



Centro de Pesquisa
**Comunicação
& Trabalho**



ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO



RELATÓRIO DE PESQUISA

Como trabalham os
comunicadores no contexto de
um ano da pandemia de Covid-19

**...1 ANO E
500 MIL MORTES
DEPOIS**

Coordenação

Roseli Figaro

Pesquisadores

Ana Flávia Marques
Camila Acosta Camargo
Claudia Nociolini Rebechi
Daniela Ferreira de Oliveira
Jamir Kinoshita
Janaina Visibeli Barros
João Augusto Moliani
Naiana Rodrigues da Silva
Yonara Aparecida Santana

ISBN: 978-65-88640-35-7



2021

Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – CPCT

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP)

Cadastrado no CNPq desde 2004

Av. Prof. Lucio Martins Rodrigues, 443, 2º andar, sala 229

Cidade Universitária – São Paulo/SP

Site <http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho>

Facebook <https://www.facebook.com/cpctusp/>

E-mail comunicacaoetrabalho@gmail.com

Catálogo na Publicação

Serviço de Biblioteca e Documentação

Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo

R382 Relatório da pesquisa - Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19 [recurso eletrônico] : ...1 ano e 500 mil mortes depois / coordenação Roseli Figaro – São Paulo : ECA-USP : Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho, 2021.
150 p. : il.

ISBN 978-65-88640-35-7

1. Comunicadores. 2. Trabalho - Aspectos sociais. 3. Teletrabalho. 4. Pandemia - Impactos sociais. 5. Covid-19 - Impactos sociais. I. Figaro, Roseli.

CDD 23.ed. – 302.2

Elaborado por: Alessandra Vieira Canholi Maldonado CRB-8/6194

Está autorizada a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte. Proibido qualquer uso para fins comerciais.



Coordenação

Profª Dra. Roseli Figaro

[Currículo lattes](#) | [Orcid](#)

Autores

Ana Flávia Marques

Camila Acosta Camargo

Claudia Nociolini Rebecchi

Daniela Ferreira de Oliveira

Jamir Kinoshita

Janaina Visibeli Barros

João Augusto Moliani

Naiana Rodrigues da Silva

Roseli Figaro

Yonara Aparecida Santana

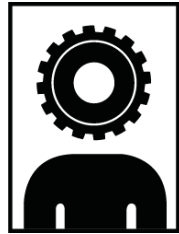
Bolsistas de Iniciação Científica

Juliana Reis Nogueira de Lima

Laura da Silva Santos

Editora

ECA-USP



Centro de Pesquisa
**Comunicação
& Trabalho**

Fundado em 2003 e credenciado pelo Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho busca compreender como a comunicação organiza, constrói e transforma redes de sentido em um mundo do trabalho em permanente mudança. A partir da abordagem teórico-metodológica do binômio comunicação e trabalho, realiza estudos com a participação de professores, pesquisadores, alunos de pós-graduação e bolsistas de iniciação científica.

PESQUISADORES DO CPCT

Ma. Ana Flávia Marques

Prof^a Ma. Camila Acosta Camargo

Prof^a Dra. Claudia Nonato

Prof^a Dra. Claudia Rebecchi

Prof^a Ma. Daniela Ferreira de Oliveira

Prof. Dr. Fernando Felício Pacchi Filho

Prof^a Dra. Janaína Visibeli Barros

Prof. Me. Jamir Kinoshita

Prof. Dr. João Augusto Moliani

Bolsista de Iniciação científica Juliana Reis Nogueira de Lima

Bolsista de Iniciação científica Laura da Silva Santos

Prof^a Ma. Naiana Rodrigues da Silva

Prof. Dr. Rafael do Nascimento Grohmann

Coordenadora Profa. Dra. Roseli Figaro

Prof. Dr. Thales Vilela Lelo

Especialista, mestranda Yonara Aparecida Santana

REALIZADORES E APOIADORES

A pesquisa foi realizada pelo **Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho – CPCT** da ECA-USP/CNPq, no período de 5 a 30 de abril de 2021, com apoio das seguintes instituições parceiras, às quais agradecemos:

- Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo ([SBPJor](#))
- Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e de Relações Públicas ([Abrapcorp](#))
- Associação Brasileira de Ensino de Jornalismo ([ABEJ](#))
- Associação Brasileira de Comunicação Pública ([ABCPública](#))
- Associação Cearense de Agentes Digitais ([ACADi](#))
- Associação Mineira de Propaganda ([AMP](#))
- Associação Profissão Jornalista ([APJor](#))
- Centro de Estudos da Mídia Alternativa [Barão de Itararé](#)
- Conselho Federal de Relações Públicas ([Conferp](#))
- Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas 2ª Região ([CONRERP 2ª Região – SP/PR](#))
- Federação Nacional dos Jornalistas ([FENAJ](#))
- Grupo de Pesquisa e Estudos das Poéticas do Cotidiano - EPCO/UEMG
- Grupo de Pesquisa Práxis de Jornalismo ([PráxisJor](#))
- [Jornalistas&Cia](#)
- [Oboré](#) Projetos Especiais
- [Portal dos Jornalistas](#)
- Sindicato das Agências de Propaganda de Minas Gerais ([Sinapro-MG](#))
- Sindicato dos Jornalistas no Ceará ([Sindjorce](#))
- Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado da Bahia ([Sinjorba](#))
- Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo ([SJSP](#))
- Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Minas Gerais ([SJPMG](#))
- Sindicato dos Publicitários, Agenciadores de Propaganda e Trabalhadores em Empresas de Publicidade do Estado do Rio Grande do Sul ([SINPAPTEP-RS](#))
- Sindicato dos Trabalhadores em Empresas de Radiodifusão e de Publicidade no Estado da Bahia ([SINTERP/BA](#))
- Sindicato dos Trabalhadores em Empresa de Radiodifusão, Televisão, Publicidade e Similares do Estado de Mato Grosso do Sul ([Sintercom/MS](#))
- Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação ([Intercom](#))

LISTAS DE ILUSTRAÇÕES

Tabelas

Tabela 1: As dez cidades com o maior volume de participantes nesta pesquisa	23
Tabela 2: Os Estados brasileiros e o número de cidades com participantes na pesquisa	24
Tabela 3: Organização onde se trabalha	39
Tabela 4: Relação das indicações principais das profissões dos respondentes	41
Tabela 5: Relação com todas as indicações profissionais dos respondentes	43
Tabela 6: Clusters das identificações profissionais	44
Tabela 7: Relações Públicas.....	46
Tabela 8: Publicidade e Propaganda	47
Tabela 9: Cinema, Audiovisual, Rádio e TV, Artes Visuais.....	48
Tabela 10: Formações diversas fora do campo da Comunicação	49
Tabela 11: Produtores de conteúdo para mídias sociais	51
Tabela 12: Jornalismo na Grande Mídia.....	53
Tabela 13: Jornalismo em agência de comunicação, agência de marketing digital, agência de publicidade, assessoria de Imprensa	55
Tabela 14: Jornalismo em empresa privada no departamento/área de comunicação	56
Tabela 15: Jornalismo em empresa pública no departamento/área de comunicação, Setor público, órgão governamental ou empresa estatal	57
Tabela 16: Jornalismo no setor público, órgão governamental ou empresa estatal.....	58
Tabela 17: Jornalismo em Sindicatos	59
Tabela 18: Terceiro setor (ONGs e Fundações privadas)	59
Tabela 19: Ensino	60
Tabela 20: Lista das 20 palavras mais citadas	67
Tabela 21: Exemplo de Termos Derivativos	67
Tabela 22: Agrupamentos de palavras mais citadas	69
Tabela 23: Avaliação sobre o trabalho remoto em <i>home-office</i>	71
Tabela 24: Sim é serviço essencial para a saúde pública	79
Tabela 25: Essencial na transmissão de informação, democracia e informação como um direito	79
Tabela 26: Essencial no combate à desinformação	80
Tabela 27: Essencial para a empresa, marca e lucro.....	80
Tabela 28: Essencial para a “comunicação interna”	81
Tabela 29: Essencial para a própria subsistência	82
Tabela 30: Comparação entre saúde e comunicação na pandemia	82
Tabela 31: Relação entre trabalho ser essencial e ser realizado presencialmente	83
Tabela 32: Não é essencial	83
Tabela 33: Itens de aumento de despesas.....	88
Tabela 34: Atividades realizadas com o WhatsApp	91
Tabela 35: Aplicativos para a comunicação e organização no trabalho	94
Tabela 36: Classificação da avaliação de uso dos aplicativos	98
Tabela 37: Classificação do sentimento de segurança e privacidade	100
Tabela 38: Jornada de trabalho antes da pandemia	102
Tabela 39: Jornada de trabalho no contexto de um ano da pandemia*	103

Tabela 40: Permanecerá após a pandemia	109
Tabela 41: Constrangimentos percebidos no trabalho	112
Tabela 42: Medo de adoecimento e morte por causa da Covid-19.....	124
Tabela 43: Medos relacionados ao trabalho devido à pandemia	124
Tabela 44: Medos relacionados à situação econômica e política do Brasil	124
Tabela 45: Medos relacionados à vida pessoal.....	124
Tabela 46: Medos relacionados ao controle da pandemia por parte do Governo	125
Tabela 47: Lista das 20 palavras mais citadas sobre os medos na pandemia.....	128
Tabela 48: Exemplo de Termos Derivativos – Medos na pandemia	129
Tabela 49: Lista das 20 palavras mais citadas - Agrupamentos	130
Tabela 50: Categoria I Desafios e vivências do trabalho remoto durante a pandemia de Covid-19.....	131
Tabela 51: Categoria II Impactos na saúde dos trabalhadores	132
Tabela 52: Categoria III -Questões relacionadas à renda, ao emprego e às perspectivas profissionais	133
Tabela 53: Categoria IV - Angústias e dilemas profissionais causadas pelas ações de empregadores e do governo	134
Tabela 54: Categoria V - Sofrimentos no trabalho e na vida pessoal devido à pandemia de Covid-19	135
Tabela 55: Categoria VI - O trabalho na área da comunicação.....	136
Tabela 56: Categoria VII - Percepções positivas de trabalhadores sobre a atuação de seus empregadores quanto à pandemia de Covid-19.....	137
Tabela 57: Lista das 20 palavras mais citadas sobre experiência de trabalho na pandemia....	139
Tabela 58: Exemplo de Termos Derivativos sobre experiência de trabalho na pandemia.....	140
Tabela 59: Lista das 20 palavras mais citadas - Agrupamentos	142

Gráficos

Gráfico 1: Respondeu a pesquisa anterior	18
Gráfico 2: Estado em que reside	20
Gráfico 3: Faixa etária	25
Gráfico 4: Identidade de gênero	26
Gráfico 5: Identidade a partir da cor	27
Gráfico 6: Estado civil	27
Gráfico 7: Renda mensal	28
Gráfico 8: Filhos.....	29
Gráfico 9: Quantidade de residentes no lar	30
Gráfico 10: Perfil dos residentes do lar	31
Gráfico 11: Principal responsável pelas atividades domésticas.....	32
Gráfico 12: Escolaridade.....	33
Gráfico 13: Curso de graduação.....	34
Gráfico 14: Curso de pós-graduação	35
Gráfico 15: Renda e escolaridade	36
Gráfico 16: Trabalho remunerado.....	36
Gráfico 17: Por causa da pandemia de Covid-19	37
Gráfico 18: Organização em que trabalha	40
Gráfico 19: Mudança de município durante a pandemia	62
Gráfico 20: Modalidade de trabalho	63

Gráfico 21: Recursos para desenvolver a atividade de trabalho em <i>home-office</i>	64
Gráfico 22: Compartilha equipamentos com outras pessoas durante <i>home-office</i>	65
Gráfico 23: Propriedade dos meios de trabalho	70
Gráfico 24: Considera trabalho essencial.....	77
Gráfico 25: Vínculo de trabalho	85
Gráfico 26: Despesas relacionadas ao trabalho durante a pandemia	86
Gráfico 27: Gastos que aumentaram durante a pandemia	88
Gráfico 28: Aplicativo para a organização do trabalho	90
Gráfico 30: Jornada de trabalho no contexto de um ano da pandemia	103

Figuras

Figura 1: Palavras mais usadas sobre compartilhar equipamentos	66
Figura 2: Agrupamentos semânticos sobre o compartilhar equipamentos	68
Figura 3: Considera trabalho essencial	78
Figura 4: Utilidade dos aplicativos no trabalho	93
Figura 5: Medos na situação de pandemia	127
Figura 6: Agrupamentos semânticos contaminação/contágio	129
Figura 7: Experiência de trabalho na pandemia	138
Figura 8: Agrupamentos de termos sobre experiência de trabalho na pandemia	141

SUMÁRIO

<u>APRESENTAÇÃO</u>	<u>12</u>
<u>COMO TRABALHAM OS COMUNICADORES NO CONTEXTO DE UM ANO DA PANDEMIA DE COVID-19?</u>	<u>15</u>
OBJETIVOS DA PESQUISA	15
METODOLOGIA	15
<u>RESULTADOS</u>	<u>17</u>
<u>SEÇÃO I – UNIVERSO DE RESPONDENTES</u>	<u>19</u>
FAIXA ETÁRIA, GÊNERO, IDENTIDADE ÉTNICO RACIAL E ESTADO CIVIL	25
RENDA, FILHOS, PESSOAS COM QUEM RESIDE, DIVISÃO DE TAREFAS DOMÉSTICA	28
<u>SEÇÃO II – ESCOLARIDADE, FORMAÇÃO PROFISSIONAL, SITUAÇÃO DE TRABALHO</u>	<u>33</u>
ESCOLARIDADE E FORMAÇÃO PROFISSIONAL, RENDA E ESCOLARIDADE	33
ATIVIDADE REMUNERADA E SITUAÇÃO DURANTE A PANDEMIA	36
<u>SEÇÃO III – TRABALHO E IDENTIDADE PROFISSIONAL</u>	<u>38</u>
ORGANIZAÇÃO ONDE TRABALHA, PROFISSÃO, FUNÇÃO E ATIVIDADES QUE DESENVOLVEM	38
ABRINDO O LEQUE DAS RESPOSTAS	42
OCUPAÇÕES RECONHECIDAS	45
DIVERSIDADE DE COMPETÊNCIAS PARA AS FUNÇÕES: QUADROS COMPARATIVOS DAS FUNÇÕES E ATIVIDADES POR FORMAÇÃO	46
JORNALISMO	53
<u>SEÇÃO IV – MODALIDADE DE TRABALHO NA PANDEMIA DE COVID-19</u>	<u>62</u>
MUDANÇA DE MUNICÍPIO, MODALIDADE DE TRABALHO, RECURSOS EM EQUIPAMENTOS	62
AVALIAÇÃO DO TRABALHO EM <i>HOME-OFFICE</i> DURANTE A PANDEMIA	70
O TRABALHO É ESSENCIAL	77
SERVIÇO ESSENCIAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA	78
O CONTRATO DE TRABALHO E OS CUSTOS COM O <i>HOME-OFFICE</i>	85
AS FERRAMENTAS PARA A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	89

ATIVIDADES DE TRABALHO REALIZADAS COM OS APLICATIVOS	93
AVALIAÇÃO SOBRE OS APLICATIVOS USADOS PARA O TRABALHO	96
SEGURANÇA E PRIVACIDADE DOS DADOS	98
JORNADA E RITMO DE TRABALHO NO CONTEXTO DA PANDEMIA	101
O QUE MUDOU NO TRABALHO DESDE O INÍCIO DA PANDEMIA	106

SEÇÃO V - A SAÚDE DOS COMUNICADORES, 108

CONSTRANGIMENTOS, SOFRIMENTOS E OS MEDOS 108

O QUE PERMANECERÁ DEPOIS DA PANDEMIA?	108
CONSTRANGIMENTOS E SOFRIMENTOS NO TRABALHO	111
A SAÚDE DO COMUNICADOR DURANTE A PANDEMIA	117
OS MEDOS NO CONTEXTO DA PANDEMIA	123
RELATO DE EXPERIÊNCIA DE TRABALHO EM COMUNICAÇÃO DURANTE A PANDEMIA	131

CONSIDERAÇÕES FINAIS 143

REFERÊNCIAS 146

APRESENTAÇÃO

Estamos no segundo ano da pandemia de Covid-19 e no Brasil são mais de meio milhão de mortos. O dramático quadro brasileiro motiva a realização desta segunda¹ rodada da pesquisa: Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Nosso objetivo é acompanhar com dados fidedignos a situação de vida e trabalho dos profissionais da comunicação. O formulário da pesquisa foi divulgado por uma rede de 25 instituições associativas, profissionais e acadêmicas, em parceria com o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA-USP).

Obtivemos 994 respondentes validados, oriundos de todos os Estados do país, do Distrito Federal, um do México e outro da Holanda. As respostas compõem um conjunto de informações sobre as rotinas de trabalho, as condições em que são realizadas, as dificuldades, os desafios e os temores dos profissionais que atuam na área de comunicação.

Eles e elas são profissionais que trabalham no jornalismo, na comunicação das organizações de diferentes perfis, instituições públicas e privadas, internamente ou via agências de comunicação e de publicidade, prestando serviços também a personalidades, autoridades e empresas de mídia. Na produção jornalística, na divulgação científica, no setor de saúde, seja em órgãos públicos ou privados, hospitais, secretarias estaduais ou municipais ou no apoio institucional, os profissionais da comunicação são requisitados e fundamentais.

Neste período de pandemia, o distanciamento social foi adotado como ação profilática principal para evitar ainda mais danos. O mundo do trabalho foi transportado para um universo paralelo de controvérsias sobre o que e como fazer para se manter a atividade laboral.

Nem todos puderam transferir o espaço do trabalho para o ambiente doméstico e adotar o sistema do teletrabalho – o *home-office* – e a modalidade mista também passou a constar nas agendas dos comunicadores.

No entanto, aqueles que atuaram na linha de frente no combate à pandemia, como os profissionais da saúde e tantos outros em atividades fundamentais, – como os do comércio de alimentos e de transporte –, mantiveram o seu trabalho e sofreram mais com a contaminação ou, até mesmo, sucumbiram à doença.

Uma pesquisa realizada pelo Instituto Polis, em São Paulo, constatou que “76,7% dos trabalhadores que vieram a óbito não tinham completado a educação básica”. Entre eles estão as empregadas domésticas e os profissionais da construção civil.

Já os trabalhadores da comunicação têm nos jornalistas o maior número de perdas. Segundo o levantamento da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), nos primeiros três meses de 2021, morreram mais profissionais vítimas da Covid-19 do que em todo ano de 2020.

Como realizadores de trabalho essencial para a sociedade, os trabalhadores da comunicação têm enfrentado todo tipo de dificuldades para manterem-se em atividade. Os resultados da pesquisa que apresentamos neste relatório indicam a necessidade de repensarmos as formas

¹ A primeira pesquisa pode ser consultada no site do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho e está disponível para download em : <http://twixar.me/pH8m>

de organização do trabalho, a urgência de condições dignas e sustentáveis para o exercício profissional e os necessários cuidados com a saúde física e mental desses profissionais.

Alguns dados da primeira fase da pesquisa em 2020

Há um ano, publicamos os resultados do levantamento "[Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia de Covid-19?](#)", realizado entre 5 e 30 de abril de 2020. Na oportunidade, tivemos um retorno de 557 respondentes. A maioria jovens, mulheres, com nível superior de escolaridade, declarando-se jornalistas, assessores de comunicação, relações públicas, publicitários que atuavam em diferentes áreas do campo da comunicação. As modalidades de trabalho em *home-office* e mista (parte presencial, parte por teletrabalho) foram as adotadas por empresas e profissionais, na época.

Os fatores que mais impactaram o trabalho naquele período inicial do afastamento social por causa da pandemia foram o deslocamento do espaço de trabalho para o território doméstico ou na condição dupla que se manifesta na forma mista: alguns dias no presencial e outros no remoto. Essa situação, aparentemente simples, revelou, no entanto, um amplo espectro de questões a serem geridas: a primeira, sem dúvida, é o confronto entre os espaços de trabalho e doméstico. As profissionais mães foram as que mais ressaltaram dificuldades, estresses e tensões na realização dessa gestão.

Ao deslocamento do espaço de trabalho adensa-se um outro problema: a gestão do tempo, da jornada laboral e do seu ritmo. Trabalha-se 24/7, para parafrasear Crary (2016), pois o espaço doméstico e o distanciamento social potencializaram o uso de aplicativos e ferramentas digitais para a realização da atividade profissional. Além da intensificação e aumento da jornada, esses dispositivos trouxeram o embaralhamento entre as atividades digitais voltadas para finalidades privadas e as atividades digitais de gestão e realização do trabalho. Ou seja, tempo e espaço foram transformados. Essa transformação se deu em termos de definição do *quando* e do *onde*; e na percepção do que se faz e não se faz nesse novo *quando* e *onde*. Estão aí implicadas questões cognitivas importantes para entendermos os sentidos do trabalho e a constante sensação de cansaço, estresse e pressão presentes nas declarações dos profissionais.

Outro elemento a ser destacado diz respeito aos instrumentos de trabalho. Na transferência para o espaço doméstico, os equipamentos e as ferramentas de trabalho ficaram às custas dos próprios profissionais, foram poucas as empresas que supriram as necessidades mínimas para a continuidade do trabalho, fornecendo infraestrutura básica: computador, câmera, microfones, softwares, sistemas de gestão, mobiliário, conta de internet, celular entre outros equipamentos necessários.

Desse modo, as condições de trabalho, seu processo de organização e a saúde dos profissionais foram afetadas com o distanciamento social na pandemia. Essas mudanças acarretam a perda no controle do espaço privado do lar, maiores custos para a realização do trabalho, a densificação da jornada e a desorganização de rotinas produtivas e dos coletivos, criando grande desconforto e estresse, exigindo um repensar sobre o mundo do trabalho.

Nas considerações finais da pesquisa de 2020, voltamos nosso olhar para o trabalho digital e para as plataformas por meio das quais o trabalho vem sendo realizado. Certamente, passado mais de um ano em condições de distanciamento social, a atual pesquisa trará novos elementos para avaliarmos o que está acontecendo com a saúde, a organização das rotinas produtivas e

plataformização do trabalho na área da comunicação. Este é um assunto urgente a ser tratado por políticas públicas e pela Universidade.

O Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT), por meio dessa pesquisa, fornece sua contribuição para o entendimento e reflexão desse dramático período de pandemia e suas implicações na vida e na saúde dos comunicadores no mundo do trabalho. Esperamos que esta seja a segunda e última pesquisa sobre o tema. Em 2022, planejamos tratar do período de transformações no mundo do trabalho no pós-pandemia. Boa leitura!

Roseli Figaro
Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho
Escola de Comunicações e Artes
Universidade de São Paulo

COMO TRABALHAM OS COMUNICADORES NO CONTEXTO DE UM ANO DA PANDEMIA DE COVID-19?

OBJETIVOS DA PESQUISA

Trata-se de pesquisa qualitativa, com amostra não estatística, composta por representatividade social, com o objetivo de verificar as condições dos(as) comunicadores(as) no desempenho de suas funções laborais no contexto de um ano da pandemia de Covid-19, no Brasil. Com base no levantamento dos perfis dos profissionais, de suas condições de trabalho, uso das tecnologias, relacionamentos e desafios impostos pela pandemia, pretende-se identificar as dificuldades, carências e soluções encontradas no exercício profissional. Pretende-se, além disso, de forma comparativa entre os anos de 2020 e 2021, entender o que melhorou e o que piorou no período, bem como prospectar reivindicações e soluções a serem buscadas pelos trabalhadores da comunicação.

METODOLOGIA

A investigação foi realizada por meio de um questionário com perguntas de múltipla escolha e com questões abertas para respostas discursivas, em formulário da plataforma Google. O questionário contou com perguntas relativas à autorização dos respondentes para a divulgação dos dados, bem como declaração de interesse em receber os resultados da pesquisa.

