

Migrantes da Comunicação: novas tecnologias, reorganização produtiva do trabalho e adaptação dos comunicadores às novas mídias

Cláudia Nonato

Jornalista, Doutora em Ciências da Comunicação pela ECA-USP, professora dos cursos de Comunicação Social da FIAM FAAM Centro Universitário; editora executiva da revista Comunicação e Educação (ECA-USP) e pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT- ECA-USP).

Resumo: A partir de uma visão transdisciplinar da comunicação, este artigo faz uma breve retomada da trajetória do Migrante da Comunicação, definição para o profissional que migrou de um meio de comunicação a outro, a partir do surgimento de novas mídias, primeiro analógicas; depois, digitais. São situações de trabalho características dos séculos XIX e XX que se modificaram com a virtualidade das redes do século XXI e trouxeram profundas mudanças no mundo do trabalho, novos dilemas e desafios para o profissional de comunicação, sujeito que protagoniza as transformações na sociedade contemporânea.

Palavras-chave: Migrante da Comunicação; profissional de comunicação; mundo do trabalho; sociedade contemporânea

Abstract: From a transdisciplinary view of communication, this article is a brief resume of the history of Migrants Communication, definition for the professional who migrated from one medium to another, from the emergence of new media, first analog; then digital. Work situations are characteristic of the nineteenth and twentieth centuries that changed with the virtuality of the networks and the twenty-first century brought profound changes in the working world, new challenges and dilemmas for professional communication, guy who stars in the transformations in contemporary society.

Keywords: Migrant Communication; professional communication; world of work; contemporary society

1. Introdução

Utilizamos a expressão *Migrante da Comunicação* para definir o profissional que migrou de um meio de comunicação a outro, a partir do surgimento de novas mídias, primeiro analógicas; depois, digitais. São, por exemplo, profissionais da fotografia que migraram para o cinema; trabalhadores do rádio que foram para a televisão e, mais recentemente, jornalistas que migraram dos meios de comunicação tradicionais (impressos, rádio, televisão), para os meios digitais. Situações de trabalho características dos séculos XIX e XX que se modificaram com a virtualidade das redes do século XXI. Tais mudanças trouxeram novos dilemas e desafios para o profissional de comunicação, sujeito que protagoniza as transformações na sociedade contemporânea.

Briggs & Burke (2006) defendem que, seja qual for o ponto inicial da pesquisa, pesquisadores e estudantes de comunicação devem levar em consideração a história; e historiadores, por sua vez, devem levar em conta a teoria e a tecnologia da comunicação. Seguindo essa premissa, faremos neste artigo uma breve contextualização a partir do surgimento das novas tecnologias, desde a Revolução Industrial até a Internet, problematizando, a partir de uma visão interdisciplinar da comunicação, o seu impacto para o mundo do trabalho, principalmente para os comunicadores jornalistas.

2. A comunicação e as revoluções tecnológicas

A comunicação é um conceito que nos remete ao início da civilização, por estar sempre presente nas relações sociais, na luta pela liberdade individual e também pela igualdade dos indivíduos. “A ideia de comunicação é tão ampla que várias situações podem ser definidas sob esse conceito”, afirma Martino (2009, p. 10). Para Dominique Wolton (2012, p. 36), a

comunicação é o complemento e a condição de todas as lutas pelas emancipações do indivíduo, seja pelas liberdades de consciência, pensamento e expressão no Renascimento (século XVI); pela liberdade de Imprensa, nos séculos XVII e XVIII; pelas liberdades de manifestação e participação política, no século XIX; ou pelo surgimento da democracia de massa e da informação para todos, no século XX. Para ele, “não há sociedade aberta nem democrática sem liberdade de informação e de comunicação e as batalhas pela democracia sempre tiveram sua ação inscrita nessa perspectiva de emancipação do homem”.

