jornalista se torne um caldeirão de tensões, desafios e conflitos.

As facilidades tecnológicas atuam, paradoxalmente, como um complicador porque exigem maior produtividade frente à concorrência. A distinção entre a fonte, o testemunho e a personagem que ilustra a notícia é um conflito a mais para o jornalista. Cada vez há um número maior de mediadores entre o jornalista e o fato.

Para alguns a diferença entre o relato do cidadão testemunha do fato e a investigação e apuração jornalística está embaralhada. Para outros há uma relação de solidariedade e colaboração entre o cidadão testemunha e o trabalho do jornalista.

Outro aspecto relevante e que tem transformado a relação com o trabalho é o papel das assessorias de comunicação. Hoje elas são necessárias ao processo produtivo. Não se trabalha nas redações das empresas de qualquer veículo de comunicação sem o apoio das assessorias. Há brutal profissionalização da área. Os enunciados do *forte* e do *fraco*, do *vender* e do *comprar*, da *guerrilha* e da *defesa* nomeiam e diferenciam o trabalho dos jornalistas assessores e dos jornalistas dos veículos das empresas de comunicação. Mas, na verdade, é impossível trabalhar num veículo de comunicação sem o trabalho anterior do jornalismo de assessoria.

O ritmo de trabalho, os desafios trazidos pelas novas plataformas e linguagens aumentam a tensão do profissional. Os vínculos contratuais cada vez mais precários, a terceirização e até a quarteirização da produção de conteúdos – os chamados trabalhos por projetos – são a realidade no meio profissional. Agenciar o cliente e formatar o produto ao gosto dele passa a fazer parte da prática do

jornalista. É o público-alvo/cliente que conforma o enquadramento do produto/notícia.

As respostas da maioria dos entrevistados permitem afirmar que eles possuem um perfil profissional deslocado de valores coletivos, são individualistas e muito mais preocupados com o negócio, meio de vida. Os valores individualistas são muito presentes, pois as instâncias coletivas de trabalho perdem força, havendo instâncias individuais em rede.

Por outro lado, verificou-se pelas respostas, sempre de um grupo minoritário, representando cerca de um terço dos respondentes, preocupação bastante contextualizada desses jornalistas com o compromisso da informação como direito humano e como se dá a contradição entre esse direito e os interesses das empresas.

Observemos dois trechos da fala de uma jornalista freelancer, entrevistada para a pesquisa:

> *(...) eu não consigo mais confiar no que grandes meios falam, por que você vê que a notícia é muito manipulada, então até que ponto você confia no que uma Folha de S. Paulo fala, até que ponto você confia no que uma TV Globo fala?, então tem o lance das fontes, a internet abriu muito, tem vários blogs, e nesse aspecto é até legal, mas o volume é muito grande, você tem que aprender a administrar isso para não se perder, porque num primeiro momento, as atividades continuam iguais, eu tenho todas as mesmas funções, mas em compensação eu tenho o dobro de fontes e alternativas para pesquisar, para eu me inteirar dos*

> *acontecimentos, então tem que administrar muito bem isso, acho que esse é um ponto essencial.*(trecho de entrevista com uma jornalista da amostra dos freelancers)
> *[...]*
> *Por que ela* [a informação] *é básica para a sobrevivência das pessoas, desde saúde, higiene, política; o que estão fazendo com seu dinheiro ou o que não estão fazendo; acho que a transparência da informação devia ser muito mais perto dos cidadãos do que até hoje ela está, acho que ela está bem distante disso, porque as pessoas também não têm noção de que elas têm esse direito, mas eu acho que é um direito sim.*(trecho de entrevista com uma jornalista da amostra dos freelancers)

A crítica à linha editorial de veículos de comunicação consagrados, a possibilidade de hoje se recorrer a um leque diferenciado de fontes de informação e o compromisso do jornalista com o direito do cidadão à informação são enunciados que indicam a preocupação da profissional com seu papel de mediadora dos discursos sociais.

Esses excertos de fala da entrevistada são exemplos de um ponto de vista minoritário entre os jornalistas. A esse ponto de vista podemos contrapor um outro, radical, mas que pode nos nortear sobre as disputas ideológicas e que dizem respeito aos valores sobre a profissão e sobre o papel no jornalismo na sociedade.

Esta fala é um excerto da discussão sobre a profissão, o diploma e o papel do jornalista. A jovem fala de seu ponto de vista de profissional freelancer, na cobertura de esportes em televisão:

> *(...)isso vai cair naquela velha discussão sobre se o jornalista precisa ou não do diploma. Eu acho, por exemplo, que um médico é muito mais hábil* [para] *escrever uma matéria sobre medicina do que eu. Eu acho, que às vezes um político é muito mais competente para escrever sobre política do que eu, porque se eu tiver que escrever uma matéria sobre política eu vou ter que varar uma semana para estudar política, e eu não sei nem o que é o PMDB o PSDB, para mim muda uma muda e olhe lá, e para por aí, sobre política... Então, se você falar para mim "você quer fazer uma matéria sobre política ou eu posso dar para o Maluf escrever?", meu, passa para o Maluf.* (trecho da fala de uma jornalista da amostra dos freelancers no grupo de discussão)

Como se pode verificar, a jovem jornalista não tem uma visão coletiva de sua profissão, não consegue discernir que seu papel como profissional especializado é exatamente o de pesquisar, buscar formas discursivas de aproximar todos os temas possíveis do cidadão comum. É exatamente o papel do jornalista que ela nega.