As 49 questões do formulário tratam de levantamento de informações sobre o perfil dos respondentes (nome, idade, gênero, identidade étnica, estado civil, filhos, estado e cidade de moradia, número de moradores na residência, escolaridade); dados profissionais (profissão, cargo/função, atividade que desempenha, empresa, vínculo contratual, remuneração); condições do exercício profissional (tipo de veículo em que atua, equipamentos, principais atividades, carga horária), condições de trabalho na pandemia (modalidade da jornada de trabalho: presencial, *home-office*, mista, carga horária, providências da empresa em relação à Covid-19, equipamentos e ferramentas para o trabalho, organização da rotina de trabalho, perda de contrato e/ou redução de salário, avaliação da situação de trabalho), avaliação e sentimento geral sobre as condições de trabalho na pandemia (como tem percebido as mudanças, tipos de constrangimento no trabalho, tipo de adoecimento, como está se sentindo, principais medos e depoimento).

O questionário foi submetido a um pré-teste, cujo retorno propiciou ajustes nas perguntas, sobretudo no que diz respeito à clareza na redação e possibilidades de alternativas de respostas.

A amostra não-probabilística foi construída a partir dos respondentes voluntários que tiveram acesso ao formulário por meio do site e das redes sociais do CPCT e das redes sociais das instituições que apoiaram a pesquisa. A rede de apoiadores foi construída a partir de consulta convite para a parceria. São 25 entidades em diferentes estados do Brasil, de caráter acadêmico,

curso, faculdades, grupos de pesquisa, associações, entidades profissionais, sindicais e associações específicas que divulgaram a seus associados o questionário da pesquisa.

O formulário ficou aberto de 5 a 30 de abril de 2021, exatamente um ano depois do primeiro período da pesquisa. Durante esse espaço de tempo houve ampla divulgação da pesquisa por meio de releases e banners específicos enviados a um extenso *mailing* de veículos de comunicação. Ao final do período foram alcançados 1.018 respondentes.

Geramos a planilha com os dados dos 1.018 participantes para começarmos a verificação da qualidade das informações e identificação de possíveis incongruências. Essa etapa é denominada de limpeza dos dados. Verificamos as seguintes incongruências: a) pessoas responderam duas vezes ao formulário. Nesses casos, conferimos as respostas e retiramos uma delas, considerando a incompletude de dados e a data de acesso ao formulário; b) formulários com resposta incompleta foram excluídos; c) respostas de profissionais que não trabalham com comunicação, também foram excluídas. Encerrada a fase de validação das respostas, obtivemos 994 respondentes validados.

A metodologia de tratamento dos dados utilizou a análise quantitativa das questões fechadas e de múltipla escolha, para as quais foram gerados gráficos e quadros, amalhando os dados numéricos e permitindo afirmações e inferências. Às questões fechadas de múltipla escolha que foram adensadas de comentários nas alternativas “Outros” procurou-se aglutinar os termos mais próximos com base nos campos semânticos/lexicais (ULLMANN, 1973) pertinentes. Essa estratégia também foi usada para as questões abertas, adensada da análise de conteúdo (BARDIN, 1979), buscando a aglutinação semântica e a construção de categorias analíticas, a produção de nuvem de palavras mais citadas e de quadros comparativos.

Há nos resultados, que passamos a enunciar, algumas questões que demandaram notas metodológicas específicas. Elas estão no corpo da análise e acompanham a respectiva questão.

RESULTADOS

Este Relatório apresenta os resultados da pesquisa “Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?”. Com base em um questionário com 49 perguntas fechadas de múltipla escolha e com questões abertas, discursivas, organizou-se um formulário no Google, que ficou disponível para respostas no período de 5 a 30 de abril de 2021. Esse formulário foi divulgado e disponibilizado por 25 instituições parceiras que apoiam a pesquisa e que estão nomeadas nas primeiras páginas deste Relatório. Foram obtidos 994 respondentes validados, oriundos dos 26 Estados brasileiros e do Distrito Federal, cobrindo, portanto, todo o território nacional e abrangendo metrópoles, grandes, médios e pequenos municípios. Também responderam dois comunicadores no exterior, baseados no México e na Holanda.

A título de síntese podemos afirmar que a maioria dos respondentes são mulheres, jovens com até 35 anos, têm graduação e pós-graduação na área de Comunicação Social e declararam-se jornalistas de formação. A maior parte dos comunicadores está trabalhando em agências (de comunicação, assessorias, marketing, institucional etc.) e tem vínculos de trabalho na CLT ou são concursados no setor público. A precarização com a ausência de vínculos contratuais se manifesta por meio de relações de prestação de serviços como autônomos, micro empreendedor individual – MEI, freelancer entre outros. A faixa de renda mensal declarada da maioria está entre R\$ 2.200,00 e R\$ 6.600,00.

A maior parte dos respondentes declarou trabalhar na modalidade *home-office* neste período de pandemia, outra parte trabalha em modalidade mista e outros mantiveram-se no trabalho presencial. O WhatsApp e o e-mail são as ferramentas mais usadas para o desempenho do trabalho. Houve aumentos da jornada e do ritmo de trabalho, segundo os respondentes, em relação ao período anterior à pandemia.

A gestão dos espaços de trabalho e de moradia no mesmo ambiente tem trazido o inconveniente da falta de separação entre labor e vida privada, naturalizando a expansão da jornada de trabalho e onerado parte do salário com custos extras relativos às despesas como energia elétrica, internet, equipamentos, mobiliário etc.

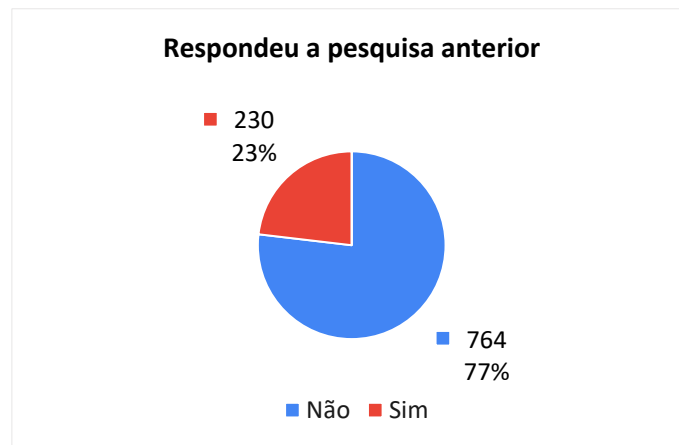
A maioria dos respondentes adoeceu nesse período. Cerca de 20% contraiu Covid-19, parcela expressiva de respondentes declara sofrer distúrbios do sono, irritação, medo, insegurança e depressão. Com relação aos constrangimentos no trabalho há afirmações de todo tipo, o que permite verificar um amplo leque de categorias de sofrimento.

As respostas dos participantes da pesquisa são de uma riqueza enorme para conhecermos os dilemas vividos pelos profissionais da comunicação neste período de um ano da pandemia de Covid-19. As análises deste relatório são reflexões iniciais que serão aprofundadas em outras publicações. Esperamos poder contribuir para compreendermos os desafios desse campo do conhecimento e da atuação profissional.

A título de esclarecimento e agradecimentos, registramos que o link do formulário foi enviado aos respondentes da pesquisa de 2020 que declararam aceitar participar de uma nova etapa.

À questão 1– Você respondeu a primeira pesquisa realizada pelo CPCT/ECA-USP sobre o mesmo tema em 2020?, recebemos um retorno de 23% entre os respondentes afirmando haver participado da primeira pesquisa. As respostas nos permitirão relações comparativas entre os dois períodos.

Gráfico 1: Respondeu a pesquisa anterior



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

O detalhamento dos dados e das análises seguem nas próximas páginas, nas quais gráficos, quadros, tabelas e análises consubstanciadas mostram a situação das condições de trabalho, saúde e pontos de vista dos comunicadores respondentes da pesquisa.

SEÇÃO I – UNIVERSO DE RESPONDENTES

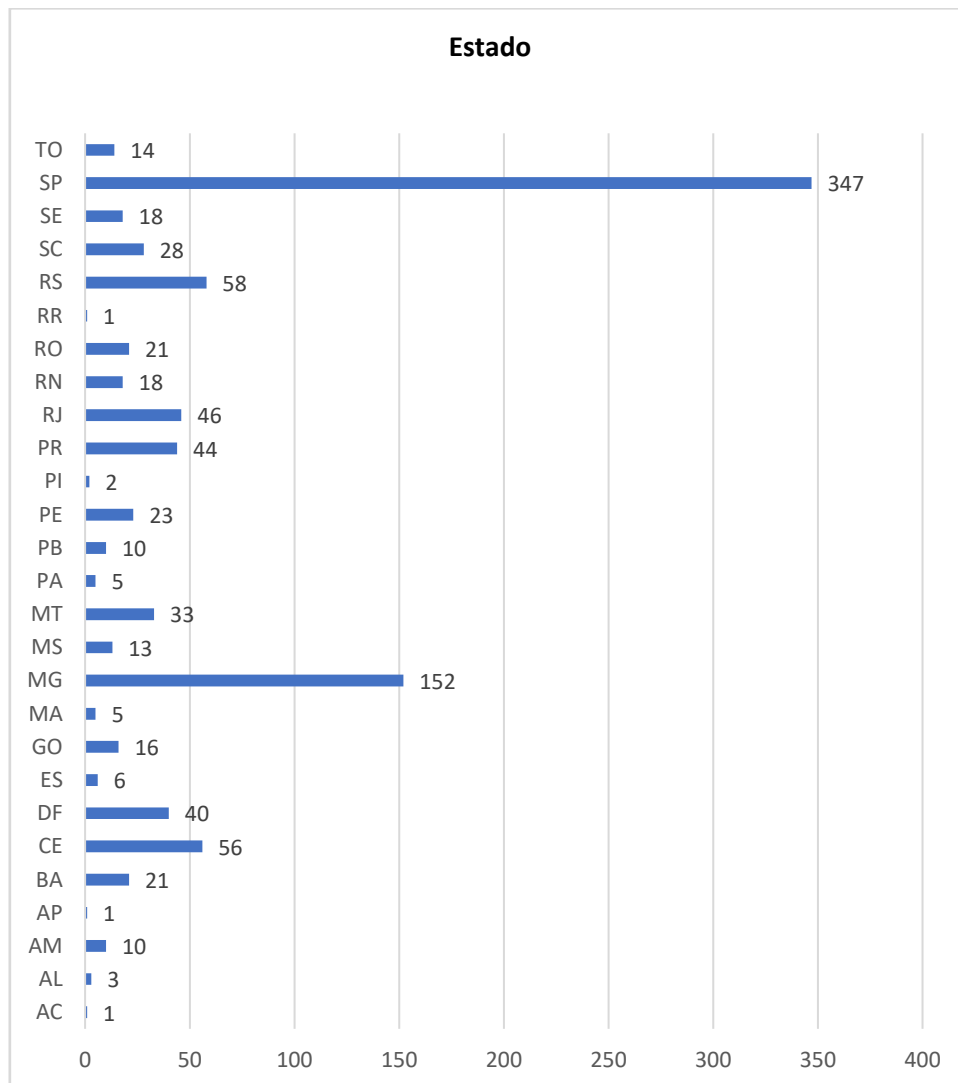
Total = 994 respondentes – respostas voluntárias
Abrangência = 26 Estados + DF + 2 outros países

No período de disponibilidade do formulário com as questões da pesquisa – de 5 a 30 de abril de 2021, exatamente um ano após a primeira versão de 2020 - obtivemos um retorno de respostas validadas de 994 respondentes. Entre elas, localizamos respostas oriundas dos 26 estados brasileiros, mais o Distrito Federal e dois respondentes localizados fora do País, um no México e outro na Holanda.

Esses dados nos permitem um diagnóstico bem representativo sobre as condições de trabalho dos comunicadores no contexto de um ano da pandemia. Na primeira versão da pesquisa também obtivemos um retorno bem expressivo com respondentes em 25 estados, Distrito Federal e um em Portugal.

ESTADO E MUNICÍPIO DE RESIDÊNCIA

Gráfico 2: Estado em que reside



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

São Paulo foi o estado de origem de maior número de respostas, 347; seguido de Minas Gerais com 152 respostas; Rio Grande do Sul, 58; Ceará, 56 respostas; Rio de Janeiro, 46; Paraná, 44; e Distrito Federal com 40 respondentes. Participação expressiva de respondentes também vieram de Mato Grosso, 33; Santa Catarina, 28; Pernambuco, 28; Bahia, 21; Rio Grande do Norte e Sergipe, com 18 respondentes cada um. É bastante relevante para a pesquisa o dado de que os Estados da Região Norte do país também participaram: Acre, Amapá e Roraima com um participante cada um; Pará, com 5; Amazonas, 10 respondentes; Tocantins 14 e Rondônia com 21 respondentes.

Sem dúvida, a capilaridade nacional e a adesão à pesquisa devem-se à forte divulgação realizada pelas organizações parceiras, pelos pesquisadores colaboradores do CPCT e, com certeza, pela relevância da problemática em investigação.

O questionário também perguntou sobre a cidade/município de origem dos respondentes. É importante destacar que o maior número de adesão à pesquisa é proveniente de respondentes das maiores cidades das regiões Sul, Sudeste e Nordeste, visto congregarem a maioria dos profissionais da área. No entanto, é salutar verificar que os dados dos respondentes identificam número bastante expressivo de médios e pequenos municípios a que chegou a pesquisa.

Para compreender essa dimensão, nós buscamos originalmente alguns dados acerca do tamanho do nosso país. O Brasil tem 5.570 municípios, sendo o maior deles São Paulo, com 12.325.232 habitantes, e o menor deles Serra da Saudade (MG), com apenas 776 habitantes. Para fins deste estudo optamos por estabelecer uma classificação das cidades baseada na hierarquia urbana apresentada por Ribeiro², conforme abaixo:

1. MetrÓpole nacional: "Grande centro urbano, com variedade de serviços e influência sobre os centros regionais, capitais regionais e as metrÓpoles regionais". Neste estudo serão consideradas as cidades com mais de um milhão de habitantes.
2. MetrÓpole regional: "Cidade que exerce grande influência em seu próprio estado. Apresenta mais de um milhão de habitantes e grande concentração de pessoas". Neste estudo estamos considerando as cidades entre 500 mil e um milhão de habitantes.
3. Centro regional: "São cidades médias que exercem influência em âmbito regional. Podem ser ou não uma capital de estado. Normalmente são referência no desenvolvimento da produção de bens e serviços para as cidades de seu entorno e também estabelecem vínculo mais próximo com as metrÓpoles nacionais". Consideramos as cidades entre 100 mil e 500 mil habitantes.
4. Cidade média: Que tem um nível razoável de desenvolvimento e pode despontar como centro regional. São as cidades entre 50 mil e 100 mil habitantes.
5. Cidade local: É uma cidade menor, em que sua população, muitas vezes, recorre a centros urbanos maiores para ter acesso a bens ou serviços. Neste estudo elas estão representadas pelas cidades entre 10 mil e 50 mil habitantes.
6. Cidade de pequeno porte: São aquelas com população de até 10 mil habitantes, o que corresponde a um lugar pouco diferenciado de um vilarejo.

² RIBEIRO, A. O que é hierarquia urbana?. Brasil Escola. Junho de 2020. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/geografia/o-que-e-hierarquia-urbana.htm>

Para trabalhar com os dados de modo mais adequado, as cidades foram colocadas em ordem alfabética e eliminamos as duplicidades, anotando quantos respondentes havia em cada uma delas. Depois nós buscamos os dados referentes ao número de habitantes de cada município e qual posição dele na hierarquia das cidades brasileiras, de acordo com as suas populações. Por fim, para termos uma ideia mais ampla da capilaridade da pesquisa, separamos as cidades por Estados e por regiões.

No Brasil existem 17 cidades com mais de um milhão de habitantes, que seriam as metrópoles nacionais, correspondendo a 0,3% dos municípios do país. Nesse grupo estão 14 capitais brasileiras, entre elas Curitiba (PR), Manaus (AM), Maceió (AL) e São Luís (MA), e cidades como Campinas e Guarulhos (SP) e São Gonçalo (RJ).

As metrópoles regionais são 32 (0,5%) e também incluem capitais como João Pessoa (PB), Macapá (AP), Cuiabá (MT) e Florianópolis (SC), além de cidades importantes como Juiz de Fora (MG), Ribeirão Preto (SP), Niterói (RJ), Aparecida de Goiânia (GO) e Ananindeua (PA).

Os centros regionais são cidades um pouco menores, mas também significativas e com influência para além de suas fronteiras. No Brasil são 277 municípios (5%) com essa condição. Fazem parte desse grupo capitais como Boa Vista (RR), Rio Branco (AC), Vitória (ES) e Palmas (TO) e cidades como Caruaru (PE), Caucaia (CE), Mossoró (RN) e Novo Hamburgo (RS). Tal qual esses centros, as cidades médias mantêm uma certa infraestrutura e apesar de não terem gravitação de muitos municípios em seu entorno, considera-se que têm uma boa infraestrutura. No Brasil elas são 351 (6,4%) e são representadas por cidades como Dourados (MS), Guanambi (BA), Picos (PI) e Mariana (MG).

As cidades locais são pequenas e carecem de uma ampla rede de serviços. No Brasil, esse tipo de município representa quase a metade dos existentes do país, somando 2.444 (43,8%). São cidades como Ouro Preto do Oeste (RO), Viradouro (SP), Ivoti (RS) e Nossa Senhora das Dores (SE). Os municípios de pequeno porte também são bastante volumosos (2.449) e representam 44% das cidades brasileiras. Estão nesse grupo cidades como Jardinópolis (SC), Conquista D'Oeste (MT) e Óleo (SP). Todos estes exemplos são de cidades onde os respondentes da pesquisa afirmaram viver.

Neste estudo, os comunicadores se localizavam em 210 cidades distribuídas por todos os Estados e no Distrito Federal. Todas as 17 cidades consideradas metrópoles nacionais tiveram respondentes. Entre as metrópoles regionais, 27 tiveram respondentes. Os centros regionais foram representados por 97 cidades. Os municípios médios por 22 cidades, os municípios locais por 38 cidades e os de pequeno porte por 5 cidades. Tivemos ainda respondentes em cidades no México e na Holanda.

Em termos proporcionais, considerando o universo da pesquisa, as metrópoles nacionais corresponderam a 8% das cidades que tiveram algum respondente, enquanto as metrópoles regionais representaram 12,8%. Os centros regionais tiveram representação de 46% e as cidades médias de 10,4%. Os municípios com menos habitantes, representados pelas cidades locais e as de pequeno porte, tiveram representação de 18% e de 2,3%, respectivamente.

Tabela 1: As dez cidades com o maior volume de participantes nesta pesquisa

Em qual cidade você reside?	Estado	Participantes	População	Posição no ranking populacional
São Paulo	SP	224	12 325 232	1
Belo Horizonte	MG	79	2 521 564	6
Fortaleza	CE	48	2 686 612	5
Brasília	DF	38	3 055 149	3
Curitiba	PR	33	1 948 626	8
Rio de Janeiro	RJ	33	6 747 815	2
Porto Alegre	RS	32	1 488 252	12
Divinópolis	MG	30	240 408	126
Cuiabá	MT	18	618 124	35
Aracaju	SE	17	664 908	33

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A título de comparação com o volume dos municípios participantes, percebemos que enquanto as cidades locais e de pequeno porte correspondem a 87,8% das cidades brasileiras, em nosso estudo elas representaram 20,3%. Essa diferença é muito mais significativa nos municípios de pequeno porte, aqueles com até 10 mil habitantes. Enquanto esses municípios representam 44% do total de municípios do país, em nosso estudo eles representaram apenas 2,3% das cidades onde residiam os respondentes. Isso também se nota, de modo inverso, quando analisamos a proporção das metrópoles (nacionais e regionais). Enquanto o número dessas grandes cidades no país representa apenas 0,8% do total de municípios, em nosso estudo elas corresponderam a 20,8% do total das cidades onde vivem os comunicadores. Por serem lugares que concentram não apenas a população, mas uma boa oferta de serviços, em especial na área de comunicação e educação, tanto na área pública quanto privada, essas cidades têm uma proporção maior como local de residência dos respondentes da pesquisa.

As condições para o desenvolvimento do setor de serviços de comunicação e educação também estão presentes nos centros regionais e nas cidades médias. É, nesses locais, que alcançamos a maior penetração. Apesar de, no Brasil, esses municípios representarem apenas 11,2% do total de cidades, em nosso estudo eles configuraram mais da metade (56,4%) dos municípios alcançados.

Devemos enfatizar, no entanto, a capilaridade que atingiu a pesquisa, chegando a diferentes tamanhos de cidades. Se não há equilíbrio entre a distribuição da população e a dos respondentes isso se deve mais à oferta de serviços de comunicação, nas mais diferentes áreas, e educação superior, mais comum e desenvolvida nos maiores centros, onde se reúnem a maioria desses trabalhadores. Para se ter uma ideia desse fato, considerando o volume populacional para uma população estimada em 210 milhões de pessoas, as metrópoles e centros regionais, que são apenas 326 dos 5.570 municípios do país, concentram aproximadamente 42% de toda a população nacional, ou algo em torno de 88 milhões de brasileiros.

Tabela 2: Os Estados brasileiros e o número de cidades com participantes na pesquisa

Estado	Cidades dos comunicadores
AC	1
AL	2
AM	1
AP	1
BA	6
CE	7
DF	3*
ES	4
GO	4
MA	3
MG	30
MS	2
MT	9
PA	4
PB	3
PE	7
PI	2
PR	11
RJ	10
RN	3
RO	5
RR	1
RS	19
SC	11
SE	2
SP	55
TO	2

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*Três respondentes indicaram regiões administrativas de Brasília como municípios.

São Paulo foi o Estado com o maior número de municípios alcançados, com 55, seguido de Minas Gerais (30), Rio Grande do Sul (19), Paraná e Santa Catarina (11) e Rio de Janeiro (10). Isso indica também que a capilaridade maior se deu nas regiões Sudeste e Sul, com 140 municípios alcançados, considerando os 4 respondentes registrados no Espírito Santo. No Norte do Brasil, os respondentes residiam em 15 cidades, enquanto no Centro-Oeste eles se distribuíram em 18³. No Nordeste foram outros 35 municípios com comunicadores que responderam à pesquisa.

Em 125 cidades apenas uma pessoa respondeu ao questionário. Em 61, o número de respostas ficou entre dois e cinco. Entre seis e dez respondentes foram registrados em apenas 7 cidades. Outros nove municípios tiveram entre 11 e 20 participantes e entre 21 e 30 respondentes foram registrados só em Divinópolis (MG).

Algumas capitais tiveram uma participação expressiva, especialmente as das regiões Sul e Sudeste: Porto Alegre teve 32 comunicadores que responderam ao questionário, Curitiba e Rio

³ No DF houve subdivisões. Dois respondentes colocaram cidades que não existem oficialmente: Ceilândia Norte e Núcleo Bandeirante.