O sistema técnico, o modelo cultural dominante e a organização econômica são fundamentais para compreender o lugar e o papel da comunicação (Wolton, 2012, p. 14). As mudanças que ocorreram na sociedade a partir das invenções da Revolução Industrial (século XXIII) foram muito mais sociais e culturais que técnicas. Com esses eventos, o trabalho humano foi substituído pelas máquinas; as relações entre capital e trabalho se acirraram e surgiu a chamada Cultura de Massa. Briggs & Burke (2006) afirmam que a “Revolução Industrial” e a “revolução da comunicação” podem ser vistas como parte de um mesmo processo. Eles tratam a chegada do vapor como ponto de partida para acelerar o ritmo das transformações não só tecnológicas, mas também industriais; mudanças que radicalizaram a luta de classes. Karl Marx viu, segundo os autores, a invenção do motor a vapor como “o grande marco da história humana, separando o passado do presente e descortinando um futuro revolucionário” (idem, p. 115); mas, para ele, a verdadeira revolução viria da luta de classes entre capitalistas e proletariado, e não por meio da tecnologia.

O vapor foi substituído cem anos mais tarde pela eletricidade como fonte de energia; as estradas de ferro e navios deram lugar aos automóveis e aviões; o telégrafo, inventado em 1844 por Samuel Morse, foi uma revolução na transmissão de informações e antecedeu o telefone. A capacidade de enviar notícias a longas distâncias foi ampliada com a criação dos cabos submarinos (segunda metade do século XIX), que uniu os continentes. Em 1847 foi inventada a máquina rotativa nos Estados Unidos; um ano depois, o jornal Times, da Inglaterra, criou uma rotativa que imprimia dez mil exemplares por hora. Com a construção das ferrovias, em 1850, foi facilitada a distribuição dos jornais nas regiões de maior população e mais intensa atividade econômica. A fotografia começou a ser usada na imprensa diária em 1880 e antecedeu o cinema. O linotipo, inventado em 1889,

revolucionou as técnicas de composição de página com o uso de tipos de chumbo fundidos para gerar linhas inteiras de texto. Anos mais tarde, do rádio, nascia a televisão, que deu lugar, no século XX, aos computadores. Briggs & Burke (2006, p.15) destacam que a introdução das novas mídias não significou o abandono das mais antigas, pois “ambas coexistem e interagem”. Do mesmo modo, os trabalhadores da indústria da mídia e os comunicadores foram, ao longo da história, adaptando-se e migrando de um meio a outro.

Tais invenções levaram à consolidação do capitalismo industrial, a urbanização mundial, a instalação da sociedade de consumo e a divisão política do globo entre capitalismo e comunismo (França, in Martino, 2009). Além disso, a chegada dos novos meios despertou o interesse por conhecer a sua influência na sociedade, provocando o surgimento das primeiras pesquisas em comunicação, refletindo também o papel central ocupado pela ciência, “que responde cada vez mais pelo progresso e planificação da vida social” (idem, p. 52 e 53).

Concomitantemente à propagação dos meios de comunicação ocorria uma reorganização produtiva do trabalho. Principalmente a partir do século XX, o capitalismo entrou em fase de acumulação de capital, intensificação de trabalho e aumento de produção, levando à criação e introdução de novos instrumentos produtivos, que redefiniram a velocidade e o ritmo impostos ao trabalho: o taylorismo, o fordismo e, mais tarde, o toyotismo. Segundo Ricardo Antunes (2003, p. 36), o binômio taylorismo/fordismo foi “a expressão dominante do sistema produtivo e de seus respectivos processos de trabalho, que vigorou na grande indústria, ao longo praticamente de todo século XX”. Esse sistema baseava-se na produção em massa de mercadorias, que se estruturava a partir de uma produção mais homogeneizada e enormemente verticalizada.