São esses valores contraditórios, enunciados pelos discursos dessas duas profissionais, que circulam no mundo do trabalho do jornalismo e que os estudos da comunicação não podem menosprezar, pois eles compõem o produto final jornalístico devolvido à população.

As condições precárias de trabalho só fazem recrudescer essas disputas ideológicas e enfraquecem as conquistas democráticas. Está na ordem do dia em nosso país aprofundar as diferenças estruturais entre liberalismo e democracia.

Sobretudo destacar que a democracia deva ter como pressuposto o direito humano à informação e ao trabalho decente.

Considerações finais

A abordagem do binômio comunicação e trabalho mostra-se pertinente e frutífera, porque possibilita entrar no mundo do trabalho via os relatos de quem trabalha e reconstruir por meio deles os fios da rede de relações que se estabelecem na sociedade. Essa abordagem mostra os processos de comunicação, os problemas e desafios para o exercício profissional, permite entender a amplitude e os limites de pontos de vista que permeiam o universo ideológico daqueles que trabalham, e revela os valores a partir dos quais os jornalistas contam e editam o mundo para a sociedade.

Os resultados permitem afirmar que as dificuldades da aceleração dos tempos do trabalho, da variedade de plataformas e da convergência de mídias recrudescem problemas que não são exatamente novos, mas para os quais os jornalistas não conseguem vislumbrar solução. Dizem respeitos às orientações deontológicas da profissão, da ética jornalística no tratamento com as fontes, à visão voltada para o interesse público e não ao interesse do público cliente. Tais dificuldades são enunciadas na contraposição: *manter os fundamentos* ou atender à *loucura* dos ritmos e demandas do trabalho.

A formação generalista e com forte repertório humanista é aspecto cada vez mais relevante para a preparação do profissional. Os valores éticos e a responsabilidade com o direito à informação precisam ser reforçados como aspectos fundamentais na formação do jornalista, sobretudo, para ajudá-los a enfrentar as injunções da lógica econômica que teima sobrepor-se à lógica do bem-estar das pessoas. O direito do cidadão à informação, conforme garantem

nossa Constituição e o artigo 19 da Declaração Universal dos Direitos Humanos, é que deve pautar a prática jornalística.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baccega, M. A. (1998) *Comunicação e linguagem*. Discursos e ciência. São Paulo: Moderna.

Bakhtin, M. (1992) *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes.

Barbour, R. (2009) *Grupos focais*. Coleção pesquisas qualitativas. Porto Alegre: Artemed.

Denzin, N. K., Lincoln, Y. S. (2006) *O planejamento da pesquisa qualitativa*. Porto Alegre: Penso.

Dierkes, M., Hofmann, J., & Marz, L. (2000) A evolução tecnológica e a mudança organizacional: estruturas de inovação divergentes. In: OECD. (2000) *As tecnologias do século XXI:* ameaças e desafios de um futuro dinâmico. Lisboa: GEPE.

Figaro, R. (2008) *Relações de comunicação no mundo do trabalho*. São Paulo:AnnaBlume.

Figaro, R. (2012) *O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo*. Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo. São Paulo: CPCT/Fapesp. Acesso em 28/03/2014. Disponível em: http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/wp-content/uploads/relatorio_final_2012.pdf

Folcher, V, Rabardel, P. (2007) Homens, artefatos, atividades: perspectiva instrumental. In: Falzon, P. (ed.) (2007) *Ergonomia***.** São Paulo: Blucher.

Gramsci, A. (1978) *Obras escolhidas***.** São Paulo: Martins Fontes.

Grohmann, R. (2012) *Os Discursos dos Jornalistas Freelancers Sobre o Trabalho:* comunicação, mediações e recepção. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo. Orientador: Roseli Fígaro

Heloani, R. (2008) *Mudanças no mundo do trabalho e impactos na qualidade de vida do jornalista.* Pesquisa de pós-doutorado. ECA-USP/FGV. Comunicação ao Congresso da Federação Nacional dos Jornalista, São Paulo. Acesso 14/03/2014. Disponível em: www.fenaj.org.br/saude/apres_roberto_heloani.ppt

Jensen, K.B.; Jankowski, N.M. (eds.) (1993) *Metodologias cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch.

Lacoste, M. (1995) Parole, activité, situation. In : Boutet, J. (1995) *Paroles au travail*. Paris : L´Harmattan.

Lima, C. N. (2010) *Comunicação e mundo do trabalho do jornalista* **:** o perfil dos jornalistas de São Paulo a partir da reconfiguração dos processos produtivos da informação /São Paulo : C. do C. N. Lima, 313 p. : il. Dissertação (Mestrado) – Escola de Comunicações e Artes/Universidade de São Paulo. Orientadora: Roseli Fígaro.

Marx, K. (1993) *Manuscritos econômico-filosóficos*. (Artur Morão, Trad.) Lisboa: Edições 70.

Schwartz, Y., & Durrive, L. (2007) *Trabalho e ergologia*. Rio de Janeiro: EdUFF.

Schwartz, Y., & Durrive, L (2007) Uso de si e competências. In: Schwartz, Y., & Durrive, L. *Trabalho e ergologia*. Rio de Janeiro: EdUFF.

Schwartz, Y., & Durrive, L (2000) Trabalho e uso de si. *Revista Pro-posições*. Faculdade de Educação, Unicamp, São Paulo, n. 32.

Vigotski, L. S.(2005) *Pensamento e linguagem*. São Paulo, Martins Fontes.