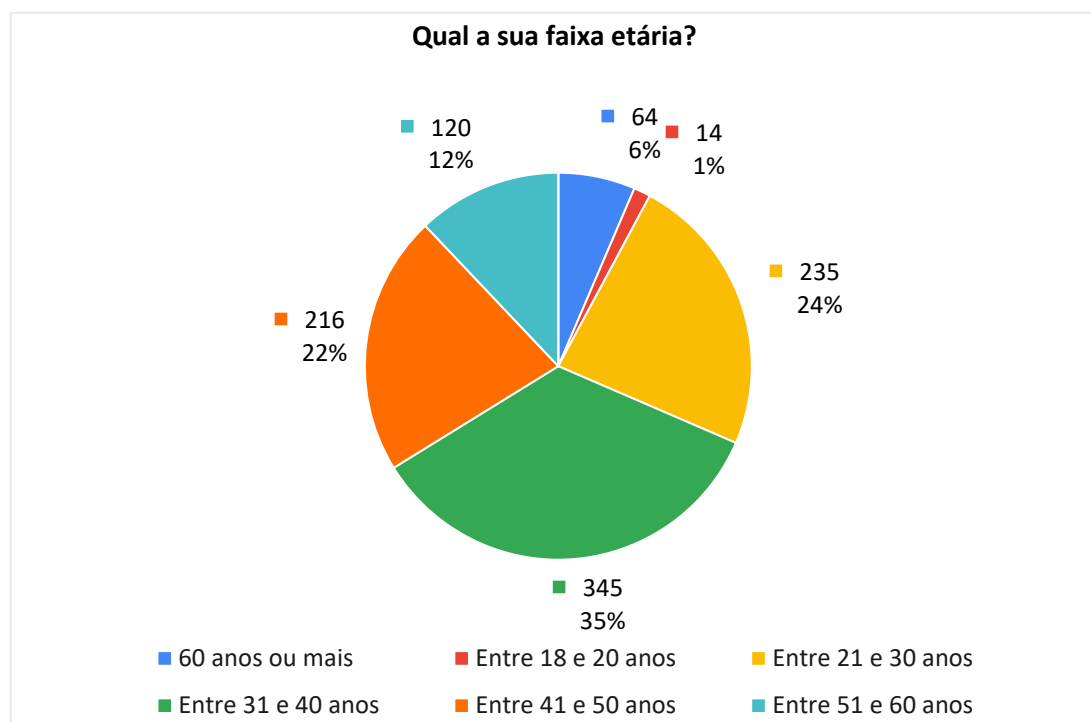
de Janeiro, 33, Brasília, 38, Fortaleza, 48 e Belo Horizonte, 79. Em São Paulo foram registradas 224 respostas. Juntas elas representam 49% do volume de respondentes, sendo que São Paulo corresponde sozinha a 22,5%.

FAIXA ETÁRIA, GÊNERO, IDENTIDADE ÉTNICO RACIAL E ESTADO CIVIL

As questões seguintes dizem respeito à faixa etária, gênero, identidade étnico racial, estado civil. Os resultados confirmam de maneira geral o perfil jovem, feminino e branco da maioria dos profissionais respondentes da pesquisa. Com relação ao estado civil, há proximidade bem efetiva entre solteiros e aqueles que declararam ser casados ou ter união estável.

Passemos à análise dos dados conforme os gráficos nos mostram.

Gráfico 3: Faixa etária

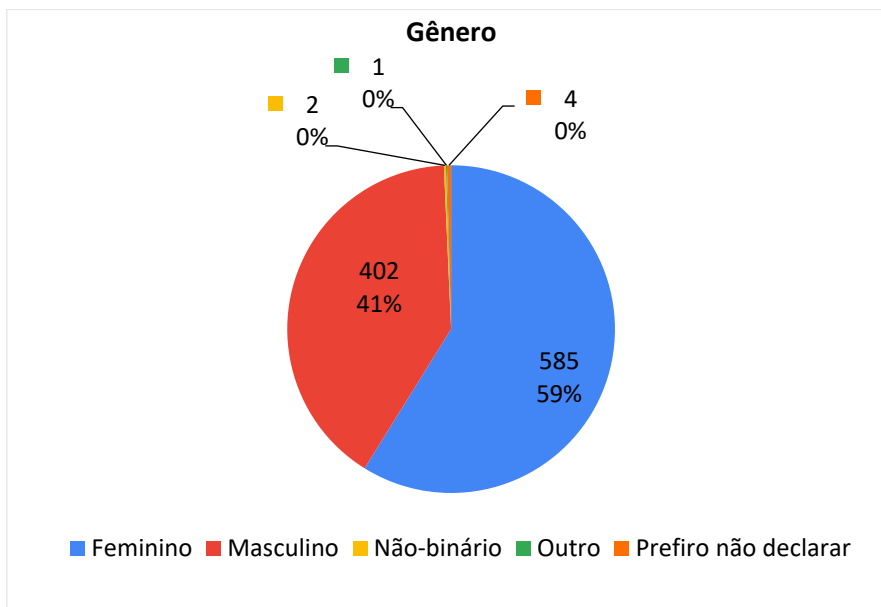


Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Os respondentes pertencem a amplo espectro de faixas etárias. Os mais jovens têm entre 18 e 20 anos e representam 1% dos respondentes. Os mais velhos estão na faixa acima de 60 anos e representam 6% dos respondentes. A faixa etária entre 21 e 30 anos representa 24% dos respondentes, a de 31 a 40 anos, com 35%, tem a maioria dos respondentes. Somadas essas duas faixas temos 59% dos respondentes e podemos inferir daí que essas são as faixas etárias da maioria dos profissionais da área, afirmação nada exagerada visto que concentram os

trabalhadores em idade produtiva ativa do Brasil⁴. É de se destacar a participação de 22% respondentes na faixa etária entre 41 e 50 anos; e 12% dos respondentes na faixa entre 51 e 60 anos.

Gráfico 4: Identidade de gênero



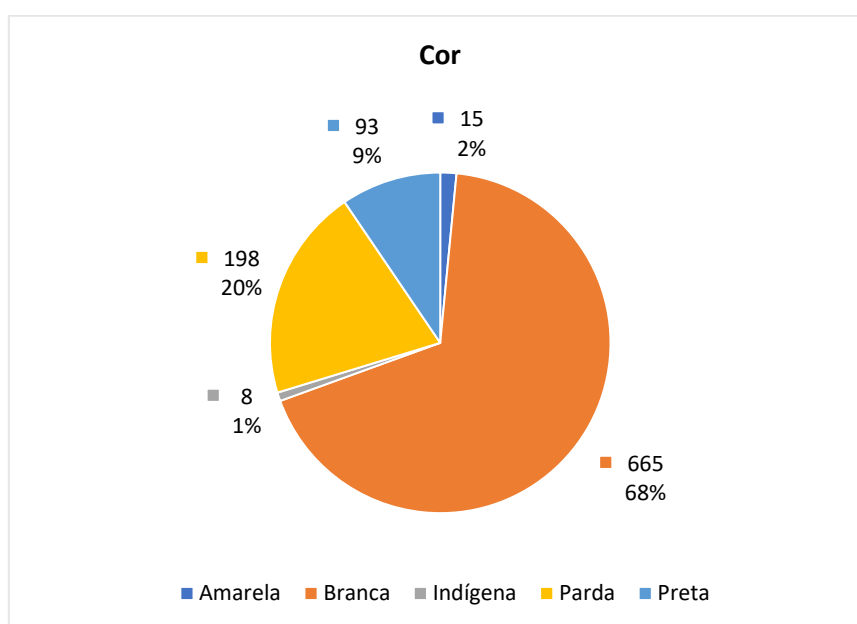
Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A temática da identidade de gênero é bastante relevante no caso dos comunicadores, pois são esses os profissionais que tratam dessa abordagem nos diferentes produtos comunicacionais e culturais de que são autores; a produção de sentidos é o eixo estruturante da profissão. O perfil feminino foi declarado por 59% das respondentes, enquanto 41% afirmou ser do gênero masculino. O questionário fechado, além das alternativas feminino, masculino, oportunizava as opções não-binário, prefiro não declarar, outro. Essas alternativas não alcançaram adesão expressiva: 4 respondentes preferiram não declarar; 2 afirmaram-se não-binários; e um assinalou outro, sem especificar.

Desse modo, esta é mais uma pesquisa que comprova o perfil feminino na profissão de comunicadores.

⁴ IBGE – PEA Disponível em:
<https://seriesestatisticas.ibge.gov.br/series.aspx?no=7&op=0&vcodigo=PD292&t=grupos-idade>

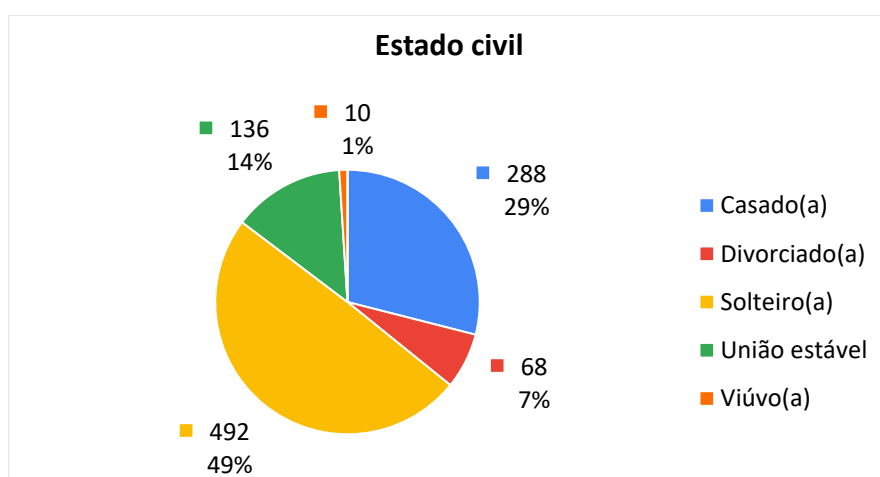
Gráfico 5: Identidade a partir da cor



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19? 15 respondentes não se enquadraram em nenhuma das categorias.

A questão 8 do formulário apresentou a pergunta: com qual cor você se identifica? O resultado, no Gráfico 5, mostra que 68% dos respondentes se declararam de cor branca; 20% pardos e 9% pretos. Índios e amarelos somam numericamente apenas 23 respondentes. Registre-se que 15 respondentes não se enquadraram em nenhuma dessas categorias.

Gráfico 6: Estado civil



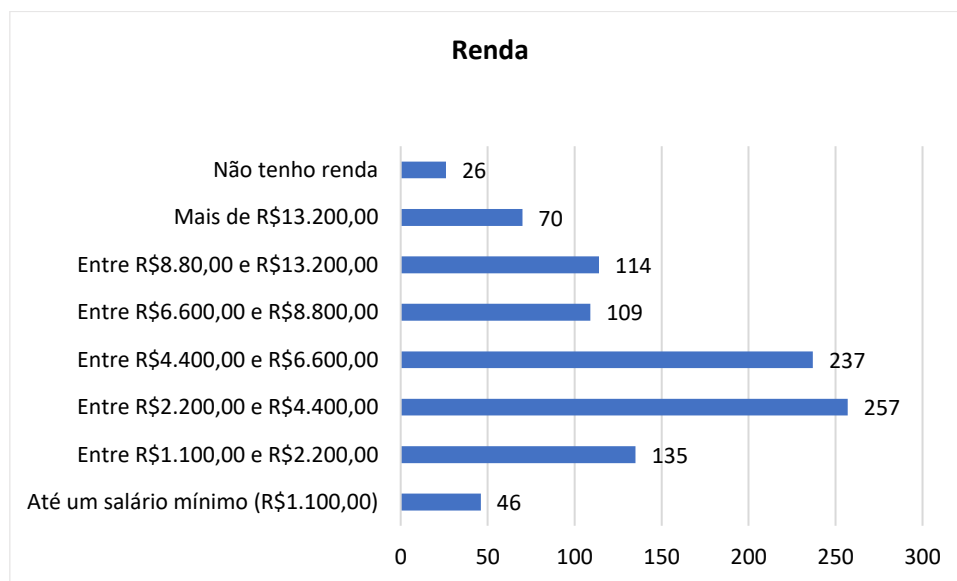
Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

O estado civil foi objeto da questão 9 do formulário. As respostas confirmam pesquisas anteriores de que a maioria é solteira. No entanto, os casados são 29% dos respondentes e com união estável obtivemos 14% das respostas; 7% são divorciados e 1% são viúvos. Os dados mostram, portanto, que metade dos comunicadores respondentes são solteiros e a outra

metade já teve vida em comum com um parceiro, regulada por contrato de casamento ou fora dele, conforme mostra o Gráfico 6.

RENDA, FILHOS, PESSOAS COM QUEM RESIDE, DIVISÃO DE TAREFAS DOMÉSTICA

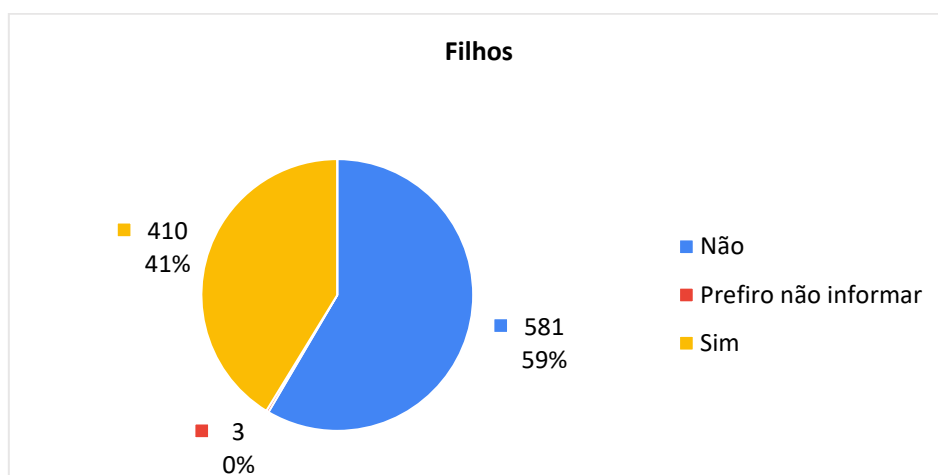
Gráfico 7: Renda mensal



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A pergunta sobre renda mensal estabeleceu alternativas fechadas para a definição do respondente. Desse modo, conforme mostra o Gráfico 7, a maioria tem uma renda entre a soma dos respondentes das duas faixas entre R \$2.200,00 até R \$6.600,00. Estamos falando de 494 respondentes. Sem dissimular que 257 deles estão na faixa de R \$2.200,00 a R \$4.400,00, ou seja, entre dois e quatro salários mínimos. Chama atenção o dado de 135 respondentes afirmarem ter renda entre R \$1.100,00 e R\$2.200,00; e 46 comunicadores afirmarem receber até um salário mínimo; e 26 não terem renda. Os que afirmaram estar entre as faixas acima de R \$6.600,00 até R \$13.200,00 somam 223 respondentes, e apenas 70 afirmaram ter renda acima de R \$13.200,00.

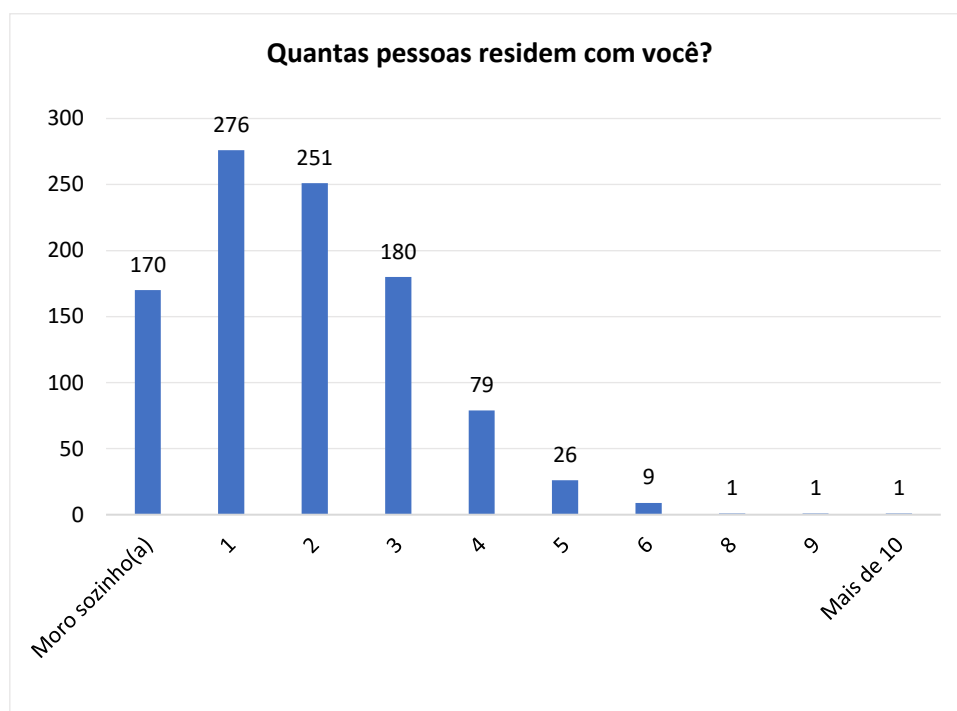
Gráfico 8: Filhos



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A maioria dos comunicadores respondentes da pesquisa não tem filhos. Três não quiseram informar e 41% afirmam ter filhos. Esse dado é muito relevante para se pensar renda, jornada de trabalho e trabalho remoto. Os cuidados dos filhos é um fator bastante preocupante no momento em que estamos sem escolas, devido ao distanciamento social, com aulas remotas que necessitam também de equipamentos, internet e ajuda dos pais na condução dos estudos dos filhos. Essas atividades, na maior parte das vezes, são tradicionalmente atribuídas às mulheres (ABREU; HIRATA; LOMBARDI, 2016). Como os comunicadores têm maioria feminina é de se inferir as dificuldades em relação à gestão da casa e dos filhos durante a jornada de trabalho.

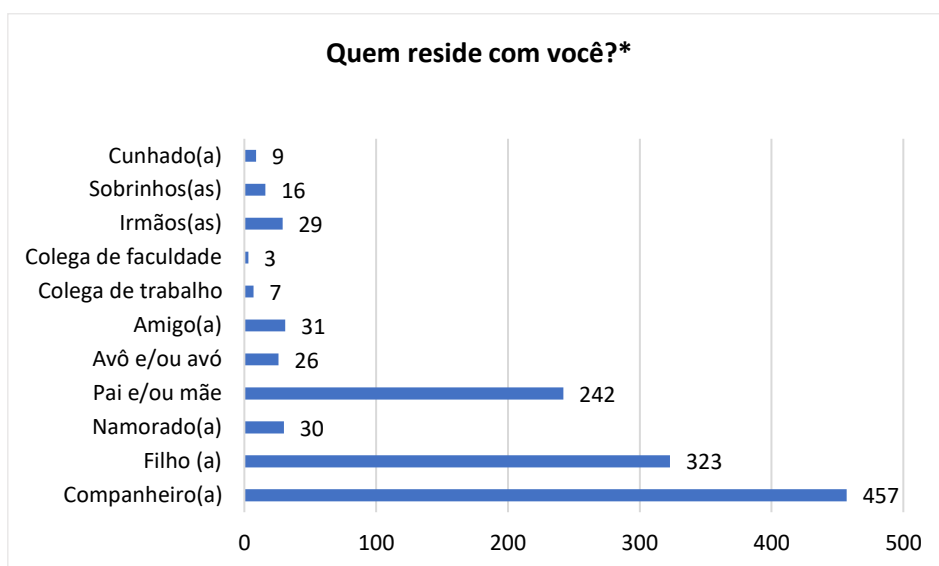
Gráfico 9: Quantidade de residentes no lar



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Essa pergunta no formulário da pesquisa foi avaliada como importante para termos ideia sobre o tipo de moradia dos comunicadores bem como suas relações familiares e afetivas em momento de pandemia. É surpreendente verificar que 170 respondentes moram sozinhos; 276 moram com até uma pessoa; e 251 moram com até duas pessoas. As famílias e/ou comunidades pequenas predominam nas relações afetivas de convívio entre os comunicadores. Sinal das mudanças nas estruturas familiares que até meados do século XX eram numerosas. As residências com três pessoas além do respondente foram indicadas por 180 deles. A infraestrutura da residência passou a ser um problema a mais durante a pandemia: tamanho, número de cômodos da casa, banheiros, acesso à energia elétrica de qualidade, internet de banda larga, saneamento básico passam a contar como elemento a mais nos custos dos trabalhadores. Todos estão mais em casa, todos disputam os mesmos recursos. São problemas novos que entram na pauta da gestão do trabalho.

Gráfico 10: Perfil dos residentes do lar



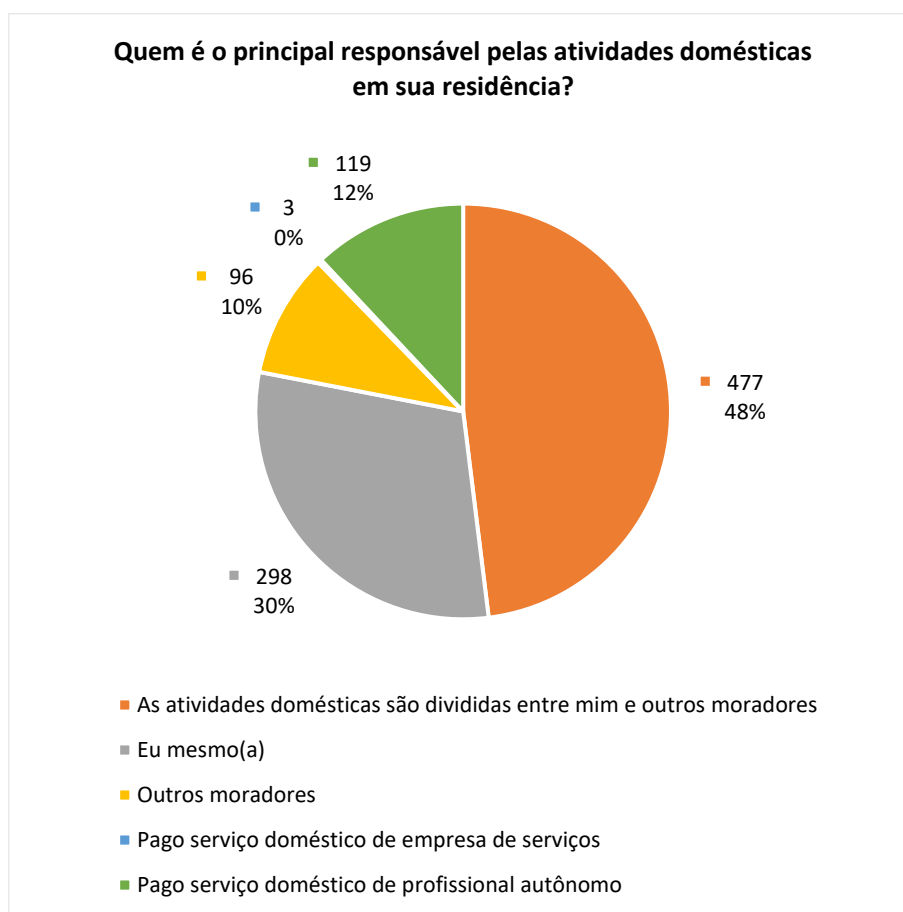
Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*1 não respondeu.

A pergunta *Quem reside com você?* permitia mais de uma alternativa como resposta. Dessa forma, temos 457 respondentes que afirmaram morar com o(a) companheiro(a); 30 moram com o(a) namorado(a). A soma dessas declarações não corresponde à resposta anterior sobre estado civil, pois solteiros parecem que moram junto com seus parceiros. Importante destacar que 323 declararam morar com seus filhos, o que nos permite inferir duas possibilidades: são filhos mais jovens que demandam cuidados ou são filhos adultos que prestam cuidados aos comunicadores mais idosos. Também é coerente, com as respostas anteriores, o fato de que 242 respondentes afirmam morar com os pais, pressupõe-se que sejam os comunicadores mais jovens. Confirma-se, portanto, a relevância de a residência oferecer condições de conforto para os comunicadores que, na pandemia, precisam trabalhar em casa.

Ao analisarmos a informação do número de residentes, com o perfil dos residentes e faixa de renda, temos um conjunto de inferências possíveis sobre as condições de vida e trabalho desses comunicadores, as quais foram acrescidas as demandas da pandemia e do trabalho remoto. Vai ficando claro o peso e o custo que a modalidade de trabalho traz para as famílias. Sem dúvida, é um cálculo de custo a ser urgentemente realizado para entrar nas pautas reivindicativas das associações e sindicatos de trabalhadores da comunicação.