O processo mecânico e repetitivo taylorista/fordista expandiu-se para a indústria automobilística norte-americana e transformou a produção industrial capitalista, difundindo-se posteriormente para o setor de serviços e para outros países capitalistas. Ainda segundo Antunes (2003, p. 38), representou “a forma mais avançada da racionalização capitalista do processo de trabalho ao longo de várias décadas do século XX”. Os dois métodos aumentaram a produção e o acúmulo de capital, ao mesmo tempo em que intensificaram o trabalho, provocaram o desemprego e a desqualificação dos operários e, somente no final dos anos 1960, começaram a dar sinais de esgota-

mento. Ambos procuraram administrar a percepção dos trabalhadores, na tentativa de “reordenar a subjetividade no espaço produtivo.” (Heloani, 2003).

Após a Segunda Guerra foi criada na fábrica Toyota, no Japão, uma nova forma de organização do trabalho que logo se espalhou pelas outras indústrias do país: o toyotismo. Diferentemente do binômio taylorista/fordista, que produzia em série, o novo método utiliza uma produção variada e homogênea, vinculada à demanda. Têm uma estrutura horizontalizada e adota o trabalho em equipe, com multivariada de funções, além de estruturar a produção num processo produtivo flexível, que possibilita que um operário controle várias máquinas ao mesmo tempo (Antunes, 2003). O novo sistema procurou o melhor aproveitamento possível da produção, seguindo o princípio do just in time, e importou o método e as técnicas de gestão dos supermercados americanos, que deram origem ao kanban, cuja lógica de reposição dos produtos obedece à pós-venda. “O toyotismo também ofereceu uma resposta à crise financeira japonesa do pós-guerra, aumentando a produção sem aumentar o contingente de trabalhadores”, completa Antunes (p. 55).

Esses novos processos de organização, também chamados pós-fordistas, tinham como objetivo uma mão de obra capaz de trabalhar com tecnologias e processos mais flexíveis, para atender à demanda do mercado, sem que houvesse mudança de equipamentos. A partir daí houve uma reestruturação do mercado de trabalho, ou a transição do fordismo para a acumulação flexível que, segundo Harvey (1996, p. 140), “envolve rápidas mudanças dos padrões de desenvolvimento desigual, tanto entre setores como entre regiões demográficas, criando, por exemplo, um vasto movimento no emprego no chamado ‘setor de serviços’, bem como conjuntos industriais completamente novos em regiões até então subdesenvolvidas”.

Tais métodos foram adaptados ao Ocidente principalmente a partir da década de 1980, época em ocorreram profundas transformações no mundo do trabalho de países de capitalismo avançado, trazendo para a sociedade contemporânea a chamada reestruturação produtiva. Essas modificações abalaram não só a materialidade, como a subjetividade da classe-que-vive-do-trabalho, mas também a sua forma de ser (Antunes, 1999). Além disso, essa flexibilização da organização do trabalho tem consequências diretas na compressão do espaço-tempo (Harvey, 1996). Mais adiante, veremos em detalhes como essas mudanças afetaram o mundo do trabalho dos comunicadores- jornalistas na atualidade.

A Revolução da tecnologia é também considerada o ponto de partida das mudanças da nova economia. Com o surgimento da Internet e o conceito de sociedade em rede (Castells, 1999), a dinâmica social passa a ter uma nova centralidade. Muda a geografia da rede (todo o mundo pode se conectar); a concentração está nos provedores de acesso; há uma divisória digital, com separação entre os que possuem acesso à rede e os que não o tem; há também modificações nas sociabilidades entre as pessoas e transformações nos meios de comunicação.