Gráfico 11: Principal responsável pelas atividades domésticas



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

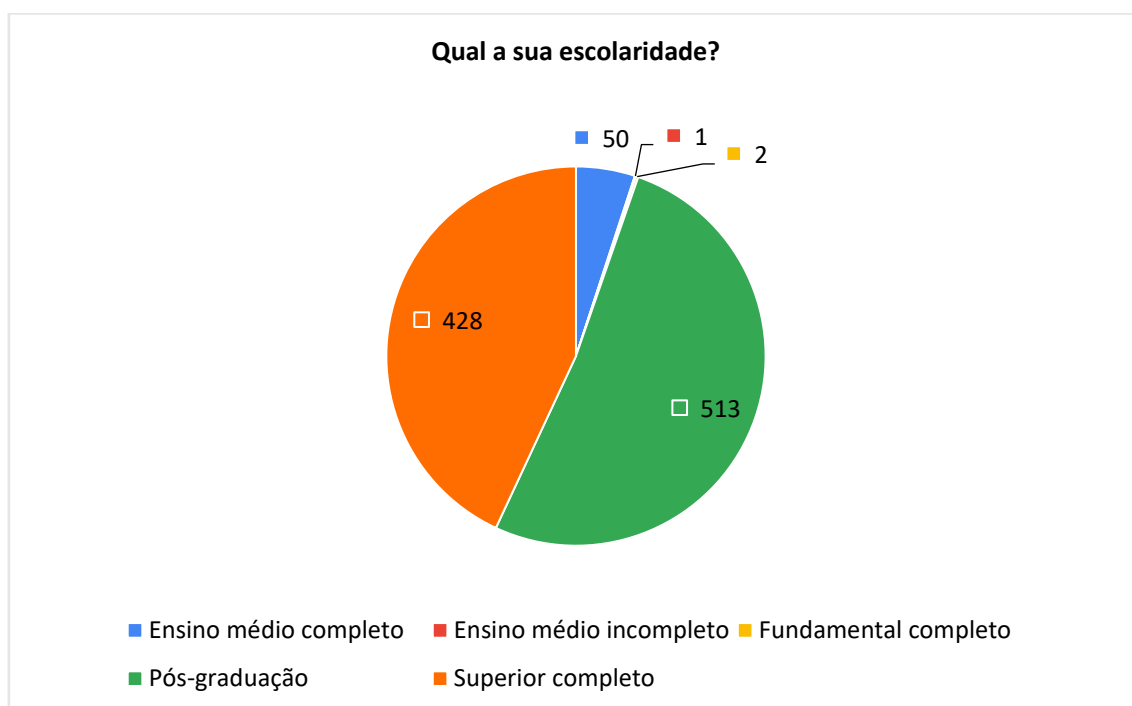
Entre as atividades de gestão do lar estão os serviços de limpeza e higienização, aquisição e produção da alimentação. Essas tarefas demandam tempo e esse tempo tradicionalmente é usado da vida das mulheres: filhas, mães, esposas que exerciam e exercem ainda o trabalho doméstico não pago. Esse tipo de labor é fundamental para a reprodução da força de trabalho para o capital. Com o afastamento social, muitos liberaram as empregadas domésticas, outros passaram a contratar esse tipo de trabalho por meio de empresas de aplicativos e ainda outros mantiveram as empregadas domésticas autônomas. Chama atenção, portanto, que 78% dos respondentes afirmam dividir as tarefas com outros moradores (48%) ou realizá-las por si mesmos (30%), o que demanda tempo, gestão da casa e do trabalho no mesmo espaço, redefinir rotinas, divisão de tarefas entre o tempo para o trabalho remunerado e o tempo para o trabalho doméstico não remunerado. Quando se tem filhos ou pessoas idosas a serem cuidadas, essa gestão se torna ainda mais complicada.

SEÇÃO II – ESCOLARIDADE, FORMAÇÃO PROFISSIONAL, SITUAÇÃO DE TRABALHO

Nesta seção analisaremos os dados relativos à escolaridade dos respondentes e como o percurso de formação incidirá na formação profissional. A identidade profissional, o cargo/função e a descrição da atividade de trabalho também serão analisados à luz das características de suas aproximações e distanciamentos.

ESCOLARIDADE E FORMAÇÃO PROFISSIONAL, RENDA E ESCOLARIDADE

Gráfico 12: Escolaridade



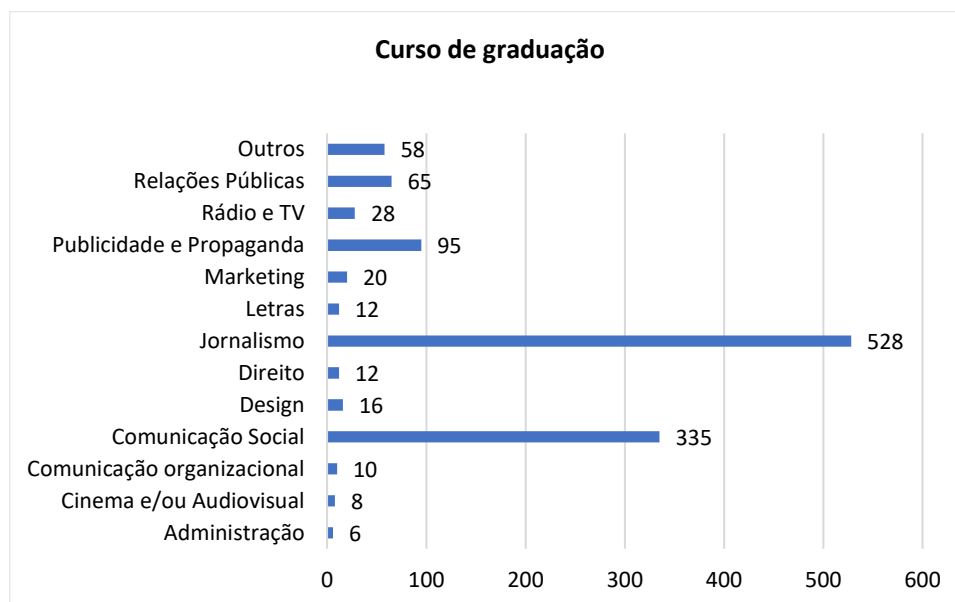
Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A maioria dos respondentes declarou ter nível de escolaridade de pós-graduação. Foram exatamente 513 declarações que serão mais bem esclarecidas no próximo tópico, visto que no nível de pós-graduação temos formados em cursos de especialização, de mestrado e de doutorado. Com graduação completa foram 428 declarações. Ensino médio completo 50 respondentes, ensino médio incompleto tivemos 1 respondente e com ensino fundamental completo 2 respondentes. A amostra dos respondentes amalhada pela pesquisa revela que a maioria absoluta, ou seja 941, tem ensino superior.

Nos gráficos seguintes, vamos observar as informações dos respondentes sobre os cursos de graduação e de pós-graduação realizados. Poderemos traçar um quadro sobre a permanência

dos formados na área profissional, bem como verificar os hibridismos declarados dentro da área de Comunicação e de fora para dentro dela.

Gráfico 13: Curso de graduação



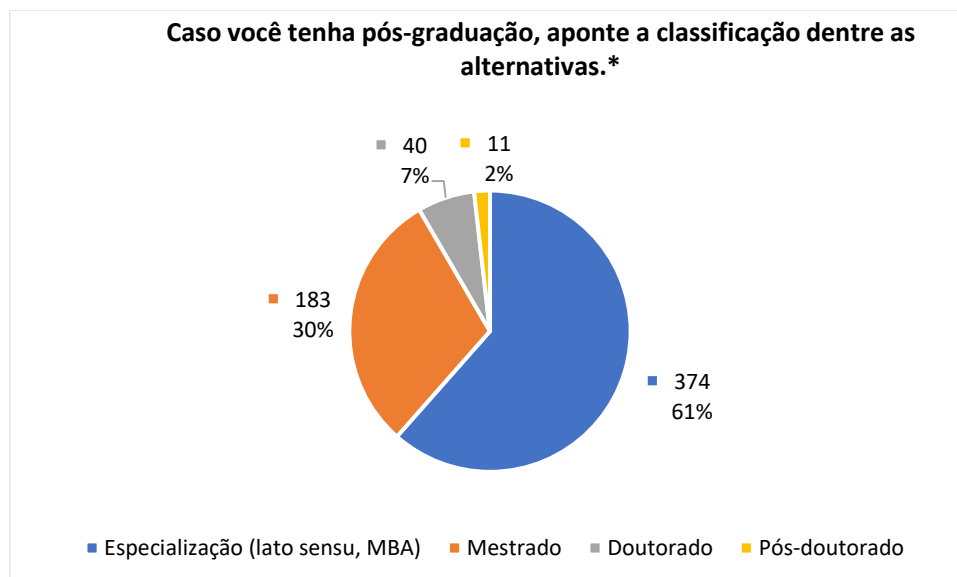
Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Na questão, *Indique seu curso de graduação*, o questionário oferecia as seguintes alternativas de respostas: Biblioteconomia, Cinema e/ou Audiovisual, Comunicação organizacional, Comunicação Social, Design, Editoração, Educomunicação, Jornalismo, Marketing, Publicidade e Propaganda, Rádio e TV, Relações Públicas, Outros. A questão permitia optar por mais de uma alternativa de resposta. Este foi o caso de 66 respondentes, os quais especificaram dois cursos. Cabe ressaltar que computamos as declarações relativas a profissões da área de comunicação. Assim, os respondentes que declararam, por exemplo, e História e Jornalismo, computamos Jornalismo. O outro registro ficará para análises posteriores. Esse também foi o caso dos respondentes que declararam Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas ou em Jornalismo ou em Publicidade e Propaganda. Cabe destacar que 206 respostas optaram unicamente por Comunicação Social, sem declarar habilitação.

Dessa forma, 528 respondentes declararam ter feito curso superior na área de Jornalismo. A formação em Publicidade e Propaganda foi declarada por 95 respondentes e Relações Públicas foi o curso realizado por 65 respondentes. Esses são os três cursos mais antigos da área de Comunicação. Também o curso de Rádio e TV foi mencionado por 28 dos participantes. Chama atenção que 335 optaram pela alternativa de resposta curso de Comunicação Social (declarando ou não a habilitação). Tradicionalmente, foi essa a nomenclatura dos cursos na área da Comunicação, seguido das habilitações. Algumas instituições mantêm essa estrutura, muitas outras mudaram, criando graduações específicas. Cinema, Rádio e TV também podem aparecer como habilitação conjuntas ou específicas ou ainda, contemporaneamente, como Audiovisual. Marketing, Design e Editoração são cursos que dialogam com a Comunicação; em algumas instituições estão nos departamentos ou faculdades de Comunicação e em outras seguem estruturas acadêmicas diferentes. Chama atenção o número de 78 respondentes que

declararam “Outros”. Portanto, a diversidade de formações para os profissionais do campo da Comunicação é grande.

Gráfico 14: Curso de pós-graduação



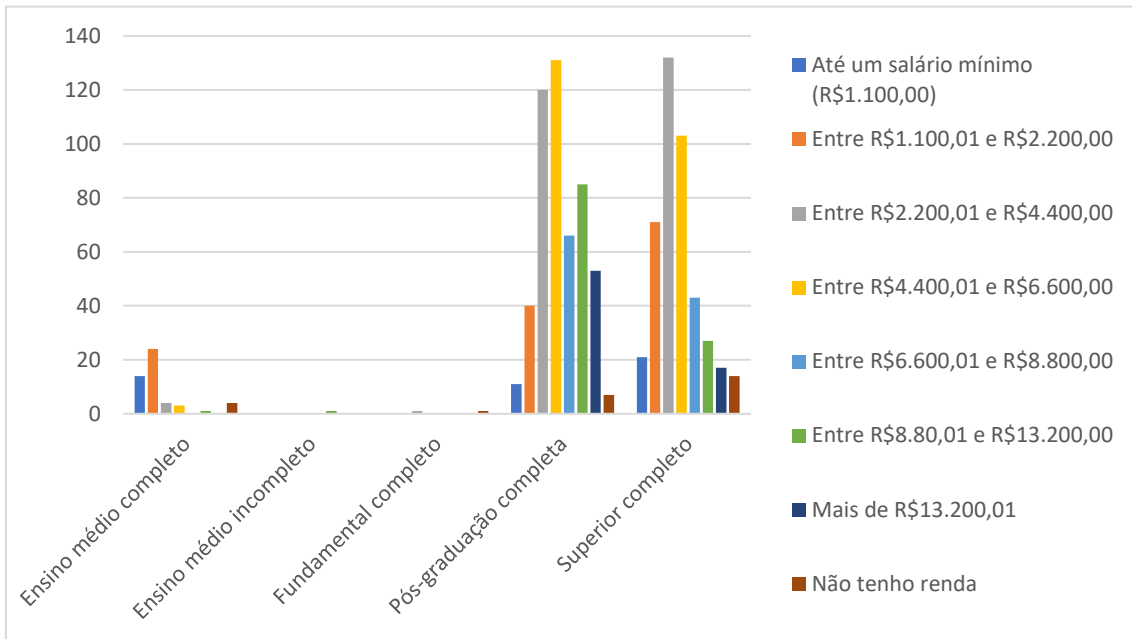
Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*386 não responderam ou não se aplica.

A questão sobre o nível de escolaridade, 608 declararam ter pós-graduação. Entre estes, 374 fizeram especialização lato sensu ou MBA, 183 fizeram mestrado, 40 têm doutorado e outros 11 declararam ter pós-doutorado. É uma amostra de respondentes bastante qualificada. Esse dado tem sido frequente nas pesquisas que realizamos com comunicadores. A formação em nível de pós-graduação também apareceu de forma expressiva na pesquisa realizada em 2020.

O Gráfico 15 mostra a relação renda mensal e escolaridade. Fica evidente o papel da pós-graduação na relação com o aumento da renda mensal. As faixas de renda acima de R\$ 6.600,00 são mais expressivas entre os respondentes que têm pós-graduação, desde a especialização ao doutorado.

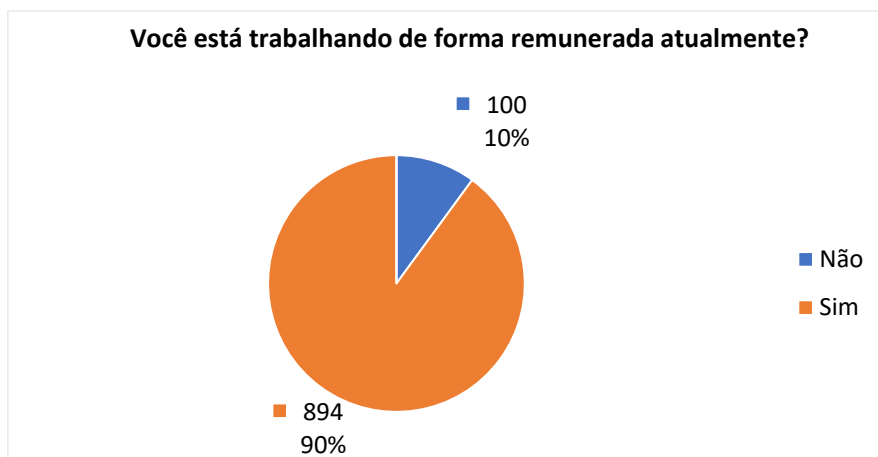
Gráfico 15: Renda e escolaridade



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

ATIVIDADE REMUNERADA E SITUAÇÃO DURANTE A PANDEMIA

Gráfico 16: Trabalho remunerado



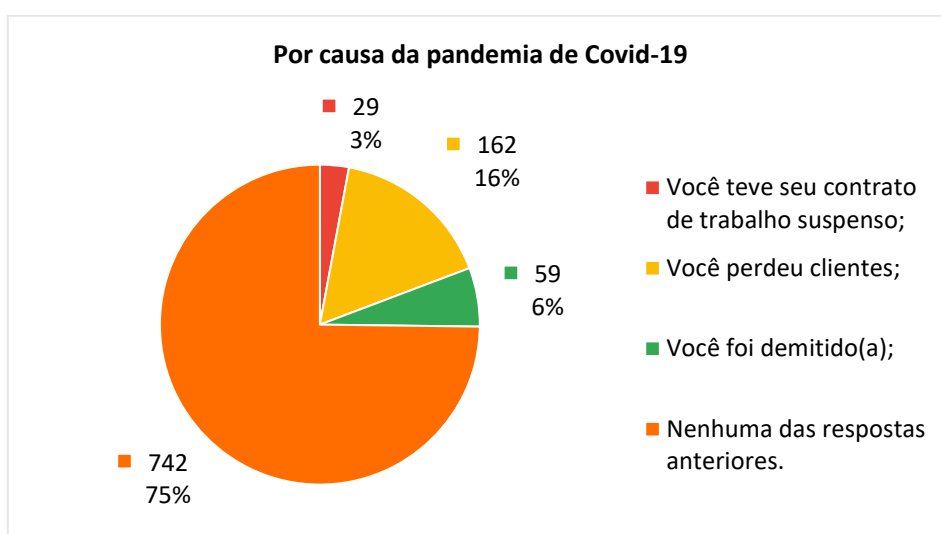
Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A questão 18 perguntava: *Você está trabalhando de forma remunerada atualmente?* No caso de os participantes responderem “Não” a essa questão, eles deixaram de responder a sequência de perguntas do questionário. Essa foi uma deliberação vinculada aos objetivos da pesquisa, qual seja, conhecer as condições de trabalho dos comunicadores no contexto da pandemia de Covid-19. Conforme mostra o Gráfico 16, tivemos 100 respondentes que declararam estar sem

remuneração. A maioria dos 894 respondentes está trabalhando com alguma forma de remuneração.

O trabalho remunerado é elemento básico em qualquer atividade profissional, conquanto haja atividades de trabalho não remuneradas como, estágios não remunerados. Este é um tema problemático e sintoma de uma sociedade tão desigual quanto a brasileira. Isso diz respeito àqueles respondentes que são estudantes e ainda não têm prática profissional e também aos profissionais aposentados que responderam à pesquisa. Por outro lado, há um contingente de respondentes que, por causa da pandemia de Covid-19, declararam ter perdido clientes ou ter contrato suspenso ou ter sido demitido. Essa informação retiramos das respostas à questão seguinte, conforme pode ser conferido no Gráfico 17.

Gráfico 17: Por causa da pandemia de Covid-19



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Os 742 respondentes optaram pela alternativa Nenhuma das respostas anteriores, visto que essa questão solicitava marcar apenas uma das alternativas entre as seguintes: Por causa da Covid-19 - Você foi demitido(a); Você teve seu contrato de trabalho suspenso; Você perdeu clientes; Nenhuma das respostas anteriores. Desse modo, entre os que têm trabalho remunerado há respostas com a afirmação “perdeu clientes”, “teve contrato suspenso” e há aqueles que disseram terem sido demitidos. Temos aí consolidadas respostas de 25% da amostra que teve algum tipo de perda salarial durante esse período.

SEÇÃO III – TRABALHO E IDENTIDADE PROFISSIONAL

ORGANIZAÇÃO ONDE TRABALHA, PROFISSÃO, FUNÇÃO E ATIVIDADES QUE DESENVOLVEM

Analisar a pergunta *Em qual tipo de organização você atua? Se for o caso, indique mais de uma opção*, demandou uma minuciosa leitura e interpretação do conjunto das respostas dadas⁵. Essa dedicação ocorreu pelo fato de que, como se percebe pelo enunciado, havia a possibilidade de se marcar mais de uma opção entre as 18 alternativas elencadas, das quais a última, intitulada “Outros”, permitia ainda acrescentar item(s) diferente(s) dos que estavam listados.

Ao verificar a quantidade de respondentes, chegou-se a 893 comunicadores dentre o total de 994. Novamente, a diferença se deve aos 100 profissionais que não estavam trabalhando, no momento da pesquisa de maneira remunerada, os quais se somaram a uma jornalista, com ensino superior completo na área, que mora sozinha, atua como estagiária de marketing em jornada mista (presencialmente e em *home-office*) e vínculo de contratação como autônoma/freelancer. Sua jornada de trabalho duplicou, passando de 6 horas diárias para 12 horas diárias. Teve, ainda, aumento nas despesas durante a pandemia, chegando inclusive a adoecer. Ela foi mantida na contagem, mesmo não tendo marcado nada na questão e apesar de não termos conseguido dispor de indícios da organização em que atua.

No contexto, das 18 opções iniciais que a pergunta oferecia, lembrando que a escolha por “Outros” abria um leque infindável de itens, estabelecemos 11 categorias principais. Importante apontar que tal classificação levou em consideração que ao marcarem mais de uma alternativa, muitas pessoas, ao que parece, e isso não foi caso isolado, tiveram dúvidas na hora do preenchimento e, assim, sobrepuseram as próprias atividades desenvolvidas pelas organizações.

Essa situação aconteceu bastante em relação à combinação envolvendo agências de comunicação, de eventos, de marketing digital, de publicidade e assessoria de imprensa. A explicação é que muitas agências dispõem de um portfólio amplo de serviços, o que pode ter feito com que os respondentes, na dúvida, apontassem as diversas variáveis de atuação dessas empresas. Outro exemplo, ainda que em incidência menor, foi com respondentes que indicaram conjuntamente as opções “Gabinete político”, “Partido político” e “Setor público, órgão governamental ou empresa estatal”. Aqui, ao que tudo indica, houve uma aparente confusão ao se entender que um mandato (principalmente) e/ou partido político trafega na seara da área

⁵ Faz-se preciso reforçar a relevância do processo prévio de limpeza e de ordenamento dos dados coletados. Sem essa etapa não seria sequer possível realizar uma tabulação minimamente plausível para essa questão. Por outro lado, reitera-se o fato de que indicar quantas opções se quisessem, aliado ao alto número de alternativas disponibilizadas e que, talvez, pudessem ter sido melhor condensadas, sem dispor de alguns detalhes muito específicos, dificultaram o procedimento de se contabilizar os itens. Tal situação foi determinante para que tivéssemos de ver todas as respostas listadas e elencássemos algumas classificações a partir das marcações e dos acréscimos realizados.

pública ou mesmo estejam atrelados, ainda que erroneamente, a uma ideia de esfera governamental.

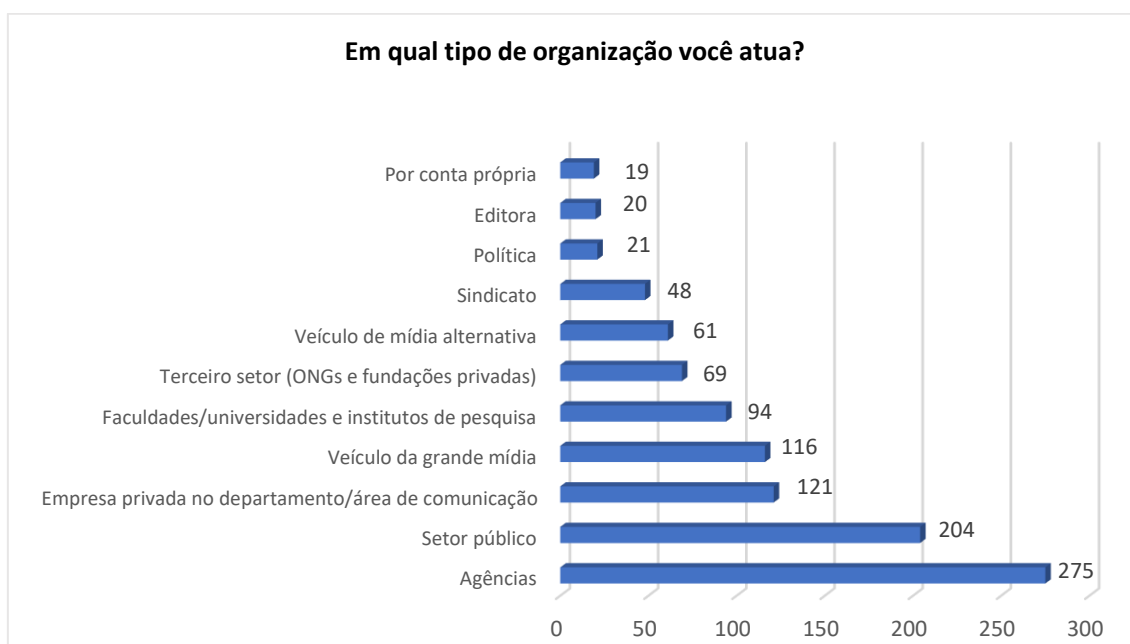
A observação que elencamos é essencial para problematizar uma ideia ocorrida inicialmente sobre a possibilidade de se calcular quantas pessoas trabalham em mais de uma organização. Se fizermos uma análise apenas verificando quem indicou mais de uma opção, alcançamos o patamar de 218 profissionais nessa situação. Mas por conta da sobreposição de opções, como as que apontamos, ocasionada muito provavelmente pela dúvida dos respondentes, não se pode aferir com exatidão a quantidade de comunicadores que transitam em mais de uma atividade de trabalho, remunerada ou não. Feitas essas ponderações, listamos as 11 categorias principais que apresentamos na tabela e no gráfico a seguir, cujos critérios metodológicos adotados serão explicados, inclusive com algumas observações adicionais. As alternativas que não precisaram de muita combinação de respostas e que não levantaram dúvidas na contagem tiveram sua denominação original preservada na catalogação final.

Tabela 3: Organização onde se trabalha

Organização	Menções
Agências	275
Setor público	204
Empresa privada no departamento/área de comunicação	121
Veículo da grande mídia	116
Faculdades/universidades e institutos de pesquisa	94
Terceiro setor (ONGs e fundações privadas)	69
Veículo de mídia alternativa	61
Sindicato	48
Política	21
Editora	20
Por conta própria	19

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Gráfico 18: Organização em que trabalha



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Em primeiro lugar, a categoria “Agências”, com 275 menções, inclui as alternativas “Agência de comunicação”, “Agência de eventos”, “Agência de marketing digital”, “Agência de publicidade”, “Assessoria de imprensa” e os itens isolados “Agência especializada em apresentações, treinamento e desenvolvimento” e “Empresa de comunicação que presta serviços e aluguel de equipamentos para a Câmara de Vereadores”.

Na sequência, também bastante enumerada, vem “Setor público”, com 204 citações e que abarca as opções “Empresa pública no departamento/área de comunicação” e “Setor público, órgão governamental ou empresa estatal” acrescido dos itens “Estado”, “Escola técnica estadual”, “Hospital 100% SUS”, “Paraestatal” e “TV universitária pública”.

As alternativas originais “Empresa privada no departamento/área de comunicação” e “Veículo da grande mídia” ficaram, respectivamente, com a terceira (121 menções) e a quarta (116) posições na classificação. Cabe esclarecer que se juntaram à “Empresa privada” os itens “Escola particular no departamento/área de comunicação” e “Empresa do setor financeiro com uma área de notícias”, enquanto “Rádio FM” e “Rádio comercial” se somaram à “Grande mídia”.

A categoria “Faculdades/universidades e institutos de pesquisa”, com 94 citações, representa a combinação das opções “Faculdade/Universidade como professor” (49) e “Faculdade/Universidade no departamento/área de comunicação” (41) com os itens “Universidade pública/área de comunicação”, “Instituto de pesquisa” e “Instituto privado de pesquisa”. É preciso destacar que uma respondente, que atua como autônoma e que havia sido demitida, no período da pandemia, de uma faculdade particular onde atuava como professora, também foi adicionada à classificação por conta do teor das demais respostas dadas no questionário, as quais faziam referência à atividade de trabalho no ambiente acadêmico.

Na sexta, sétima e oitava posição, com 69, 61 e 48 menções, aparecem respectivamente as opções originais “Terceiro setor (ONGs e fundações privadas)”, “Veículo de mídia alternativa” e “Sindicato”. Sob o guarda-chuva “Política” (21 citações) foram incluídas as alternativas

“Gabinete político” e “Partido político”. Na penúltima colocação, aparece mais um item preservado do formulário, que é “Editora”, mencionado 20 vezes.

Fechando a catalogação principal, tem-se a categoria “Por conta própria”, em que houve a alocação de 19 itens diversos que apontaram atuação dos comunicadores fora de organizações. Pelo sistema de auto declaração, encontram-se neste tópico profissionais liberais, autônomos, freelancers, microempreendedores individuais (MEIs), micro empresários e até uma pessoa que se definiu como empreendedora e que é sócia/proprietária de um negócio.

É preciso pontuar que as 11 classificações criadas não representam todas as menções elencadas na pergunta. Como destacamos anteriormente, por se contar com a possibilidade de marcar mais de uma opção, além de acrescentar outras às 17 listadas previamente, houve itens que ficaram à margem da sistemática utilizada, casos, por exemplo, de “Administradora de seguros”, “Aeroporto”, “Movimento popular”, “Suporte ao cliente”, “Startup de educação a distância” e “Redação”, entre outros, que não permitiram uma catalogação mais apropriada.

A Tabela 4, a seguir, sintetiza a análise geral das respostas sobre qual o(a) respondente considera ser sua profissão. A questão aberta trouxe uma infinidade de declarações sobre a identidade profissional, cujas respostas passamos a analisar.

Tabela 4: Relação das indicações principais das profissões dos respondentes

Indicação da categoria profissional	Respostas principais
Jornalistas	467
Publicitário	61
Comunicadores em geral (corporativa/social/financeira/comunitário/institucional/popular) e comunicólogos	61
Assessores de comunicação e de imprensa	53
Relações Públicas	42
Professores	32
Redatores	15
Gerentes/Gestores	14
Repórteres	14
Designers	13
Radialistas	13
Profissionais da área (comunicação/comunicação e marketing/comunicação estratégica/educação/mídia digital)	11
Analistas em geral (campanhas digitais/clientes/comunicação/dados/mídias sociais/tráfego)	10
Consultores	8
Editores	8
Produtores de conteúdo	8
Profissionais de marketing	8
Empresários	7
Especialistas da área	4
Produtores	4
Cientista/Pesquisador	3
Cineasta/Diretor	3
Cinematográfico/Documentarista	3
Atendimento publicitário	2

Locutor	2
Planejador	2
Social Media	2
Blogueiro, Cinegrafista, clipador, Diagramador, Escritor, Estrategista, Estudante, Fotojornalista, Mentor, Vendedor de publicidade e Videomaker	1 cada

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Foram 876 respostas consideradas válidas à questão sobre a profissão dos respondentes (*Independentemente de sua área de formação, qual você considera ser a sua profissão?*). Houve três respostas que não se aplicavam à questão e outras 15 de pessoas que consideraram sua profissão como não sendo ligada diretamente à área de comunicação como “administrativo”, “advogado”, “assessor político”, “bancário”, “servidor público” e “engenheiro”.

Na análise das respostas válidas, primeiramente procuramos organizar os respondentes para sabermos as características mais gerais desse universo. Para isso, criamos *clusters* que possibilitaram agrupar indicações semelhantes da profissão, desconsiderando especificidades. Por exemplo, se o respondente se considerava analista, neste primeiro momento nós não diferenciamos os que se diziam analistas de dados e os que se diziam analistas de comunicação. Ou seja, agrupamos aqueles que se disseram analistas, assessores ou profissionais de alguma área, considerando apenas a designação mais geral. Também fizemos isso com os conteudistas, os designers e os redatores.

Esse exemplo serve também para outras indicações profissionais como jornalistas. A grande maioria indicou apenas ser jornalista, mas alguns especificaram a sua identidade profissional com um adjetivo (profissional, investigativo, organizacional) que não foi considerado para fins de quantificação dos respondentes. Todos eles foram agrupados como sendo jornalistas.

Desse modo, ao observarmos a relação das 876 respostas válidas percebemos que mais da metade dos respondentes (467 ou 53,3%) afirmou que se identifica com a profissão de jornalista. Em segundo lugar aparecem os que se reconhecem como publicitários (7%), assessores de comunicação (6%) e comunicadores (6%), seguidos de relações públicas (4,8%) e professores (3,6%). Estes seis grupos representam 80,7% de todos aqueles que responderam ao questionário, não obstante termos recebido respostas de outras dezenas de categorias relacionadas à comunicação.

ABRINDO O LEQUE DAS RESPOSTAS

Quando nós nos detivemos sobre a parte dos respondentes que colocaram mais de uma atividade nesta resposta (7,4%), percebemos que algumas delas apenas especificavam a identificação profissional como, por exemplo, “comunicador, produtor cultural” ou “jornalista, assessor de imprensa”. Se na Tabela 4 nós optamos por colocar a primeira dessas identidades profissionais, a seguir, na Tabela 5, nós preferimos adequar as respostas à especificidade dada pelo respondente. Então, o aspecto genérico foi desconsiderado e o “comunicador, produtor cultural” passou a ser considerado como produtor cultural apenas, bem como o “jornalista”, assessor de imprensa foi considerado como “assessor de imprensa”. Nestes casos, nós consideramos a identificação mais específica da profissão.

Outras respostas colocaram identificações profissionais distintas, como por exemplo "publicitário e professor", "designer gráfico e palestrante" ou "jornalista e relações públicas", e considerando a impossibilidade de identificação profissional única, para fins de análise, nós separamos essas respostas. Assim, os números apresentados na Tabela 5 são distintos e em maior número do que os que foram apresentados na Tabela 4.

Tabela 5: Relação com todas as indicações profissionais dos respondentes

Indicação da categoria profissional	Respostas
Jornalistas	468
Assessores de imprensa/comunicação	62
Publicitários	62
Comunicadores/Comunicólogos	56
Professores	47
Relações Públicas	46
Produtores de conteúdo	17
Designers	15
Gerentes/Gestores	14
Radialistas	14
Repórteres	14
Redatores/Redatores publicitários	13
Profissionais da área	11
Analistas	10
Editores	10
Empresários	9
Profissionais de marketing	9
Consultores	8
Especialista em Comunicação	5
Escritor	3
Atendimento publicitário, Locutor, Pesquisador, Realizador audiovisual, Storyteller e Vendedor	2 cada
Agente Cultural, Apresentador, Artista, Blogueiro, Cientista, Cineasta, Cinegrafista, Clipeiro, Diagramador, Diretor Cinematográfico, Divulgador, Documentarista, Educador, Educomunicador, Estudante, Fotojornalista, Guia de Turismo, Instrutor, Mentor, Motorista, Músico, Palestrante, Pesquisador de Arte, Planejador, Produtor Audiovisual, Produtor Cultural, Publisher, Tradutor, Videomaker.	1 cada

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Nesta situação, apesar de boa parte das principais categorias ter aumentado o número de respostas, percebe-se que a de jornalistas permaneceu quase igual. Isso se deve ao fato de ser semelhante ao número de pessoas que haviam indicado a profissão de jornalistas como secundária, como ocorreu com professores, principalmente, e a que indicou ser jornalista e assessor de imprensa. Com isso, a quantidade total de quem se identifica como jornalista ficou quase igual. A categoria que mais avançou foram os produtores de conteúdo, indicando, possivelmente, que essa é uma das atividades secundárias mais exercidas pelos profissionais de comunicação.

Na continuidade da análise, nós buscamos criar *clusters* profissionais para agruparmos definições similares da profissão. Desse modo, o jornalista que afirmou ser “jornalista organizacional” ou “jornalista com ênfase em assessoria de imprensa” foi classificado como parte da categoria profissional dos trabalhadores da comunicação organizacional. E foram incluídos entre esses profissionais, os quais usaram uma grande variedade de designações para indicar que atuam com comunicação no contexto das organizações. Eles se designam como “assessores” ou “analistas” e também como “profissionais de” ou “especialistas/estrategistas em comunicação”.

O mesmo aconteceu com o “cientista” ou os “pesquisadores” que foram classificados na categoria de profissionais da educação, bem como o “editor de vídeo”, colocado no grupo dos profissionais do audiovisual. Na categoria dos jornalistas foram incluídas as identificações profissionais tipicamente dos jornalistas (repórter, editor, diagramador e fotojornalista, quando foi possível identificar essa especificidade). No caso dos publicitários, incluímos aqueles que se identificam com essa atividade, mas a designaram de outras formas (redator, planejamento e atendimento publicitário) e os somamos aos profissionais de marketing, por conta de comporem a área de comunicação mercadológica. Quando o respondente se classificou de modo genérico como comunicador e especificou a sua atuação como, por exemplo, “realizador audiovisual”, ele foi incluído no grupo dos profissionais de audiovisual e não no dos que se identificaram apenas como comunicadores.

Consideramos, para fins de elaboração da Tabela 6, as atividades profissionais conforme especificado anteriormente na Tabela 5, que se atém às indicações profissionais e não apenas ao número de respondentes.

Tabela 6: Clusters das identificações profissionais

Indicação da categoria profissional	Número de respondentes
Profissionais do Jornalismo (inclui apresentador, cinegrafista, diagramador, fotojornalistas)	486
Profissionais de comunicação organizacional (inclui analistas, assessores, consultores, clipeiro, comunicadores, especialistas e profissionais de comunicação e relações públicas)	199
Publicitários/Marqueteiros (inclui atendimento, divulgador, redator e vendedor)	81
Profissionais da educação (inclui cientista, educador, educador, estudante, palestrante, pesquisador e professor)	55
Profissionais ligados à internet e redes sociais (inclui blogueiro, conteudista, produção de conteúdo e social media)	28
Profissionais da gestão (gerente, gestores e empresários)	23
Profissionais da voz (locutores e radialistas)	16
Designer (inclui gráfico/de estampas/de produção)	14
Profissionais do audiovisual (cineasta, diretor cinematográfico, editor/produtor/realizador audiovisual)	10
Demais profissionais/de áreas afins (agente/produtor cultural, artista, editor, escritor, guia de turismo, mentor de comunicação, motorista, músico, pesquisador de arte, publisher, storyteller, tradutor)	23

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Esta forma de agrupamento levou em consideração definições que podem representar a mesma atividade ou algo muito próximo como, por exemplo, cineasta, diretor cinematográfico e documentarista ou cientista e pesquisador ou os conteudistas, geradores/produtores de conteúdo e social media. Percebe-se que as principais identificações dos respondentes permanecem ligadas diretamente ao Jornalismo, com 52% dos respondentes tendo se identificado com uma profissão nessa área. Em seguida ficam os que identificamos como profissionais de comunicação organizacional, com 21,3%; seguido daqueles que atuam com a comunicação mercadológica (publicitários e profissionais de marketing), com 8,6%; e depois vêm os que se identificam profissionalmente com a área da educação, 5,9%. Ficaram próximos aqueles profissionais identificados com a produção de conteúdo e as mídias sociais e aqueles identificados com a gestão, 3% e 2,5%, respectivamente. Os profissionais radialistas e locutores, os designers e os profissionais da área de audiovisual registraram 1,7%, 1,5% e 1% de respostas, respectivamente. Por fim, um grande grupo se formou com profissionais se identificando com áreas afins como agente/produtor cultural, escritor, músico etc., 2,5%.

OCUPAÇÕES RECONHECIDAS

Para fins de reconhecimento das identidades profissionais, nós recorreremos à Classificação Brasileira de Ocupações (CBO⁶), buscando correspondência entre a indicação dos respondentes e a classificação feita pelo Ministério do Trabalho. A CBO foi instituída em 2002 e tem por finalidade a identificação das ocupações no mercado de trabalho. Boa parte das profissões indicadas pelos respondentes está listada na CBO, mesmo com a necessidade de alguma adaptação. No entanto, ficam de fora as designações estrangeiras como videomaker e *storyteller* e outras mais recentes como educador ou como realizador audiovisual.

Conquanto haja um leque muito variado de identificações profissionais, o que se depreende dessa gama de atribuições de si no trabalho é o período conturbado e mudancista que estamos vivendo. Há uma profunda reestruturação nas plantas das empresas, das funções e das profissões. Parece-nos que a fragmentação de funções e o amplo espectro de atividades vinculadas a elas demandam um movimento duplo em relação à formação profissional e intelectual desses trabalhadores. Um movimento de ampliação e incorporação de novos temas para o desenvolvimento de competências e habilidades; e um segundo de aprofundamento em especialidades para a capacitação dessas competências e habilidades.

Esse quadro também recoloca a discussão sobre as deontologias profissionais e seus quadros de valores éticos. Esse aspecto se dá pela *melange* entre jornalismo e produção de conteúdo; entre publicidade e análise de mídias, gestores e assessores e outras novidades. No mais, são preocupantes as condições de trabalho, os baixos salários e as extensas jornadas, com vínculos precários constatados na pesquisa.

⁶ <https://empregabrasil.mte.gov.br/76/cbo/>

DIVERSIDADE DE COMPETÊNCIAS PARA AS FUNÇÕES: QUADROS COMPARATIVOS DAS FUNÇÕES E ATIVIDADES POR FORMAÇÃO

Os quadros que seguem são resultado do cruzamento de três perguntas: *qual seu curso de graduação?*, *qual é o seu cargo/função atual?* e *quais são as principais atividades que realiza no trabalho?*. As formações superiores foram filtradas e separadas em quadros, os quais permitem observar os tipos de cargos/funções que os profissionais ocupavam no período em que responderam à pesquisa e quais atividades realizavam nessas funções. Foram separados em Relações Públicas, Publicitários, Cinema e Audiovisual, Rádio e TV, Jornalistas e, por fim, a categoria “Outras formações” que aglutina habilitações informadas pelos respondentes que também atuam no setor produtivo da comunicação.

Tabela 7: Relações Públicas

Graduação	Cargo/ Função	Principais Atividades
Relações Públicas	Autônomo	Assessoria de Imprensa, revisão de textos, redação de textos.
Relações Públicas	Analista de Pesquisa	Atendimento ao cliente, gerenciamento de campo, análise de dados, geração de insights, gerenciamento de projetos.
Comunicação Social, Relações Públicas	Atendimento	Produção de conteúdo, relacionamento com imprensa, produção de relatórios.
Relações Públicas	Relações Públicas	Supervisora de Cursos Empresariais, representante para acompanhamento dos trabalhos relativos à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais, responsável em acompanhar as alterações dos procedimentos e padronização dos processos na ISO:9001:2015, secretária da Diretoria atendendo as demandas do presidente e diretores, atendimento à empresas, controladoria de contratos ativos.
Relações Públicas	Diretor	Direcionamento estratégico e gestão de pessoas.
Comunicação organizacional	Auxiliar de Marketing	Comunicação interna, estratégias de marketing, eventos, artes gráficas.
Relações Públicas	Diretor de Comunicação	Assessoria de Comunicação, edição, reportagem, produção de vídeo, gestão de redes sociais.
Relações Públicas	Analista de Comunicação Pleno	Planejamento, criação gráfica e audiovisual, organização de eventos.
Relações Públicas	Chefe de Planejamento e Relações Públicas	Gerenciamento de Projetos, compliance (controle interno, gestão de riscos e conformidade), gestão da imagem institucional, eventos e cerimonial.
Relações Públicas	Analista de Conteúdo	Análise, clipping e relatórios.
Relações Públicas	Assistente de Marketing	Acompanhamento de campanhas, produção de materiais gráficos e ações para prospecção, contato com a agência e fornecedores, desdobramento de peças da campanha para a mídia digital (site e redes sociais da empresa), revisão de textos para site, spot e merchandising de rádio e TV, aprovação de campanhas e planos de mídia, apoio a área comercial.

Relações Públicas	Relações Públicas	Análise de mídias sociais, levantamento de oportunidades, responding, produção de copys, seleção de influenciadores.
Relações Públicas	Docente	Pesquisas, estudos de casos, preparar as aulas, provas, trabalhos, ministrar as disciplinas específicas de Relações Públicas, corrigir trabalhos e provas.
Relações Públicas	Colunista	Coluna para portal e coluna de uma rádio.
Relações Públicas	Relações Institucionais e Internacionais	Gestão de grupos, relacionamento com conselhos, assessoramento à diretoria, gestão de projetos, criação de conteúdo.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Tabela 8: Publicidade e Propaganda

Graduação	Cargo/ Função	Principais Atividades
Publicidade e Propaganda	Marketing Manager LATAM	Planejamento, campanhas on e off, webinars, reports.
Comunicação Social, Publicidade e Propaganda, Arquitetura e urbanismo	Designer de Estampas, Designer Gráfico	Desenvolvimento de estampas para o setor vestuário, e criação e desenvolvimento de posts para redes sociais.
Publicidade e Propaganda	Gerente de Operações	Trabalhar nos processos, entender relatórios e gaps da empresa, otimizar os trabalhos e as equipes, dar ensinamentos sobre o mercado de trabalho em que atuo, ajudar as pessoas a pensarem no início, meio e fim de cada projeto/cliente/história, dar uma visão macro e previsibilidade diante de escopos e premissas etc.
Publicidade e Propaganda, Direito	Head de Planejamento e Conteúdo	Gestão de equipe, planejamentos estratégicos, posicionamentos de marcas, planejamento de conteúdo.
Publicidade e Propaganda	Auxílio Operacional	Checagem e separação de equipamentos para gravação em reportagens externas, carregamento dos equipamentos até veículo de reportagem, monitoramento do áudio durante as gravações externas, prestar assistência ao repórter cinematográfico durante as gravações externas, identificar as mídias utilizadas na câmera de acordo com a pauta/retranca da reportagem.
Publicidade e Propaganda	Media Planner	Planejamento estratégico de mídia paga em campanhas online.
Publicidade e Propaganda	Gestor de Mídia Digital	Planejamento e execução de mídia de campanhas digitais, criação de campanhas.
Publicidade e Propaganda	Publicitário, Designer Gráfico, Gestor de Tráfego	Campanhas publicitárias, design gráfico, gestão de tráfego.
Publicidade e Propaganda	Planner	Análise de campanha e direcionamento criativo.
Publicidade e Propaganda	Analista de Comunicação	Redação de textos noticiosos e manutenção da intranet.
Publicidade e Propaganda	Copywriter	Pesquisa e elaboração de textos, conceitos e estratégias de campanha.

Publicidade e Propaganda	Social Media	Criar e publicar posts de clientes nas redes sociais, criar anúncios para os clientes que atendo, gerar relatórios para avaliar resultados.
Publicidade e Propaganda	Copywriter	Revisão de copy para landing pages e anúncios pagos, aprovação de conteúdo orgânico e pago para redes sociais, construção de scripts de lançamento, discussão de briefings, colaboração com o planejamento criativo de projetos, criação de conteúdo para redes sociais, planejamento estratégico.
Publicidade e Propaganda	Gerente de Projetos	Gerenciamento de projetos na área de tecnologia, como desenvolvimento de sites, aplicativos etc.
Publicidade e Propaganda	Social Media	Planejamento de conteúdo postagem, monitoramento, SAC, relatórios e planejamento de mídia online.
Publicidade e Propaganda	Assistente de Marketing	Formular campanha online e offline, produzir conteúdo como designer, aferir métricas nas mídias sociais, produzir eventos.
Publicidade e Propaganda	Consultor, Facilitador de Grupos	Pesquisa, facilitação de grupos, projetos autorais de conteúdo.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Nas Tabelas 7 e 8, podemos observar as atividades antigas irem se somando a novas responsabilidades, assumidas pelos profissionais da comunicação nas diferentes áreas, como aqueles que realizam comunicação voltada para as plataformas de redes sociais.

Observamos também deslizamentos entre profissões em respostas como a de profissionais de Relações Públicas, na Tabela 7, que realizam edição, reportagem, produção de vídeo e criação gráfica e audiovisual, atividades comuns às profissões de jornalista, de publicitário e de realizador audiovisual. O mesmo fenômeno pode ser observado no Tabela 8, com o publicitário que realiza atividades de redação de notícias, a qual é comum ao trabalho jornalístico.

Na Tabela 8, chama a atenção ainda o profissional graduado em Publicidade e Propaganda e em Arquitetura e Urbanismo, o qual ocupa a função de designer de estampas e designer gráfico, desenvolvendo estampas para o setor de vestuário e criando e desenvolvendo posts para redes sociais. Esse comunicador desenvolve atividades a partir da hibridização dos saberes instituídos (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007) provenientes de suas graduações tanto para a indústria da moda, quanto para o setor da comunicação, forjando assim saberes investidos para um trabalho polivalente.

Tabela 9: Cinema, Audiovisual, Rádio e TV, Artes Visuais

Graduação	Cargo/ Função	Principais Atividades
Cinema e/ou Audiovisual, Jornalismo	Criador de Conteúdo	Reportagem, assessorias, criação de conteúdo para marketing digital, releases, legendas.
Cinema e/ou Audiovisual, Administração	Editor, Assistente, Diretor de Comunicação	Reportagens e produção de conteúdo.
Cinema e/ou Audiovisual	Produtor de Podcasts	Produzir, roteirizar e editar os podcasts da campanha.