Antunes (2009, p. 235) enumera as principais “metamorfozes” provenientes da reestruturação produtiva do capital: a) a redução dos trabalhadores das fábricas, os operários, metalúrgicos, aqueles que representavam a estabilidade, “dando lugar a formas mais regulamentadas de ocupação”; b) Em contrapartida, há o aumento das modalidades de trabalho precarizado (terceirizados, subcontratados, etc.); c) o aumento da mão-de-obra feminina em países avançados e também na América Latina; d) expansão dos assalariados do setor de serviços (provavelmente aqueles provenientes das indústrias); e) exclusão dos jovens e também daqueles considerados “idosos” (com idade em torno de quarenta anos) do mercado de trabalho, ao mesmo tempo em que ocorre uma inclusão precoce de crianças; f) a expansão de “formas alternativas de ocupação”, em empresas do terceiro setor, com perfis mais comunitários, motivadas pelo trabalho voluntário; g) o crescimento do trabalho à domicílio. O autor mostra, também, o surgimento de novas modalidades precarizadas de trabalho, como as operadoras de telemarketing e os motoboys, entre outros, que constituem o que a autora Ursula Huws chamou de “cibertariado”, ou “o novo proletariado da era da cibernética que vivencia um trabalho (quase) virtual em um mundo (muito) real” (idem, p. 237).

São as novas configurações do mundo do trabalho, que se transformaram a partir do avanço do capitalismo e da globalização, e atingem profundamente todos os campos profissionais, especialmente, aqueles da Comunicação.

Diante dessas mudanças, o comunicador é o personagem/sujeito sensível à geografia móvel da informação. Ao observarmos, principalmente, o trabalho do jornalista, identificam-se mudanças nos meios de produção, nas funções e no local de trabalho desse profissional. As informações noticiosas que antes se davam dentro das redações, hoje estão além das fronteiras provocando uma migração não só do lugar de produção, como também dos produtores (Cavenaghi e Baldessar, 2012). E a consequência dessa grande

transformação se faz presente na relação do profissional com o espaço, com o tempo do trabalho e com o produto de seu trabalho: a informação jornalística.

Para Castells, a geografia própria trazida pela Internet, feita de redes e nós que processam os fluxos de informação, gerados e administrados a partir de lugares, resulta em uma nova forma de espaço, mas não desprovida de lugar. Zygmunt Bauman (1999, p. 19) considera que “o aparecimento da rede mundial de computadores pôs fim - no que diz respeito à informação - à própria noção de ‘viagem’ (e de distância a ser percorrida), tornando a informação instantaneamente disponível em todo planeta, tanto na teoria como na prática”. Para ele, a velocidade dos meios de comunicação e o crescente desenvolvimento das tecnologias encurtaram as distâncias, que já “não importam, ao passo que a ideia de fronteira geográfica é cada vez mais difícil de sustentar no ‘mundo real’”.

Martín-Barbero (2004) afirma que as novas tecnologias de comunicação estão “transtornando a economia do tempo”. Para ele, durante séculos as mudanças foram muito lentas - e havia tempo de sobra para passar informações e histórias entre as gerações.

Hoje, no entanto, estamos vivenciando a entrada de outro regime de tempo. Bauman (1999, p. 22) enriquece a discussão sobre os fenômenos da globalização, como mobilidade, espaço e tempo, a noção de local e global, procurando entender as tensões existentes na pós-modernidade. Para o autor, a velocidade dos meios de comunicação e o crescente desenvolvimento das tecnologias encurtaram as distâncias, que já “não importam, ao passo que a ideia de fronteira geográfica é cada vez mais difícil de sustentar no ‘mundo real’”. Bauman usa a metáfora “líquido” para descrever a época atual, em que a Pós-modernidade (e também o mundo virtual) altera o cotidiano e o modo de relacionamento entre os indivíduos. Para Martino (2009, p. 234), “em um tempo líquido, as ligações deixam de lado a linearidade direta para ganhar novas configurações”, como a duração de um vínculo afetivo, por exemplo.

Nos últimos séculos, o mundo do trabalho passou por diversas transformações, em decorrência do crescimento do capitalismo, da revolução informacional, da chegada das novas tecnologias e da globalização. Essas transformações naturalmente se refletiram no trabalhador e na sua relação com o mundo do trabalho, especialmente entre os comunicadores jornalistas.