Cinema e/ou Audiovisual, Design	Diagramador, Fotógrafo, Editor	Peças gráficas informativas para o site e redes sociais da instituição.
Cinema e/ou Audiovisual, Comunicação Social, Jornalismo, Rádio e TV	Jornalista	Produção e apresentação de reportagens e de produtos audiovisuais.
Cinema e/ou Audiovisual, Comunicação Social, Jornalismo, Publicidade e Propaganda	Editor de Imagem, Vídeo repórter.	Roteirista, operador de câmera, editor e finalizador.
Rádio e TV	Repórter de Rádio	Apuração, entrevista, texto, locução, edição de áudio.
Rádio e TV, Administração	Gerente	Gestão da rádio e vendas,
Rádio e TV	Operador de VT	operador de VT no centro exibidor.
Comunicação Social, Rádio e TV	Professor	Educação, liderança e apresentação de eventos e programas de rádio e TV.
Rádio e TV	Produtor de Conteúdo, Analista de Mídias Sociais	Produção de vídeos para social media e posts para social media.
Rádio e TV	Editor de Vídeo	Edição de vídeo, edição de áudio, locução, operação de lives, fotografia e filmagem.
Rádio e TV	Cinegrafista	Operação de câmera em reportagens cinematográficas.
Comunicação Social, Rádio e TV	Repórter Cinematográfico	Gravação de matérias jornalísticas, imagens e entrevistas.
Comunicação Social, Rádio e TV	Repórter, Redator	Reportagens na área de serviços.
Comunicação Social, Rádio e TV	Social Media	SAC.
Artes Visuais	Editor de VT, Produtor, Gestor de Projeto Cultural	Edição de imagens (foto e vídeo), produção cinematográfica e audiovisual/ elaboração e execução de projetos culturais.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Na Tabela 9 das formações para áudio e audiovisual, observa-se maior proximidade dos respondentes com as atividades para as quais o curso de graduação os prepara. Foge a isso o profissional que atua no SAC de organização e tem a função de social media.

Tabela 10: Formações diversas fora do campo da Comunicação

Graduação	Cargo/ Função	Principais Atividades
Administração	Analista	Gestão de canal de ouvidoria, apoio nas estratégias de engajamento, produção de conteúdo
Artes Plásticas	Coordenador do Núcleo de Imagem	Organização e coordenação da equipe e dos produtos impressos e online do jornal, escalas, diagramação, revisão de artes.

Administração	Radialista, Presidente da Associação Comercial.	Apresentação de programa, gravação, vendas de comercial.
Administração	Chefe de Seção de Comunicação Social	Assessoria de imprensa, designer, gestão de mídias sociais.
Análise e Desenvolvimento de Sistemas	Secretário Municipal	Produção de conteúdo informativo, resposta à imprensa, distribuição de material em veículos de comunicação, abastecimento de redes sociais, respostas aos cidadãos, agendamento de entrevistas para secretários municipais e outros, acompanhamento de ações, elaboração de projetos de comunicação, entre outros.
Biblioteconomia	Colaborador, Colunista da Agência de Notícias	Produção de matérias jornalísticas a partir do local que moro.
Biologia	Redator	Produção de textos para sites, blogs e redes sociais, produção de legendas para vídeos.
Ciências Sociais	Produtor, Roteirista, Copywriter, Social Media	Pesquisa e produção de pauta e roteiro, direção de gravação e edição de vídeos, marketing/social media.
Design	Assistente de Arte	Criação de peças para campanhas internas
Design	Docente, Diretor de Criação	Ministro aulas de Edição, animação e design, fora do ensino criação de identidade, gerencio redes sociais, motion para redes, edição de podcasts, criação de campanhas.
Direito	Na ONG, Faço Comunicação Comunitária	Reportagens, locução, programação etc.
Direito	Sou Independente com Meu Blog	Jornalismo ambiental.
Direito	Fotojornalista	Fotojornalismo.
Engenheira	Assessor de Comunicação na Secretaria de Obras	Interface de comunicação da Secretaria de Obras com outras instituições.
Letras	Redação	Redação de todos os tipos de peças de comunicação publicitária, on e off.
Letras	Locutor, Músico	Apresentação de programas radiofônicos de caráter musical e gravação de spots publicitários. Todo o trabalho é feito remotamente. Estamos há 1 ano em teletrabalho na rádio em que atuo.
Letras	Fotojornalista	Registro fotográfico e em vídeos de pautas jornalísticas.
História	Editor	Orientação de pauta e produção de conteúdo (texto, vídeos, webinars).
História	Agente Atividades Administrativas	Produção de textos jornalísticos sobre as ações do instituto federal.
História / Ciências Sociais	Assessor de Comunicação, Editora de Jornal, Radialista, Social Media	Assessoria de imprensa, planejamento de comunicação, produção de notícias, gravação de boletins e podcasts, edição de jornal diário para o rádio, organização e planejamento de redes sociais.
Marketing	Diretor de Projetos	Desenvolvendo projetos de comunicação.

Pedagogia	Agente Legislativo	Editor de notícias.
Serviço social	Consultor em Comunicação	Gestão do Instagram, escrita de textos, monitorar os emails.
Serviço Social	Responsável pelo Conteúdo Diário de Redes Sociais	Alimentação de redes sociais, escrita de textos para redes.
Turismo	Coordenador de Programação	Programação de emissora de rádio, gravação de spots e matérias, análise de conteúdos, articular parcerias com outras emissoras.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A Tabela 10 apresenta respondentes com graduações fora do campo da Comunicação, mas com funções de trabalho na comunicação. Podemos observar a presença de profissionais formados em áreas afins que eventualmente participam do trabalho da comunicação, caso da formação em Administração, Biblioteconomia, Design, Letras e Marketing. Vemos historiadores que por formação são estimulados à pesquisa o que se aproxima muito do processo de investigação jornalística. E profissionais formados em Letras que atuam com redação publicitária.

Mas além da aproximação comum entre atividades da comunicação e áreas afins, vemos no quadro profissionais formados em áreas das Ciências Sociais, Humanas, Exatas e Naturais assumindo atividades do campo produtivo da comunicação. Isso se deve à popularização das tecnologias de informação e comunicação (TICs) contemporâneas, das mídias sociais e de equipamentos para gravação de imagem e som, que têm permitido a muitos trabalhadores produzir materiais comunicativos institucionais, noticiosos e mercadológicos, sem necessariamente ter formação na área. Em alguns casos, como do respondente formado em Engenharia, que é Secretário Municipal de Obras, sua competência o qualifica para a função que ocupa e para a produção de conteúdos relativos ao setor em que atua.

Olhando para as funções e as atividades, vemos também como a produção de conteúdos para mídias sociais mobiliza profissionais das mais diversas formações. A função *social media*, ou funções similares a ela, aparece como atividade de jornalistas, publicitários, relações públicas, profissionais de rádio e tv, assistente social, advogado, como podemos ver na Tabela 11.

Tabela 11: Produtores de conteúdo para mídias sociais

Graduação	Cargo/ Função	Principais Atividades
Relações Públicas	Coordenador de Comunicação	Mídias Sociais, Plano de Comunicação Externa, Marketing Digital, Comunicação Interna.
Publicidade e Propaganda	Social Media	Criar e publicar posts de clientes nas redes sociais, criar anúncios para os clientes que atendo, gerar relatórios para avaliar resultados.
Publicidade e Propaganda	Social Media	Planejamento de conteúdo postagem, monitoramento, SAC, relatórios e planejamento de mídia online.
Rádio e TV	Produtor de Conteúdo, Analista de Mídias Sociais	Produção de vídeos para e posts para social media.

Comunicação Social, Rádio e TV	Social Media	SAC.
Comunicação Social, Jornalismo	Gestor em Mídias Digitais	Comunicação digital e marketing digital.
Jornalismo	Social Media, Coordenador de Comunicação	Administração de redes sociais, produção de pautas, produção de conteúdos.
Marketing	Analista de Comunicação, Professor	Conteúdo para redes sociais e articulação com demais setores de comunicação.
Serviço Social	Responsável Pelo Conteúdo Diário de Redes Sociais	Alimentação de redes sociais, escrita de textos para redes.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A Tabela 11 sintetiza aspectos de multifuncionalidade e de novas funções que levam a questionar os perfis das profissões tradicionais do campo da comunicação. Vem se evidenciando certa perda de identidade profissional. Entre as profissões e funções cresce a aglutinação, demarcada pela própria nomenclatura da atividade de trabalho a qual substitui as formas expressivas dos gêneros e formatos do Jornalismo (notícias, informações, reportagens etc.) e da Publicidade e Propaganda (anúncios, informes publicitários, campanhas, etc) pelo termo genérico produção de conteúdo.

A descrição das atividades realizadas pelos comunicadores aqui identificados como produtores de conteúdos para mídias sociais revela a hibridização de atividades provenientes de suas áreas de formação em comunicação (Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Rádio e TV, Cinema e Audiovisual, Relações Públicas e Marketing) com as demandas próprias da dinâmica comunicacional das plataformas de redes sociais. Demarca-se assim o investimento desses profissionais em novos saberes para a realização de suas atividades de trabalho a partir dos saberes instituídos (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007) de diferentes campos profissionais.

Contudo, mais do que celebrar o aparecimento de novos segmentos de trabalho na comunicação, é preciso atentar para as contradições que a eliminação das fronteiras profissionais suscita. Afinal, as deontologias próprias de cada profissão apontam para objetivos de trabalho diferentes e se amparam em valores sociais também diversos que, por sua vez, demandam um *ethos* e uma ética próprios. As indicações dos respondentes sobre suas atividades estabilizam modos de produzir e circular informações reguladas por outras normas. Essas normas podem coincidir ou não com os valores das próprias plataformas digitais, as quais não são apenas suportes de comunicação, mas empresas e agentes de uma nova geopolítica econômica (SRNICEK, 2018).

Diante disso, o que se pode apontar, a despeito de não termos dados mais qualitativos sobre o trabalho desses produtores de conteúdo, é que esse novo saber-fazer pode mobilizar um saber-ser, uma identidade de trabalho diferente e um *ethos* profissional singular, que não coincide em termos deontológicos com os *ethé* jornalístico, publicitário, de relações públicas, de rádio e TV e de cinema e audiovisual e até mesmo da profissão de serviço social, que aparece também no conjunto de respostas da Tabela 11.

Jornalismo

Dentre o universo total de respondentes, 526 afirmaram que são graduados em Jornalismo. Destes, 478 responderam às questões 22 e 23 sobre cargo e função e também descreveram suas atividades de trabalho.

Para fazer a análise, separamos os respondentes por tipo de local de trabalho e, nesta particularidade, listamos na Tabela 12 as principais funções respondidas e quais são as principais atribuições profissionais listadas. Na Tabela 12 estão descritas as atividades dos respondentes que atuam na grande mídia, ou seja, pressupõe-se uma redação (seja ela virtual ou física) como o cenário do desenvolvimento do trabalho.

Tabela 12: Jornalismo na Grande Mídia

Graduação	Cargo/ Função	Principais Atividades
Jornalismo	Analista de Redes Sociais	Edição de redes sociais, planejamento, revisão e criação de conteúdo.
Jornalismo	Apresentador	Apresentação de jornais, reportagem, edição.
Jornalismo	Coordenador de Conteúdos Digitais	Realização de entrevistas, reportagens, atualização de sites e redes sociais.
Jornalismo	Edição de produtos de Imagem	Seleciono notícias que serão veiculadas em painéis pela cidade.
Jornalismo	Editor	Curadoria de conteúdo, edição de textos, planejamento e gestão.
Jornalismo	Editor	Acompanhamento de pautas, edição de texto e coordenação de equipe.
Jornalismo	Editor assistente	Edição e reportagem.
Jornalismo	Editor de mídias audiovisuais	Edição de matérias jornalísticas para telejornais locais e de rede.
Jornalismo	Estagiário de Jornalismo, Gestor de Mídias Sociais.	Produção de conteúdo para redes sociais, redação de matérias jornalísticas para o site, redação de notas para o site, produção de conteúdo multimídia para redes sociais, redação de reportagens para revista, auxílio de produção em eventos.
Jornalismo	Repórter	Produção de matérias para todas as plataformas impressa e digital e conteúdo para redes sociais.
Jornalismo	Repórter freelancer	Produção de conteúdo para diversas editorias, em ordem de demanda: tecnologia, esportes, periferia e impacto social.
Jornalismo	Repórter, Apresentação, Coordenação de Jornalismo	Reportagens para rádio, apresentação de radiojornal, VTs curtos para TV do grupo de comunicação, Textos para jornal impresso do grupo de comunicação.
Jornalismo	Editor, Repórter	Edição, apuração, reportagem, entradas de trânsito em rádio, controle do whatsapp da redação, controle das demandas de reportagem do setor, edição da capa do site.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Dos formados em jornalismo que atuam na grande mídia, a função de repórter e a de editor foram as mais citadas. As atividades desenvolvidas em torno da pauta ainda versam sobre funções e tarefas tradicionalmente realizadas pelos profissionais de jornalismo, como apuração, curadoria de conteúdo, produção, reportagem. Alguns profissionais fazem este tipo de serviço e ainda se envolvem em novas atividades no campo do jornalismo, a exemplo da gestão das redes sociais (controle do WhatsApp da redação) ou a alimentação das redes sociais como local da circulação da produção.

É importante destacar que mesmo dentro do escopo das atividades tradicionais ao campo do jornalismo (apuração, produção, reportagem, edição etc.), observa-se a realização de mais de uma atividade sob a rubrica de uma única função ou cargo. Esse fenômeno indica o acúmulo de funções e tarefas, uma realidade no mundo do trabalho do jornalismo, assim como o exercício da multimídia, identificado pela produção de notícias ou de conteúdo noticioso para mais de uma mídia (rádio, TV, internet, impresso, redes sociais e site), confirmando assim a polivalência midiática, tida hoje como uma competência mandatória para o trabalho em jornalismo.

Tabela 13: Jornalismo em agência de comunicação, agência de marketing digital, agência de publicidade, assessoria de Imprensa

Graduação	Cargo/ função	Principais atividades
Jornalismo	Analista de Comunicação	Produção de releases e notas, acompanhamento de entrevistas, articulação de pautas dos clientes junto aos veículos, gerenciamento de crise, produção de discurso e cerimonial para eventos, produção de textos para site, comunicados e newsletter.
Jornalismo	Analista de Comunicação II	Assessoria de imprensa, consolidação de dados para relatórios, coordenação de equipe de parceiros regionais e desenvolvimento e análise de planejamento de mídia 360º.
Jornalismo	Analista de Comunicação, Marketing Sênior	Relações Públicas, redes sociais, atendimento ao cliente, gestão de projetos.
Jornalismo	Assessor de Comunicação	Assessoria de comunicação, gerenciadora de conflitos, orientadora comunicacional, planejadora, estrategista, educadora e missionária.
Jornalismo	Assessor de Comunicação	Contato com a imprensa, gerenciamento de imagem, press release, mídias sociais.
Jornalismo	Assessor de Comunicação	Assessoria de Comunicação, redação, revisão, gerenciamento de mídias sociais, atualização do site, edição de vídeos, atendimento via WhatsApp, fotografia, edição de imagens, mestre de cerimônia.
Jornalismo	Consultor de Projetos Especiais	Comunicação Estratégica.
Jornalismo	Criação de Conteúdo Focado em Marketing, gerenciamento e Análise de Redes Sociais, Comunicação business to business, Desenvolvimento de Evento Online	Escrever, realizar posts nas redes, reuniões com clientes/associados, participação no desenvolvimento de eventos online, pesquisa de soluções.
Jornalismo	Diretor	Atendimento a clientes, gestão de equipe, gestão de crises, prospecção.
Jornalismo	Executivo de Atendimento	Atendimento ao cliente e coordenação de equipe interna e fornecedores (criação, produção e mídia).
Jornalismo	Marketing Político Digital, Assessor de Imprensa	Redes sociais, designer, redação, assessoria de imprensa.

Jornalismo	Proprietário de Empresa de Comunicação	Escrever artigos para terceiros.
Jornalismo	Redator	Transcrição e redação de noticiário.
Jornalismo	Social Media	Produção de conteúdo e gestão de redes.
Jornalismo	Superintendente de Comunicação	Assessoria de imprensa, atendimento à imprensa, gestão de equipe, produção de conteúdo digital, produção de release, gestão de contrato de agência de publicidade.
Jornalismo	Repórter, Curadora	Reportagem, organização de eventos, assessoria de imprensa.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Entre os formados em jornalismo, agrupamos os 129 respondentes que indicaram trabalhar em agência de comunicação, agência de marketing, agência de publicidade e assessoria de imprensa, pois diferentemente da redação, a organização do trabalho se dá sob outras lógicas (MOLIANI, 2020).

Como podemos averiguar na Tabela 13, as atribuições na agência são ainda mais variadas do que na mídia jornalística tradicional. A repórter, além de desenvolver a reportagem, organiza eventos e faz a assessoria de imprensa. Sob o guarda-chuva do léxico mais aberto como “produção 360°” ou “analista”, “assessoria de imprensa ou comunicação”, estão diferentes atividades que vão desde a produção de textos, vídeos ou posts para as redes sociais, até estratégias de gerenciamento de crise ou da própria equipe ou ainda com o estabelecimento de relacionamentos com os clientes e outros públicos estratégicos.

Ainda dentre os graduados em jornalismo, 50 responderam que atuam em departamento ou área de comunicação privada. As funções de repórter, analista de comunicação, assessoria de comunicação, coordenador de comunicação são as mesmas de outras organizações, contudo há diferença nas atividades.

Tabela 14: Jornalismo em empresa privada no departamento/área de comunicação

Graduação	Cargo/função	Principais atividades
Jornalismo	Analista de Comunicação e Conteúdo	Conteúdo de investimento, redes sociais, UX writing (experiência do usuário), comunicação dirigida, email MKT, conteúdo de blog.
Jornalismo	Analista de Comunicação	Planejamento de conteúdo das redes sociais da empresa, atendimento ao cliente nas redes sociais, desenvolvimento de textos para redes sociais e blog.
Jornalismo	Analista de Comunicação	Redação de textos, análise de matérias, atendimento de assessores.
Jornalismo	Assessor de Imprensa, Jornalista	Elaboração de matérias institucionais, organização e confecção de materiais para

		seminários, acompanhamento de reuniões de diretores e sócios, confecção de cards para publicações nas redes sociais (Facebook, Instagram e Whatsapp), atualização de Redes Sociais e plataformas virtuais, auxílio na elaboração de formulários de votação online para o Sindicato, disparo e acompanhamento de pesquisas e votações, organização e manutenção das listas de transmissão no WhatsApp, atendimento via WhatsApp, atendimento via email, atendimento via chats, contato com veículos de comunicação.
Jornalismo	Copyright, Redator	Textos, legendas, criação de campanhas etc.
Jornalismo	Repórter, Pauteiro, Editor, Social media, Designer	Selecionar pautas, desenvolver pautas, apurar, editar textos, editar textos de outros, fazer a postagem, postar no Instagram, fazer entrevistas, produzir as fotografias...

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Observa-se na Tabela 14 a prevalência de atividades relativas à produção de conteúdos para redes sociais que se hibridizam com atividades que podemos identificar como comuns às áreas do Marketing e da Publicidade. Nesse caso, os jornalistas lançam mão dos saberes instituídos de sua formação, sobretudo do saber de narração (TRAQUINA, 2005) e da produção de conhecimento acerca do cotidiano (GENRO, 2012), para realizar novas atividades de trabalho na comunicação, as quais diferem em termos deontológicos das atividades jornalísticas tradicionais, embora em muitos casos utilize técnicas discursivas comuns, como as presentes na formulação do chamado conteúdo patrocinado que disputa espaço, atenção e sentidos nos sites dos veículos de comunicação.

Os 41 respondentes que atuam em empresa pública, setor público, órgão governamental ou empresa estatal indicaram que ocupam funções como analista, assessor, repórter, jornalista, editor e coordenador de comunicação, como aponta o quadro a seguir.

Tabela 15: Jornalismo em empresa pública no departamento/área de comunicação, Setor público, órgão governamental ou empresa estatal

Graduação	Cargo/função	Principais atividades
Jornalismo	Assessor de Comunicação	Assessoria de Imprensa e Reportagem.
Jornalismo	Analista	Produção de textos, produção de vídeos, mídias sociais, assessoria de comunicação, planejamento de comunicação, organização de eventos.
Jornalismo	Jornalista	Gerenciamento de redes sociais, produção de material informativo, textos para revista.
Jornalismo	Produtor de Rádio	Produção de programas, roteiro cultural, entrevistas, boletim de notícias.

Fonte: CPCT/ECA-USP – Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano de pandemia da Covid-19?

A Tabela 15 mostra que os analistas, assessores, jornalistas e produtores também conjugam a realização de atividades tradicionais ao jornalismo com novas atividades, em especial aquelas realizadas com o objetivo de divulgar conteúdos nas plataformas de redes sociais.

Os 53 respondentes que trabalham no setor público, órgão governamental ou empresa estatal ocupam os cargos de assessor, coordenador, repórter, jornalista e editor, os quais foram os mais recorrentes nas respostas.

Tabela 16: Jornalismo no setor público, órgão governamental ou empresa estatal

Graduação	Cargo/função	Principais atividades
Jornalismo	Analista de Comunicação	Apuração de informações, entrevistas, peças de divulgação, comunicados institucionais, atualização de site, campanhas institucionais.
Jornalismo	Analista Legislativo	Reportagem.
Jornalismo	Assessor de Comunicação	Comunicação interna, comunicação externa e divulgação de eventos.
Jornalismo	Jornalista	Publicação e atualização de conteúdo no site e nas redes sociais, suporte nas atividades de Comunicação Interna, ações de assessoria de imprensa e mídia espontânea, assessoria aos gestores na definição de estratégias de Comunicação, na divulgação da marca da instituição e de processo seletivo.
Jornalismo	Repórter	Matéria, release, cobertura de evento, ronda.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Nota-se na Tabela 16 também a mescla de atividades tradicionais aos trabalhos de jornalista e de assessor de comunicação com novas atividades requeridas pela comunicação nas plataformas de redes sociais digitais.

Os 22 graduados em Jornalismo e que trabalham em sindicatos responderam que atuam como analista, assessor, jornalista e supervisor de comunicação.

Destaca-se que esses profissionais têm atribuições que poderiam ser enquadradas em mais de uma profissão, por exemplo, o assessor de comunicação que faz gestão, produz textos e também é designer. Outras duas respostas demonstram o grau de precarização do trabalho, como a do assessor de comunicação que respondeu que faz “tudo” e a supervisora de comunicação que não tem equipe e, portanto, só supervisiona o seu próprio trabalho, visto que declarou cuidar “sozinha de toda a comunicação da entidade”.

Tabela 17: Jornalismo em Sindicatos

Graduação	Cargo/Atuação	Principais atividades
Jornalismo	Assessor de Comunicação	Gestão de comunicação produção de texto mídias sociais e designer.
Jornalismo	Assessor de Comunicação Integrada	Tudo.
Jornalismo	Jornalista	Redação e edição de notícias, atendimento à imprensa, atualização de redes sociais e sites, criação de cards e diagramação.
Jornalismo	Supervisor de Comunicação	Cuido sozinha de toda a comunicação da entidade.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Identificou-se que 21 graduados em Jornalismo responderam que atuam no terceiro setor. Os cargos são os mesmos que aparecem em outras organizações e aqui também há semelhanças e diferenças nas atribuições, às vezes mais atividades ou distinções entre o que faz o assessor ou o diretor, por exemplo. A constituição social da organização revela outra lógica e condições de produção deste trabalho na comunicação, muitas vezes relacionados à prestação de contas e elaboração de conteúdos específicos da causa que defendem ou mesmo aqueles que referem-se aos editais públicos e privados.