3. Mudanças no trabalho do comunicador-jornalista a partir das novas tecnologias

Briggs e Burke (2006, p. 263) afirmam que, embora o surgimento dos novos meios de comunicação tenha sido revolucionário, o velho e o novo coexistiram e nenhum meio eliminou o outro. Mesmo com os automóveis, a ferrovia continua a ser um importante meio de transporte nos países do Primeiro Mundo; a televisão não suplantou o rádio, que permanece como veículo predominante em países do Terceiro Mundo e, mesmo com a avalanche de e-mails que recebemos e enviamos todos os dias, as cartas ainda são enviadas pelo correio. Mas, “à medida que os avanços tecnológicos se aceleravam cada vez mais (com períodos de calmaria), as antigas tecnologias eram desafiadas, e, acima de tudo, sua estrutura institucional precisava ser repensada”.

Os trabalhadores/sujeitos precisaram vencer desafios e repensar posições, para poderem se adaptar - e sobreviver - aos novos tempos. Assim como os funcionários das ferrovias, da indústria cinematográfica, do rádio, da televisão, os jornalistas estão em fase de transição, não só tecnológica, mas também cultural, de relações pessoais, liberdades individuais. A explosão de técnicas ocorrida no século passado mudou consideravelmente o estatuto da comunicação (Wolton, 2012). A eficácia dos meios melhorou o acesso à informação e transformou os valores da sociedade, mas, ao mesmo tempo, afetou profundamente alguns setores profissionais. E o jornalismo é um exemplo disso.

Hoje a informação está no topo da escala de valores da Sociedade. É a principal moeda de troca, em que é obrigatório conhecer e saber compartilhar as informações, saber usufruir o conhecimento como um todo, não apenas como benefício próprio. Vários autores já registraram as mudanças ocorridas em decorrência da valorização da informação em todos os setores. No livro “Comunicación y Poder” (2009), Manuel Castells aborda a mudança da política por meio da transformação da comunicação; para ele, a economia de nosso tempo apresenta um novo tipo de capitalismo, voltado para a informação. Ramonet (2004) afirma que passamos para um mundo do “imediatismo, do instantaneísmo”, sem tempo para estudar a informação. Para ele, a informação, cada dia mais gratuita, é paga, na verdade, pela publicidade. E a empresa jornalística deixou de vender informação para vender consumidores a seus anunciantes. Além de reconfigurar de forma radical os meios e o conjunto de comunicação, para Bernardo Kucinski (2012), a

era virtual revolucionou as formas de socialização do ser humano, as práticas políticas e o modo pelo qual as novas gerações se relacionam com o saber.

Os avanços das tecnologias e das novas mídias na sociedade contemporânea também criaram uma cultura multimídia, em que a espetacularização e o consumo são mais valorizados a cada dia. Além disso, a comunicação está concentrada nas mãos de poucos grupos empresariais e transnacionais, megagrupos midiáticos que priorizam estratégias mercadológicas e visam ao lucro; além disso, controlam a produção e a difusão das informações e do entretenimento. No Brasil não é diferente: as empresas de comunicação e/ou entretenimento do país estão nas mãos de poucos grupos familiares, que monopolizam a informação no país. É a mercantilização da mídia. Para Dênis de Moraes (2004, p. 187), “as corporações de mídia e entretenimento exercem um duplo papel estratégico na contemporaneidade”, por legitimar o ideário global e transformá-lo em discurso social hegemônico, “propagando visões de mundo e modos de vida que transferem para o mercado a regulação das demandas coletivas”.

O pesquisador Tim Wu (2012, p. 45) afirma que os conglomerados são a forma organizacional dominante nas indústrias da informação do final do século XX e começo do século XXI. Para ele, “não é possível entender as comunicações nem a indústria cultural norte-americana ou global sem compreender o conglomerado”. Fato é que, nos últimos anos, movimentações bilionárias agitaram o mercado, com fusões não apenas nas áreas de mídia e entretenimento, como também de grupos editoriais; no mercado da arte e dos grandes eventos esportivos, cujas competições e seu poder de divulgação televisiva, “viraram nichos econômicos no mercado global”.

Para o jornalismo, não há dúvidas de que as novas mídias trouxeram maior agilidade. Alargaram a noção de notícia em tempo real que o rádio inaugurou e a televisão se esforça por desempenhar. A informação em tempo real do Twitter, do Blog, do Facebook e dos smartphones tem especificidade e conta com um novo protagonista, o cidadão comum, testemunha do fato, que alerta com sua mensagem de texto, imagem ou som, a comunidade e os meios de comunicação sobre o acontecimento. Trouxeram também os embates geracionais entre os jovens nascidos na era da internet, os nativos digitais (Prensky, 2001) e os imigrantes digitais, jornalistas maduros que precisaram se adaptar à polivalência dos novos tempos.

A chegada da internet e a aceleração geral da informação provocaram também transformações es-

truturais no jornalismo, trazendo problemas para o sistema democrático, como aponta o jornalista Ignacio Ramonet (2013, p. 54). Primeiro, porque os meios de comunicação estão se colocando a serviço dos interesses dos grupos que os controla, fazendo com que a imprensa perca a sua credibilidade; além disso, há um problema econômico deficiente, pois “a imensa maioria dos meios digitais não é rentável, e o mesmo acontece com a mídia convencional (imprensa, rádio, televisão, informação), cada vez menos lucrativa”.

A industrialização, os interesses financeiros e as transformações tecnológicas fizeram com que os profissionais do jornalismo precisassem repensar a sua atuação. Divididos entre manter a credibilidade, os ideais do jornalismo e o emprego, atrelados a questões econômicas, políticas e mercantilistas, renderam-se a um novo papel. Transformaram-se, segundo Leandro Marshall (2003, p. 32), em máquinas de produzir informação, “um operário com demandas estipuladas e prazos de entrega a cumprir”. Para Ciro Marcondes Filho (2009, p. 164), a alta velocidade de circulação de informações, adotada pelas redações juntamente com os processos “hipertaylorizados” de utilização da mão de obra jornalística, fizeram com que “o homem ou o homem-máquina tenha de trabalhar à velocidade do próprio sistema”.

O autor ainda destaca que a alta rotatividade dos profissionais nas empresas de comunicação provoca uma “seleção natural” na redação, fazendo com que permaneçam apenas aqueles que dão conta das demandas citadas acima. Com isso, extinguíram-se os profissionais experientes e especialistas. “Temos uma multidão de bons redatores, capazes de passar por todas as redações e mesmo funcionar como editores delas, sem que se projete qualquer nome individualmente”, completa Marcondes Filho.

4. O perfil e as exigências do mundo do trabalho do comunicador

A pesquisa *Comunicação e Trabalho: as mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação*¹ mostrou, em suas conclusões, que o mercado de trabalho para o comunicador exige um profissional com diversas habilidades em multiplataformas; também com noções de marketing e de administração,

¹ Realizada entre 2006 e 2008 pelo Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), da ECA/USP, com o apoio da FAPESP. Disponível em

<http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2005-2007/>

visto que se prioriza o consumidor e os públicos mais diversos. Sobre as relações de trabalho, a pesquisa apontou que elas ficaram mais competitivas, e nem sempre com respaldo em valores éticos, pois a concorrência e as condições contratuais precárias deixaram os profissionais em situação de desvantagem.

A pesquisa mostrou ainda que o comunicador está dividido entre a função de informar sobriamente os fatos e atender as demandas de um mercado de trabalho cada vez mais competitivo, cujas regras vão ao encontro da precarização do trabalho (terceirização, pessoa jurídica) e da polivalência do profissional. O repórter, que no século passado era apenas um cidadão curioso e cheio de ideais, sem formação específica, deu lugar ao jovem recém-formado na faculdade de jornalismo, oriundo de camadas privilegiadas da população. A figura do jornalista mais experiente, que antes repassava informações e conselhos para os mais novos, não existe mais, assim como diagramadores, revisores, secretários de redação e *past-ups*.