Tabela 18: Terceiro setor (ONGs e Fundações privadas)

Graduação	Cargo/função	Principais atividades
Jornalismo	Assessor de Comunicação	Gestão de conteúdo, criação de campanhas, postagens em redes sociais, monitoramento de dados de site e redes. Comunicar os projetos e produtos da organização.
Jornalismo	Assistente de Comunicação e Marketing	Desenvolvimento de clipping semanal sobre o mercado socioeconômico brasileiro e espanhol e área de atuação das empresas associadas; Interface com assessoria de imprensa em eventos e produção de releases; Responsável pela produção de conteúdo e engajamento nas redes sociais (Facebook, Instagram e LinkedIn); Manutenção periódica de conteúdo para o site (compartilhamento de notícias, produção de textos pós-eventos, desenvolvimento de novas páginas de serviços, entre outros conteúdos pertinentes aos serviços disponíveis para as empresas sócias); Apoio na elaboração de roteiro para conteúdo de vídeo e interface com produtora; Elaboração de conteúdo editorial para as principais publicações da companhia.
Jornalismo	Social Media, Coordenador de Comunicação	Administração de Redes Sociais, Produção de Pautas, Produção de Conteúdos
Jornalismo	Diretor	Jornalista, Locutor, Editor

Fonte: CPCT/ECA-USP – Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano de pandemia da Covid-19?

A maioria dos 26 profissionais que atuam em “Faculdade/Universidade no departamento Jornalismo/área de comunicação” respondeu que trabalha como docente. Outras funções como jornalista, assessor de imprensa e analista de comunicação e marketing também foram marcadas, como verificamos no quadro a seguir. Há inclusive o caso de profissionais que têm dupla jornada de trabalho em instituições de ensino diferentes, atuando como jornalista em uma e como docente em outra, mostrando assim uma polivalência não só midiática ou funcional, mas profissional.

Tabela 19: Ensino

Graduação	Cargo/função	Principais atividades
Jornalismo	Jornalista terceirizada em uma universidade, servidora em outra universidade e professora em uma universidade particular	Produção de reportagens, atendimento à imprensa, produção de conteúdo para redes sociais
Jornalismo	Professor	Desenvolvimento científico, orientações científicas, aulas, palestras, preencher formulários burocráticos
Jornalismo	Analista de Comunicação e Marketing	Produção de conteúdo otimizado para SEO, Gestão de mídias Sociais, Gestão de Site, Análise de Dados
Jornalismo	Jornalista	Fazer vídeos, roteiros e textos

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Podemos observar nas tabelas, a mobilidade das profissões, especialmente quando olhamos para funções como assessor e analista. Por trás destas nomenclaturas há uma diversidade de atividades. O analista ou o assessor pode assumir diferentes funções que nem sempre são correspondentes àquelas vinculadas às suas áreas de formação. A nomenclatura pode ser mobilizada para nomear um profissional em diferentes situações de trabalho e oculta a generalidade das atividades que ele realiza.

Ainda hoje nos referenciamos em um sistema de definição das profissões que se baseia em uma lógica taylorista, do início do século XX, de alocação do trabalhador em atividades específicas. Todavia, esta caracterização não corresponde mais à dinâmica do mundo do trabalho de flexibilização das atividades profissionais. Essa situação tem se colocado como um duplo desafio para os sindicatos, que são um modelo de organização, também, sustentado nos pressupostos tayloristas do início do século XX. Primeiro porque os sindicatos têm dificuldades em acompanhar a mobilidade da polivalência e, segundo, porque resistem a essa mobilidade, tentando defender e demarcar a função. Ou seja, enquanto o jornalista é um trabalhador vinculado a um veículo de notícia, mesmo que ocupando funções polivalentes como na atualidade, ele é representado pelo movimento sindical. Mas, quando esse mesmo trabalhador jornalista (em razão das transformações no mundo do trabalho e da precarização do trabalho), é expulso de postos formais de emprego e forçado a assumir a personalidade jurídica de Micro Empreendedor Individual (MEI), ele deixa de ser reconhecido pelo movimento sindical como parte da categoria de trabalhadores, passando a ser reconhecido como empreendedor, ou seja, um capitalista. A estrutura do movimento sindical precisa refletir essas transformações na própria atividade em si do trabalho e reconhecer o impacto do trabalho por projeto, a exigência da polivalência e outras características do toyotismo nas mudanças da identidade profissional do e da jornalista.

Nesse contexto, olhar para as funções “assessor/analista” nos permite perceber como essas funções ampliam as possibilidades de mobilizar a polivalência e flexibilizar as atividades. Como são funções genéricas, este profissional pode fazer de tudo, inclusive ser desviado de função sem que isso se configure como tal. Por outro lado, também as descrições de perfis de categorias profissionais não dão conta das funções e das atividades que os comunicadores desempenham na realidade. Portanto, é preciso resguardar os papéis sociais das profissões em termos dos serviços que prestam para a sociedade, atentar para as mudanças que incidem na quebra de regulação entre direitos e deveres em benefício de uma lógica puramente mercantil. Sobretudo, é preciso estarmos atentos para intercâmbios que potencializam o saber fazer da área da Comunicação. A formação humanista ampla é cada vez mais necessária, visto que as ferramentas técnicas têm curta duração e constante renovação.

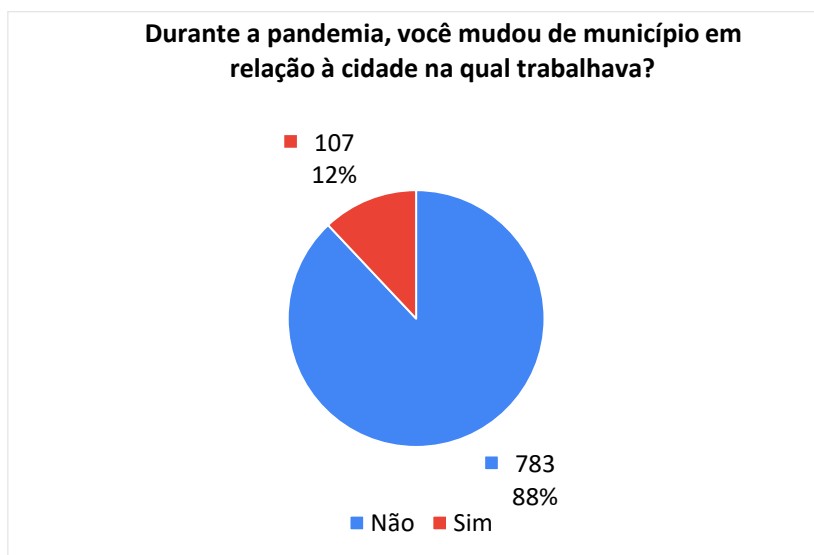
SEÇÃO IV – MODALIDADE DE TRABALHO NA PANDEMIA DE COVID-19

MUDANÇA DE MUNICÍPIO, MODALIDADE DE TRABALHO, RECURSOS EM EQUIPAMENTOS

As condições de trabalho se alteraram durante o afastamento social devido à pandemia de Covid-19. As exigências sanitárias transformaram os lares e os tradicionais locais de trabalho. Também houve deslocamentos de cidades, muitos voltaram à cidade natal, outros não fazem mais o deslocamento cotidiano da cidade de regiões metropolitanas para as capitais ou cidades maiores onde se localiza a organização para a qual trabalham. Esses fatores têm impactos para os serviços públicos, na gestão das cidades e, sobretudo, na vida das pessoas.

A questão fechada, *Durante a pandemia, você mudou de município em relação à cidade na qual trabalhava?* tem por objetivo levantar dados sobre as questões de mobilidade. O Gráfico 19 aponta que 107 respondentes, o que representa 12% da amostra da pesquisa, passaram pela mudança de local de moradia em relação ao local de trabalho.

Gráfico 19: Mudança de município durante a pandemia

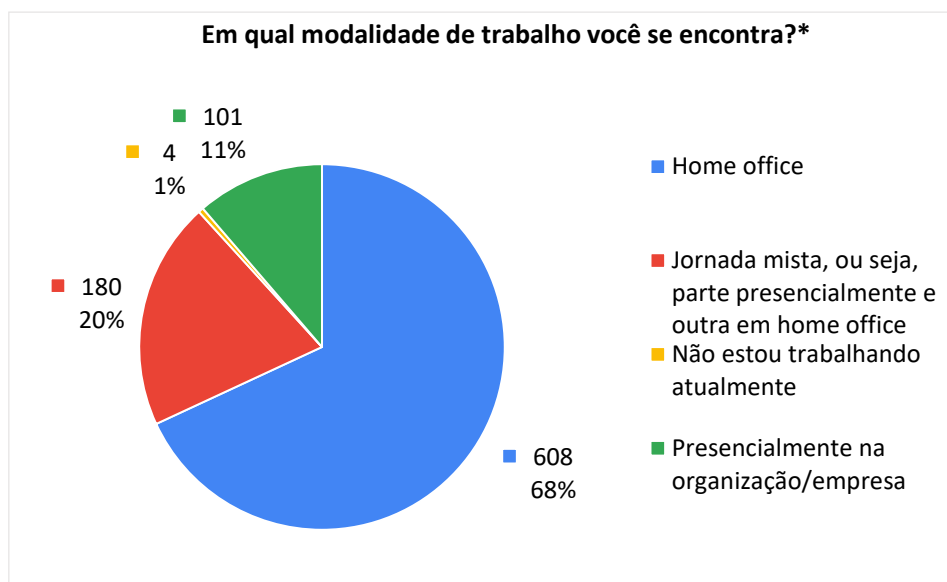


Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Se o deslocamento entre cidades não preponderou, o mesmo não aconteceu com a mudança do ambiente de trabalho para o ambiente privado da casa. Os trabalhadores das áreas de serviços foram os que mais puderam praticar a passagem do presencial para o trabalho remoto – *home-office*. O Gráfico 20 evidencia como a modalidade remota, do trabalho em casa, foi assumida pelos comunicadores. Foram 608 respondentes que afirmaram estar trabalhando em *home-office*, ou seja, 68% da amostra. Em jornada mista ou híbrida estão 180 respondentes,

20%; o trabalho presencial foi mantido segundo declaração de 101 comunicadores, 11% da amostra. Entre os respondentes, tivemos 4 respondentes que afirmaram não estar trabalhando no período da pesquisa.

Gráfico 20: Modalidade de trabalho

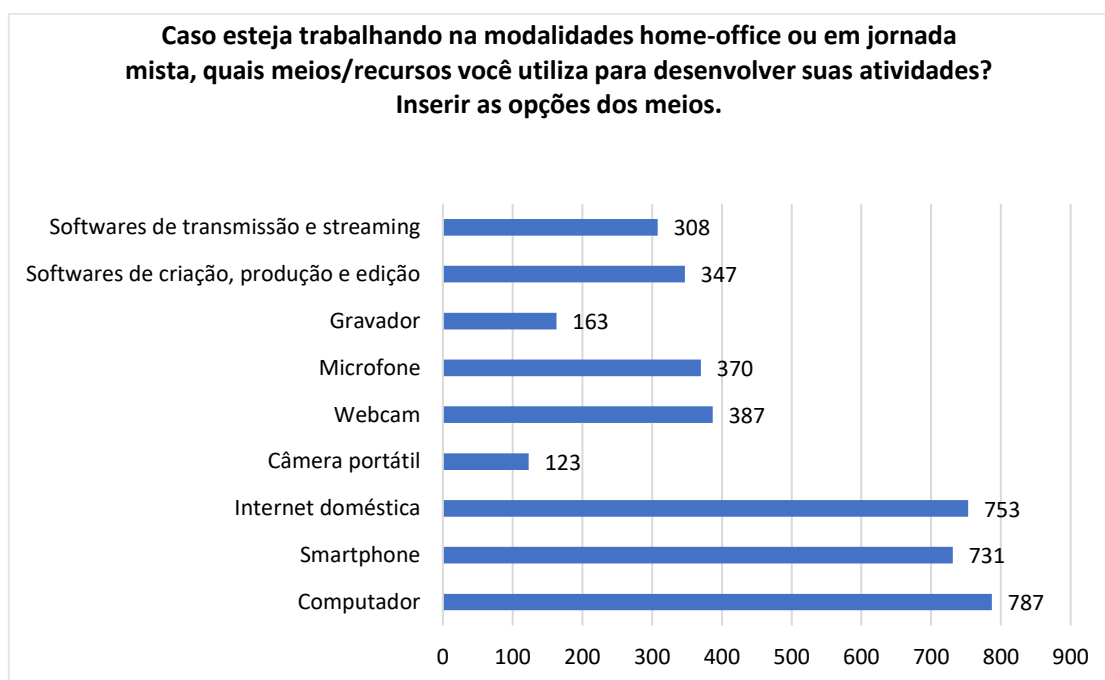


Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*105 não responderam ou não se aplicam a esta questão.

Transferir o trabalho da empresa para a casa não é uma tarefa simples. Envolve, entre outras questões, os equipamentos necessários à realização das atividades. O Gráfico 21 mostra como os comunicadores mobilizaram equipamentos e infraestrutura para o trabalho remoto e misto. Entre as dez alternativas oferecidas pelo questionário, o respondente pode marcar quantas respostas se adequaram aos recursos tecnológicos que mobiliza para o trabalho.

Gráfico 21: Recursos para desenvolver a atividade de trabalho em *home-office*

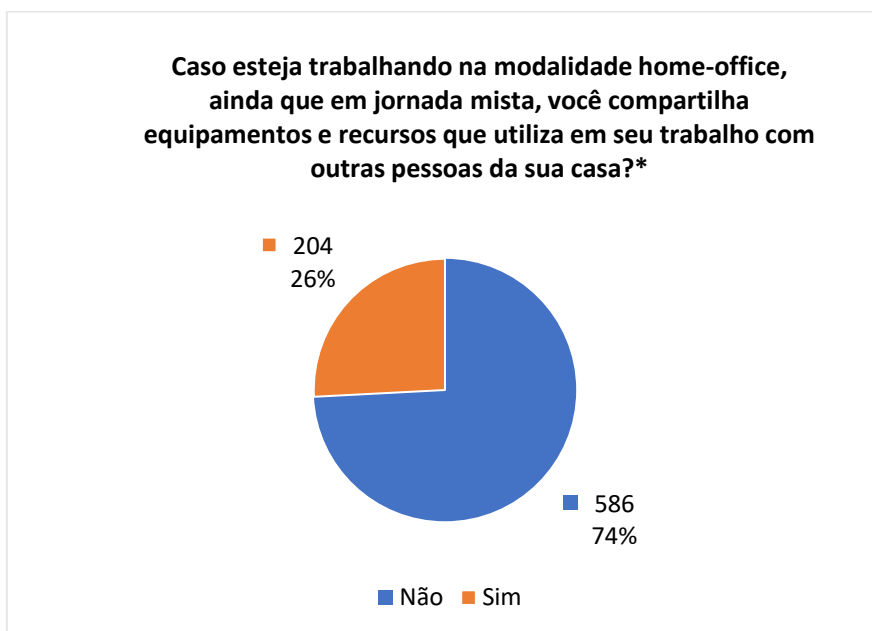


Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Computador, internet, smartphone, webcam, microfone, softwares de criação, produção e edição, software de transmissão e streaming, gravador e câmera portátil, nessa ordem, foram as declarações dos respondentes. Todos esses recursos precisaram estar disponíveis para o tempo de trabalho e com qualidade e capacidade de produção e transmissão da produção.

No território da casa, embora 170 respondentes tenham declarado morar sozinhos, compartilhar espaço e recursos é sempre uma gestão a ser negociada, sobretudo, quando se têm crianças em idade escolar. Esses equipamentos têm um custo e precisam de atualizações em caso de intensificação de uso. Essas preocupações foram demandadas aos respondentes e os gráficos seguintes trazem as respostas deles.

Gráfico 22: Compartilha equipamentos com outras pessoas durante *home-office*



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*114 não responderam ou não se aplicam a esta questão.

A maioria, ou seja, 586 respondentes não compartilham equipamentos com outros moradores da casa. Entre eles estão os que moram sozinhos. Mas 204 respondentes afirmaram compartilhar seus equipamentos com outros membros da casa.

A questão aberta posterior perguntou, aos que compartilham equipamentos, *Como se organizam para essa ação?* As respostas são as mais variadas. Desde que se compartilha apenas o WI-FI, a internet e cada um tem seu equipamento, até o compartilhamento de computadores que precisam ser agendados para uso; sem contar aqueles que estabelecem prioridades: “alternamos os horários das jornadas de trabalho”. Há os que mobilizam além da racionalidade, a paciência: “Com paciência e divisão de tempo”. A divisão dos equipamentos e a organização do tempo mobiliza toda a família: “Durante o período em que uso o computador para trabalho, minha companheira usa o celular ou um notebook emprestado da filha dela”; ou ainda “organizamos através de uma agenda as demandas e horários. Dividimos os equipamentos com os horários de aula do meu filho, que está em idade pré-escolar (4 anos)”. Há a singela resposta “três vezes por semana minha filha de três anos, com minha mediação, usa meu notebook para assistir às aulas da escolinha”; ou ainda esta: “a prioridade do laptop na parte da manhã é do meu filho que está em aula. Eu procuro ‘dar meu jeito’ com bloco de notas do celular caso precise fazer textos;” também nesta resposta há a prevalência do trabalho: “A prioridade é o meu trabalho. Quando eu preciso, meus irmãos usam celulares para suas tarefas”.

Para compreender o teor desses relatos, utiliza-se a Análise de Conteúdo, realizada na ferramenta de contagem e formação de nuvens de palavras Word Art⁷. A contagem inicial foi de 2.205 palavras mencionadas uma ou mais vezes nos relatos da questão 28. Isso significa que, em média, cada respondente valeu-se de 10,45 palavras para expressar-se sobre o compartilhamento de recursos. Da contagem geral de palavras, partiu-se para a limpeza de

⁷ WordArt. Word Cloud Art Creator. Disponível em <https://wordart.com/>. Acesso em 26 jun. 2021.

Tabela 20: Lista das 20 palavras mais citadas

	Palavra	Menções
1	Internet	67
2	Horários	41
3	Não	35
4	Uso	30
5	Meu	29
6	Cada	22
7	Trabalho	20
8	Compartilhamos	19
9	Horário	19
10	Eu	18
11	Notebook	16
12	Quando	15
13	Computador	14
14	Aulas	13
15	Filho	12
16	Tempo	11
17	Minha	11
18	Compartilho	11
19	Prioridade	10
20	Aula	10

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Avançando a análise para as 100 palavras mais citadas, ocorre a repetição de termos derivativos que pertencem ao mesmo campo lexical. Isso é explicitado na filtragem realizada a partir do radical da palavra “compartilhamento”, como exposto na Tabela 21.

Tabela 21: Exemplo de Termos Derivativos

Palavra	Menções
Compartilhamos	19
Compartilho	11
Compartilhada	7
Compartilhado	5
Compartilhamento	3
Compartilhar	2
Compartilhados	1
Compartilhando	1

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Haja vista que partilham do mesmo sentido, é realizado, então, o agrupamento desses derivativos em um único termo, neste caso, o verbo “compartilhamos”. O resultado é o crescimento expressivo do número de menções: antes, eram 19; com o agrupamento dos derivativos, passam para 49 menções, um aumento de 157%. Isto ocasiona uma mudança importante na posição da palavra, que deixa a 8ª posição e passa a ser a 4ª mais citada nas respostas, o que revela a dimensão do ato de compartilhar equipamentos e recursos de trabalho com outras pessoas no contexto da pandemia.

Além do agrupamento lexical, pode-se realizar agrupamentos por campos semânticos, como no caso dos correlatos “celular” e “smartphone”, além de palavras compostas que foram escritas separadamente, como “wi-fi”. Esses agrupamentos geraram novos campos de sentidos, conforme a nuvem resultante abaixo.

Figura 2: Agrupamentos semânticos sobre o compartilhar equipamentos



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Assim, a comparação da contagem original com o resultado da contabilidade por agrupamentos por campos lexicais e semânticos, permite observar mudanças significativas nas 20 palavras mais citadas pelos respondentes, sendo que 12 ampliaram sua relevância nos relatos. Seis palavras (em destaque azul na Tabela 22) subiram em posição devido ao aumento dessa relevância: “uso”, que antes era a 4ª palavra mais citada e passa a ser a 3ª; “compartilhamos”, que era a 8ª e passa a ser a 4ª; “trabalho”, que era 7ª e passa a ser a 6ª; “aulas”, que era a 14ª e passa a ser a 8ª; “filhos”, que era a 15ª e passa a ser a 11ª; e “prioridade”, que era a 19ª e passa a ser a 14ª palavra mais citada. A formulação de um campo semântico/lexical aos moldes do que propugna Ullmann (1973), temos a possibilidade de afirmar que os compartilhamentos se dão para instalar o mundo do trabalho na dinâmica da família, visto que aulas e filhos remetem às atividades de crianças e jovens em idade escolar e, com o distanciamento social no período da pandemia, disputam os recursos tecnológicos com os pais, ou melhor, com o mundo do trabalho dos pais. Se as empresas houvessem suprido as necessidades de equipamentos de seus empregados, certamente, a disputa por eles no espaço da casa seria mais bem distribuída.

Tabela 22: Agrupamentos de palavras mais citadas

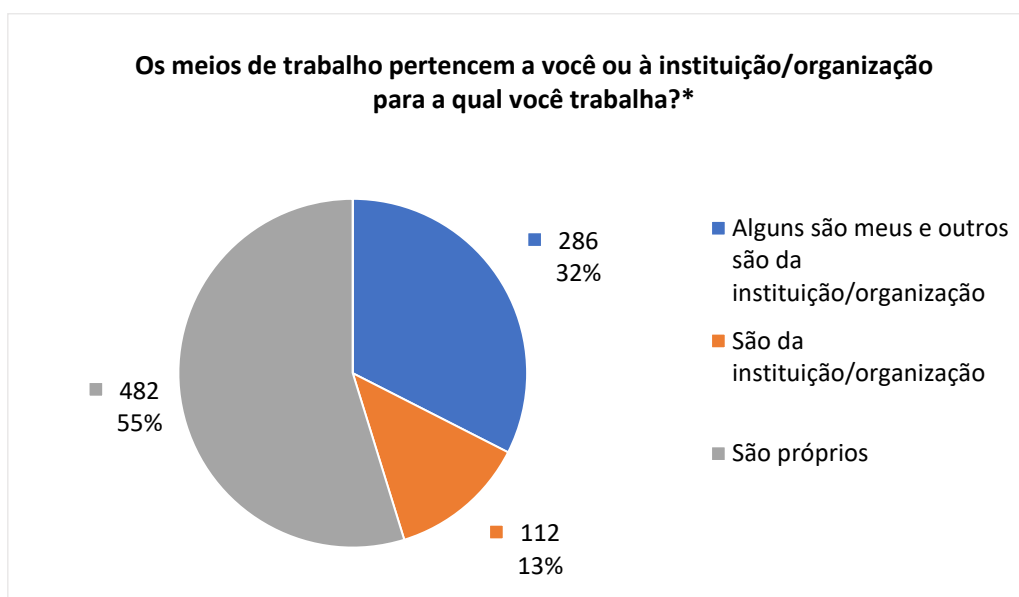
	Palavra	Menções
1	Internet	67
2	Horários	66
3	Uso	51
4	Compartilhamos	49
5	Não	35
6	Trabalho	32
7	Meu	32
8	Aulas	23
9	Cada	22
10	Dividimos	21
11	Filhos	19
12	Utiliza	19
13	Eu	18
14	Prioridade	18
15	Organizamos	18
16	Computador	17
17	Celular	17
18	Notebook	16
19	Wi-fi	16
20	Necessidade	14

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Interessa, ainda, que os agrupamentos por campos lexical e semântico revelaram seis palavras que não apenas crescem em relevância, mas também passam a figurar entre as 20 mais citadas nos relatos dos respondentes. São elas (em destaque amarelo na Tabela 22): “dividimos” (10ª); “utiliza” (12ª); “organizamos” (15ª); “celular” (17ª); “wi-fi” (19ª) e “necessidade” (20ª). Nesta lógica, a crise sanitária trouxe a necessidade de organização dos trabalhadores para a divisão e uso de recursos, como celulares e rede de internet, o que transforma, indubitavelmente, o trabalho dos comunicadores no contexto da pandemia.