Focada no universo dos jornalistas, a 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* (Figaro et al, 2013) aponta que mudou o perfil profissional do jornalista: ele é jovem, do sexo feminino, de etnia branca, de classe média, sem filhos, curso superior completo e especialização (pós-graduação). A maioria dos profissionais está distante das redações dos grandes jornais, trabalhando nas assessorias de comunicação; ingressou na profissão nos últimos 15 anos, o que demonstra que entrou na profissão quando as reformas trazidas pelo computador e a internet estavam se efetivando. A partir do quadro de reorganização do mundo do trabalho, os jornalistas tornaram-se multifuncionais e polivalentes, obrigados a atuarem em várias funções, além de dominar as mídias sociais e a linguagem da Internet. O profissional está desafiado pela instantaneidade protagonizada pelos novos meios, o que o obriga a operar com novas noções de tempo e espaço. Hoje, poucos conseguem registro na carteira de trabalho. Os autônomos ganham por projetos, trabalhos ou textos. As relações de trabalho mudaram completamente com a proliferação dos “PJs”, ou Pessoas Jurídicas. Com o auxílio das novas tecnologias, os jornalistas hoje trabalham em casa ou têm um pequeno escritório, onde oferecem os seus serviços, arcando com todos os próprios encargos trabalhistas. Além disso, exercem funções executivas, de gerência. Muitos jornalistas são freelancers e trabalham para vários lugares ao mesmo tempo, com vínculos empregatícios precários.

As relações de trabalho do jornalista se precarizam na mesma proporção que a profissão se valoriza, por conta das transformações já citadas na sociedade da informação. Os comunicadores-jornalistas hoje são profissionais requisitados em todas as áreas, inclusive como gestores; apresentam múltiplas habilidades, escrevem para jornais impressos, sites de internet, blogs, revistas, rádio e televisão, convivem em um ambiente de trabalho muito mais competitivo, com grandes exigências e baixos salários. O jornalista não é um profissional simplesmente técnico e vinculado ao emprego. Ele é jornalista em tempo integral. Está sempre envolvido com os fatos, onde quer que esteja, é mais sensível, capaz de perceber o que o envolve no cotidiano. O jornalista investe todos os seus saberes (investidos e constituídos) no trabalho. Todos os seus investimentos, no campo afetivo e pessoal, vão para a profissão. Ele não vê o trabalho apenas como vínculo, gosta do que faz, mas sofre – como qualquer ser humano - quando não tem nada em troca, ou melhor, quando tem a sua saúde, a sua qualidade de vida prejudicada pelo trabalho.

Por fim, a pesquisa também mostrou que as redes sociais têm sido uma ferramenta de trabalho importante para os jornalistas. Para buscar fontes, informações de pessoas, famosos, celebridades e até desconhecidos, utiliza-se como aliado o Facebook, o LinkedIn e o Twitter, ferramentas que tornaram muitas agendas obsoletas. A notícia em tempo real do webjornalismo, do blog, está à frente da notícia que circula nos demais veículos e também em relação ao poder que hoje uma parcela da população tem de contestar, de criticar, ou de “furar” as empresas de comunicação. Modificaram-se as relações de valor e poder da sociedade contemporânea: fatores como reputação, credibilidade e visibilidade tornaram-se moeda de troca extremamente valorizados, principalmente após o surgimento das redes sociais.

5. Considerações finais

A instantaneidade protagonizada pelos novos meios de comunicação trazem novos elementos e maiores desafios para os jornalistas, que estão sempre dispostos a encarar as novidades. Wolton (2012, p. 94 e 95), afirma que essas mudanças não são somente técnicas, mas também culturais. Para ele, “a revolução da comunicação engloba tudo por onde passa, integrando cada vez mais serviços, abrindo possibilidades de interação em todas as direções”, mas é preciso “distinguir o que diz respeito à performance da técnica e o que provém da capacidade humana e

social da comunicação”. O inédito, sempre presente na atividade humana, vai trazendo novos gêneros, novos elementos no valor notícia, fontes, nova rotina organizacional de vida e trabalho, empenho, sensibilidade e reconhecimento. São novas adaptações a serem enfrentadas pelos migrantes da comunicação.

Referências

ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho? Ensaio sobre as Metamorfoses e a Centralidade do Mundo do Trabalho*. São Paulo: Cortez Editora, 1999.

_____. *Os sentidos do trabalho. Ensaio sobre a afirmação e negação do trabalho*. 6ª ed. São Paulo: Boitempo, 2003, p. 36.

_____; BRAGA, Ruy. *Infoproletários. Degradado real do trabalho virtual*. São Paulo: Boitempo, 2009.

BAUMAN, Zygmunt. *Globalização: as consequências humanas*; tradução Marcos Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1999, p. 19 a 22.

BRIGGS, Asa & BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutenberg à Internet*. 2ª ed. - Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

CASTELLS, Manuel. *Comunicación y poder*. Madri: Alianza Editorial, 2009

_____. *A sociedade em rede. A era da informação: economia, sociedade e cultura*; v.1. São Paulo: Paz e Terra, 1999

CAVENAGHI, Beatriz de A; BALDESSAR, Maria José. *Jornalismo móvel – espaço de lugares e não-lugares e de novas práticas profissionais*. Artigo publicado nos anais do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação (Intercom), 2012.

FIGARO, Roseli, NONATO, Claudia, GROHMANN, Rafael. *As mudanças no mundo do trabalho dos jornalistas*. São Paulo: SALTA/ATLAS, 2013.

FRANÇA, Vera V. In MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: edições Loyola, 1996, p. 140.

HELOANI, J. Roberto. *Mudanças no mundo do trabalho e impacto na qualidade de vida do jornalista*. São Paulo, Fundação Getúlio Vargas, NPP – Série Relatórios de Pesquisa – Relatório no12/2003

KUCINSKI, Bernardo. *A nova era da comunicação: reflexões sobre a atual revolução tecnológica e seus impactos no jornalismo*. Revista Estudos em Jornalismo e Mídia. Vol. 9, No. 1 – janeiro a junho de 2012, p. 4 a 16. Disponível em: <http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/19846924.2012v9n1p4/2223> Acesso em 22 de agosto de 2014.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista. O desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009. (Coleção Comunicação), p 164.

MARSHALL, Leandro. *O Jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus, 2003, p. 32

MARTÍN - BARBERO, Jesús. *Ofício de Cartógrafo*. Traveessias latino-americanas da comunicação na cultura. São Paulo:edições Loyola, 2004.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Teoria da Comunicação: ideias, conceitos e métodos*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009

MORAES, Denis. *Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização cultural e poder*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004, p. 187.

PRENSKY, Marc. *Nativos Digitais, Imigrantes Digitais*. On the Horizon (NCB University Press, Vol. 9 No. 5, Outubro 2001), disponível em <http://crisgorete.pbworks.com/w/file/fetch/58325978/Nativos.pdf> Acesso em 29/11/2014

RAMONET, Ignacio. In MORAES, Denis (Org.). *Por uma outra comunicação. Mídia, mundialização cultural e poder*. 2ª ed. Rio de Janeiro: Record, 2004

_____; e SERRANO, Pascual. *Mídia, poder e contrapoder. Da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013, p. 54.

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*; trad: Isabel Crossetti. Porto Alegre: Sulina – 3ª edição, 2012

WU, Tim, 2012, apud MORAES, Dênis de (Org.) RAMONET, Ignacio; SERRANO, Pascual. *Mídia, poder e contrapoder. Da concentração monopólica à democratização da informação*. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013.