Essa realidade demanda maior gestão entre as pessoas na casa, aumenta a tensão do ambiente doméstico e pode prejudicar as atividades dos envolvidos, sobretudo das crianças em idade escolar. As faixas de renda das funções exercidas pelos comunicadores são, para a maior parte, remunerações medianas e nem sempre se pode dispor de recursos extras para sanar a carência de equipamentos para o trabalho. Outra questão que deve ser mensurada é o uso de recursos próprios para o trabalho: energia elétrica, internet, aparelhos diversos, softwares e custos extras de infraestrutura da casa: limpeza, água, refeição, mobiliário, os quais eram de propriedade da empresa, que arcava com parte desse custo. Com o trabalho em *home-office* essa conta ficou para o trabalhador, que passou a custear o próprio labor.

Gráfico 23: Propriedade dos meios de trabalho



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*114 não responderam ou não se aplicam a esta questão.

O Gráfico 23 mostra que apenas 13% (112) dos respondentes afirmaram que as empresas/organizações forneceram equipamentos para o trabalho remoto. A maioria, 55%, no entanto, declarou que os equipamentos são próprios. Sem dúvida, esse quesito deve constar das pautas de reivindicações salariais, pois há um custo bastante efetivo quando se utilizam equipamentos pessoais para o trabalho. Os trabalhadores com vínculos devem começar a pensar como reivindicar acréscimo no salário ou outras formas de suprir os custos com infraestrutura e meios para o trabalho remoto. Os demais respondentes, 32% deles (286), afirmaram que alguns equipamentos são próprios e outros são da empresa/instituição para a qual se trabalha.

AVALIAÇÃO DO TRABALHO EM *HOME-OFFICE* DURANTE A PANDEMIA

A questão seguinte do formulário da pesquisa quer saber a avaliação sobre o sistema *home-office* entre aqueles que estão nessa modalidade. É uma pergunta aberta que demandou um processo de leitura, análise de conteúdo para a construção de categorias que permitissem aglutinar as respostas de maneira a manter o mais possível a fidedignidade delas.

De modo geral, prevaleceu uma avaliação dialética sobre o *home-office*, caracterizada pela apresentação simultânea de marcas positivas e negativas dessa modalidade de trabalho. Entre as avaliações, 434 delas tiveram essa tonalidade contraditória, ressaltando as vantagens e apontando as desvantagens da atividade de trabalho remoto.

Em contrapartida, 227 avaliações centraram-se apenas em destacar os aspectos positivos do *home-office*. É válido mencionar que muitas das respostas enquadradas neste espectro não explicitaram as motivações que orientaram sua avaliação, expressando apenas adjetivações

como bom, excelente, ótimo, agradável etc., das quais não podemos extrair aspectos qualificativos materiais.

Já em relação aos aspectos negativos da atividade em *home-office*, 171 avaliações versaram sobre eles, destacando com mais precisão argumentativa o que faz do trabalho remoto uma modalidade ruim, péssima, desgastante e exaustiva.

Do total de participantes da pesquisa, 111 optaram por não avaliar o trabalho em *home-office*. Importante destacar que, conforme mostra o Gráfico 16, 100 respondentes afirmaram não estar em atividade remunerada de trabalho. Outras 51 respostas não se aplicavam à questão pelo fato de os trabalhadores não estarem em *home-office*.

A seguir, destacamos os principais aspectos do trabalho remoto durante a pandemia, apontados pelos respondentes em suas avaliações.

Tabela 23: Avaliação sobre o trabalho remoto em *home-office*

Positivo	Negativo	Positivo e negativo ao mesmo tempo
permite resolver assuntos domésticos	é desgastante, exaustivo	necessário por conta da pandemia
é um privilégio, pois garante a proteção contra a Covid-19	muito pesado, o trabalho se intensificou e se estendeu	é bom só porque garante a proteção contra a Covid-19
é ótimo	marcado pela ausência de interação com os colegas de trabalho	é bom, porém há dificuldades para organizar a agenda de trabalho
é seguro	o encontro entre as rotinas de trabalho produtivo e improdutivo dificulta a realização das tarefas e diminui a produtividade	é útil para a proteção sanitária, mas não como modelo definitivo para o trabalho
inovador e promissor	as empresas não auxiliaram os trabalhadores nessa transição	é interessante desde que seja intercalado com o trabalho presencial na empresa
possibilitou organização entre tempo de trabalho e tempo com a família sem prejuízos para a produtividade	cansativo	permite flexibilidade de horários, porém a empresa cobra muito por produtividade
é seguro e favorece a saúde	empregadores ou contratantes abusam do tempo dos trabalhadores	o modelo é bom, mas a ausência de regras e legislação dificulta o trabalho
favorece a proximidade do trabalhador com a família	é complicado ter que usar os próprios equipamentos para trabalhar	é bom a depender da função ocupada e se a empresa disponibilizar os meios de trabalho
possibilita a separação entre atividades de lazer e de trabalho	é complicado para as mães com filhos pequenos que estavam estudando em <i>home-office</i> também	é inovador, porém precisa haver confiança e respeito entre os parceiros de trabalho
flexibilidade de horários	implica em disponibilidade para o trabalho 24 horas/dia	seria ótimo se não fosse a pandemia, pois ela implicou no aumento de tarefas e sobrecarga
evita deslocamentos	não há preocupação	é econômico para a empresa e

físicos	ergonômica com o trabalho	requer disciplina do trabalhador
favorece a qualidade de vida	redução salarial por estar em trabalho home-office	não é o modelo ideal, mas é o viável no momento
o trabalho se torna mais tranquilo	é difícil realizar a gestão das equipes à distância	pode ser mantido após a pandemia desde que haja regulamentação
bom porque a empresa ofereceu a estrutura necessária para o trabalho em casa	proporcionou aumento dos gastos mensais	é efetivo, mas há demandas que funcionam melhor presencialmente
favorece a descentralização dos postos de trabalho das capitais para outras cidades	é estressante	é bom, mas a sensação de presente contínuo é desgastante
propicia mais horas de sono (descanso) e evita estresse	não há ajuda de custos para aquisição de equipamentos, serviços de internet e mobiliário	funciona bem quando não há dificuldade de conexão de internet
favorece a prática de atividades física, melhor alimentação	é difícil conciliar com os estudos	é prático, mas cansativo
mais tempo para o lazer	seu funcionamento é precário	seria bom se não houvesse abusos e assédio moral
a comunicação entre a equipe melhorou	é solitário	é limitado para a realização de tarefas compartilhadas
	produtividade da equipe diminui	é penoso, mas é preferível
	aumenta o cansaço mental	o trabalho produtivo flui bem, mas a atenção se dispersa por conta do trabalho doméstico
	aumenta a ansiedade pela dificuldade em se desligar do trabalho	é uma modalidade possível, mas não se aplica a todas as realidades de trabalho
	é difícil manter o foco quando não se tem espaço de trabalho adequado	os equipamentos são precários, mas não precisa conviver com pessoas desagradáveis do trabalho
	degradou a comunicação com os colegas ou com outros setores da organização	é seguro, mas não há remuneração das horas extras
	gerou exaustão física e mental	é instigante e criativo e ao mesmo tempo cansativo e precário
	favoreceu o assédio de colegas e chefes junto às trabalhadoras	é interessante, mas o modelo híbrido será melhor no futuro
		não é adequado para o repórter que precisa estar na rua
		ganha-se tempo por um lado, mas falta letramento das fontes para lidar com as plataformas e o ambiente doméstico, não é ideal para a gravação de pautas
		é confortável, mas os trabalhadores perdem a capacidade de mobilização
		ganha-se em autonomia e perde-se em troca de ideias e criatividade
		importante, mas incentiva o

		sedentarismo e amplia o estresse
		é útil, mas pode tirar garantias legais dos trabalhadores e baratear o valor de contratação da força de trabalho

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A leitura das respostas nos possibilita observar a prevalência de alguns elementos particulares que estão em disputa na avaliação do *home-office*. Destacamos abaixo, relatos que são ilustrativos dos sentidos que as avaliações do trabalho remoto suscitam:

Respondente 31: “No meu caso, avalio que houve aumento de produtividade e aumento do período dedicado ao trabalho. Disponho de estrutura para trabalhar em casa e posso colaborar com as atividades domésticas sem prejuízo a uma ou outra atividade. Também considero que a possibilidade de contato familiar permanente gera maior satisfação pessoal e maior disposição para cumprir com minhas responsabilidades, tanto pessoais quanto profissionais. Vejo o aumento do meu tempo dedicado ao trabalho como consequência da melhor organização do meu tempo. Parte desse período a mais de trabalho eu gastava em deslocamentos, por exemplo.”

Respondente 36: “Acredito que é um modelo que antes sofria resistência das pessoas mas que veio para ficar. Foi uma mudança de paradigma. No entanto, embora seja uma modalidade que me atende, precisa haver o entendimento que trabalho remoto não é plantão, trabalho remoto não é mandar mensagem de whatsapp o tempo todo e nem deixar de usar o email corporativo para usar apenas whatsapp. É preciso haver respeito e também confiança.”

Respondente 50: “Quando trabalhei nesta modalidade, no início da pandemia, utilizava minha internet, mas utilizava o computador da empresa. Creio que exista uma dualidade de pontos positivos e negativos no meu caso. Como utilizei o computador da empresa, no qual foi minha responsabilidade buscá-lo e instalá-lo em minha casa, vejo como ponto positivo, apesar da responsabilidade de manter em funcionamento este equipamento. Ao mesmo tempo pude estabelecer minha rotina, não precisei cumprir uma jornada de trabalho de 8h seguidas, isso pra quem trabalha com criatividade, é péssimo, a criatividade é fluida e não fixa. Como ponto negativo vejo a utilização da minha própria internet, as cobranças fora do meu horário estabelecido de trabalho e a redução salarial por eu estar trabalhando em casa.”

Respondente 59: “Elimina o tempo gasto em deslocamentos pela cidade, que no caso de quem vivem em São Paulo, é muito positivo. Por outro lado, a sensação é de um presente contínuo que mistura o que é home e o que é office. Bem cansativo e requer nova lógica de organização do tempo.”

Respondente 119: “Desde o começo da pandemia, me adaptei bem ao *home office*, especialmente pela segurança proporcionada por essa modalidade diante do atual contexto sanitário. No entanto, mais de um ano depois, já sinto o cansaço da rotina; o espaço pequeno e, algumas vezes, sufocante para o trabalho; as dificuldades de comunicação com os colegas da empresa; e as deficiências da estrutura doméstica. Ainda assim, considero a melhor opção para o momento.”

Respondente 157: “Nesse momento a pandemia é a única opção para que consigamos sair desse sufoco e preservar a nossa saúde. Sinto falta dos colegas de trabalho, das reuniões de pauta, de executar os produtos com maior qualidade....trabalho com divulgação científica e tive uma redução de 40% no número de publicações que fazia. Então, precisamos nos readequar para conseguir sobreviver à crise. Temos um volume maior de trabalho e a mesma rentabilidade. Trabalho 40% a mais... Pegar menos trânsito e almoçar com o filho é ótimo. Entretanto, não temos babá. É complicado administrar os cuidados com as crianças trabalhando. Alguns dias, fico esgotada física e mentalmente. Meu filho de 5 anos tem síndrome de down e precisa de um suporte para fazer as atividades...é bem cansativo fazer mil coisas ao mesmo tempo.”

Respondente 217: “Para mim é melhor, porque posso morar em uma cidade diferente da sede da entidade para a qual trabalho, em função do meu doutorado.”

Respondente 512: “Oscila entre bons momentos, de maior produtividade, concentração, menos estresse por não necessitar atravessar a cidade e passar 4hs diárias no transporte público, mas tb muitos momentos com o sentimento de falta de nexo, por entender a Comunicação como um trabalho a ser feito essencialmente com pessoas, com troca, presencial, até então. Uma parte ruim tb eh a falta de estrutura, como cadeira e mesa adequadas. E o número de mensagens pra responder, que triplicou, em diferentes canais, e totalmente fora de hora.”

Respondente 898: “Sou estagiária, fui contratada na pandemia. Em julho de 2020. Até hoje, não conheço os meus chefes nem as pessoas com quem trabalho. Todo o trâmite de contratação foi feito remoto, e desde então estou nessa situação. Já vai fazer quase um ano que estou na rádio e nem sequer conheci o local onde trabalho. Eu acho que o home office é prejudicial. Aumentou nossas tarefas, nos deixa estressados porque ficamos cada dia mais no computador e no celular, para nos comunicarmos, para nos informarmos, enfim, para tudo! Entretanto, o home office se faz necessário nesse momento em que vivemos e aí, vejo uma oportunidade pois nós, jornalistas, não nos deixamos abater e buscamos novas maneiras de trabalhar, visando o comprometimento com a esfera social do nosso país. Vejo a oportunidade de crescermos ainda mais enquanto profissionais que somos e de demonstrar a todos que descredibilizam e tentam nos boicotar, o quanto somos essenciais na construção da nossa sociedade.”

Respondente 976: “O teletrabalho demonstrou ser uma forma viável de exercício das atividades de comunicação. A modalidade, entretanto, traz impactos na vida do trabalhador. Percebo que o expediente acaba se alongando e nem sempre o profissional tem acesso aos mesmos recursos necessários para o desenvolvimento de atividades que têm na sede das empresas. O *home office* também exige conciliação com as atividades domésticas que aumentaram. Outro aspecto são os custos financeiros impostos ao trabalhador com serviços de internet, telefonia e energia elétrica.”

O **tempo** é um elemento contraditório nas avaliações sobre o trabalho remoto. Da mesma forma em que ele se fragmenta entre as atividades do trabalho produtivo e do trabalho doméstico - que passam a ser realizadas no mesmo lugar e até mesmo simultaneamente -, ele também ganha elasticidade para aquelas pessoas que conseguem agora realizar atividades físicas, cozinhar e até mesmo ter mais lazer ao trabalhar em casa, sendo assim um fator de maior qualidade de vida durante a pandemia.

O vetor temporal também está no cerne da intensificação do trabalho, com a sensação de que se está trabalhando mais na jornada regular de trabalho ou de que essa jornada se expandiu em razão das dificuldades de manejo das atividades partilhadas (do lar, de cuidados etc.) ou das adversidades provenientes da inadequação dos meios de trabalho disponíveis no espaço doméstico. Diante disso, muitos trabalhadores relataram sentir que estavam trabalhando 24 horas por dia, sentimento este exacerbado sobretudo pela conexão contínua, possibilitada pelas tecnologias digitais, as quais, ao serem usadas como meios de trabalho, aprisionam os trabalhadores em uma condição de presentificação e disponibilidade absoluta, simbolizada pela expressão “on” em seus status nas plataformas e aplicativos.

Todos esses fatores assinalam a diminuição do tempo de descanso e de lazer, os quais foram ocupados pelo tempo de trabalho intensificado e densificado (ANTUNES, 1999), que são marcas de um capitalismo que tenta, por meio de diferentes artifícios, impulsionar a produtividade às custas do tempo de vida do trabalhador, nem que para isso seja necessário criar condições para que ele trabalhe 24 horas por dia, 7 dias na semana (CRARY, 2016).

Há quem considere que o excesso de trabalho é decorrência de uma política particular da organização em que trabalha frente à crise desencadeada pela pandemia. Contudo, o que esse trabalhador não consegue alcançar é que a exploração do trabalho, a cobrança por produtividade e a intensificação das tarefas e extensão da jornada de trabalho são verdadeiras

prescrições para o trabalho no sistema de acumulação flexível, ancoradas em valores mercantis, capitalistas, e não em valores humanos. A observação da recorrência dessa condição por meio do relato de muitos trabalhadores participantes da pesquisa revela, portanto, que o que podia parecer uma dramática do uso de si pelos outros (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007) singular, vivida exclusivamente pelos trabalhadores de uma organização, é, ao mesmo tempo, uma imposição macro estrutural de um sistema que tem por princípios lucro e longevidade, baseados na exploração da força de trabalho humana.

O trabalho em *home-office* mostra, portanto, uma nova faceta da exploração do trabalho, com a fragmentação das jornadas, a hibridização dos tempos de trabalho produtivo e reprodutivo e a agonia dos trabalhadores diante de uma cobrança por produtividade contínua.

Aliado ao tempo, o **espaço** é outro elemento em disputa no trabalho remoto. A entrada do trabalho produtivo no ambiente doméstico, de modo repentino para muitos comunicadores, implicou em uma verdadeira disputa territorial dentro de casa com os demais moradores, sobretudo nas famílias com crianças ou jovens em idade escolar, tendo aulas remotas também. A ausência de um cômodo destinado unicamente para o trabalho foi apontada como uma desvantagem para a realização do trabalho em casa e fator para a perda de atenção e foco no trabalho, o que para muitos trabalhadores implicou na perda de produtividade. A essa condição, acrescentou-se também a falta de mobiliário adequado para as longas jornadas na frente das telas.

No critério deslocamento espacial, os respondentes foram unânimes em apontar a supressão da **perda de tempo no trânsito** na cidade como uma grande vantagem do trabalho em *home-office*. Houve também quem sugerisse a **desterritorialização dos postos de trabalho** como uma vantagem também do modelo remoto, pois a confirmação da viabilidade de realização do trabalho a distância poderia, assim, abrir oportunidades para profissionais disputarem vagas de trabalho em empresas sediadas em cidades diferentes daquelas em que os trabalhadores residem.

Nos territórios *online*, onde as atividades de comunicação e trabalho passaram a se desenvolver com mais intensidade durante a pandemia, em razão do distanciamento social, as divergências versaram sobre excesso de informações compartilhadas em grupos de trabalho em aplicativos e sobre cobranças excessivas dos gestores do trabalho, muitas vezes, realizadas em horários inapropriados, portanto, fora do escopo da jornada de trabalho. Em se tratando de mediações *online*, o aumento do número de reuniões, como recurso de organização do trabalho, também foi apontado como desvantagem do trabalho em *home-office*.

O distanciamento social e o trabalho em casa apartaram os comunicadores do convívio social que o trabalho também possibilita. A falta de **interação com os colegas** engrossa o caldo já denso de condições desfavoráveis ao trabalho remoto. A socialização no trabalho é essencial para a saúde do trabalhador (DEJOURS, 1999), pois lhe proporciona situações prazerosas e apoio para a realização das tarefas de trabalho ou para a organização política, situações estas caras a muitos comunicadores que consideraram o trabalho remoto solitário e avesso à mobilização social. Essa condição nos propicia subentender que, para os comunicadores solitários, as interações tecnologicamente mediadas durante o trabalho remoto têm um sentido mais instrumental do que social. E, mesmo assim, a instrumentalização da comunicação no trabalho não é garantia de eficiência nem de produtividade, pois, a despeito da intensa troca de mensagens e de encontros virtuais mediados pelas plataformas digitais, a gestão das equipes com distribuição e acompanhamento de tarefas não foi facilitada, em muitas situações, pela mediação tecnológica.

Por outro lado, para alguns comunicadores, a solidão ou a distância dos colegas foi positiva, pois possibilitou maior concentração na realização das atividades laborais ou menos sofrimento, quando a convivência com algumas pessoas, no ambiente organizacional, não era saudável. Dessa maneira, percebe-se nitidamente a natureza contraditória do trabalho em *home-office*, que a depender das dramáticas de uso de si (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007) de cada trabalhador pode ter uma conotação positiva ou negativa.

Essa contradição é observada também no que diz respeito ao **convívio familiar** durante as atividades em *home-office*. Enquanto as mães reclamaram das dificuldades em gerir suas rotinas de trabalho e de cuidados dos filhos ainda pequenos, outros comunicadores enfatizaram que o *home-office* lhes proporcionou estar mais próximos de seus familiares, sobretudo dos filhos, o que não acontecia anteriormente em virtude das longas jornadas de trabalho nas sedes das organizações.

Em relação aos aspectos materiais, organizacionais e institucionais para a viabilidade do trabalho prevalece um sentido negativo. Alguns comunicadores tiveram seus **salários reduzidos** na mudança para o modelo de trabalho remoto, muitos reclamaram do **aumento das despesas domésticas**, como custos com energia elétrica, internet e alimentação, e custos com investimentos em meios de trabalho, a exemplo de computadores, smartphones, microfones, câmeras, serviços de conexão com a internet, serviços de plataformas de videoconferências *online*, mobiliário, reforma de ambientes domésticos para se tornarem escritórios etc.

Como já observado por essa pesquisa (Gráfico 23), a maioria das organizações não disponibilizou meios de trabalho para a atividade em *home-office*, fazendo com que os trabalhadores arcassem exclusivamente com as despesas do trabalho remoto, o que lhes gerou uma grande insatisfação e insegurança. Afinal, o desemprego é uma ameaça real para os trabalhadores ao longo de toda a pandemia.

Assim como muitas organizações não deram suporte técnico para os trabalhadores, também não proveram **amparo normativo** para eles. Muitos profissionais entenderam que o trabalho remoto não significa uma transposição direta da atividade realizada na empresa para uma atividade realizada em casa. Mais ainda, que por se tratar de uma mudança inédita em seus segmentos de trabalho na comunicação, requer o repensar ou a criação de prescrições para o trabalho (FIGARO, 2008a) e até mesmo de novas relações de trabalho. Dessa forma, ao apontar a falta de regras, de orientações, de manuais para a realização do trabalho remoto, os comunicadores identificam assim um déficit de prescrições (TELLES; ALVAREZ, 2004) para o trabalho que deixa a cargo dos próprios trabalhadores a invenção de objetivos e meios para o trabalho.

A combinação entre deficiência técnica e normativa, densificação e intensificação do trabalho caracterizam, assim, a face da precariedade do trabalho remoto em comunicação durante a pandemia. Precariedade essa cujas consequências podem ser identificadas no produto do trabalho (que não está no escopo desta pesquisa) e no *corpo-si* (SCHWARTZ, 2014) do trabalhador, ou seja, nas dramáticas implicadas na falta de normatividade dos coletivos de trabalho.

Todos os elementos relativos às condições do trabalho em *home-office* aqui elencados, ora apontados como positivos, ora como negativos pressionaram a **saúde** dos trabalhadores. Desgaste, cansaço e exaustão física e mental foram decisivos para a qualificação do *home-office* como negativo ou como uma atividade contraditória. Estresse e ansiedade foram as condições de adoecimento mais citadas pelos respondentes que ainda apontaram problemas de concentração da atenção como uma dificuldade desencadeada pela nova forma de trabalhar.

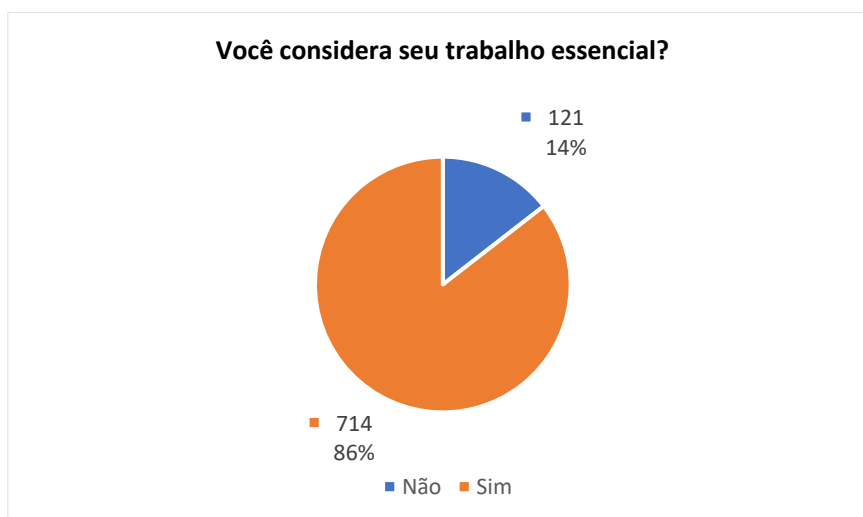
Apesar de o *home-office* ter sido adotado como solução para a gestão do risco do trabalho, sendo assim reconhecido pelos comunicadores como uma maneira segura de trabalhar, isso não fez dele automaticamente uma atividade saudável. Pelo contrário, mesmo os comunicadores que reconheceram a necessidade e a segurança do *home-office*, neste momento particular, admitiram que ele trouxe uma parcela de **sofrimento** para o trabalho, o qual pode ter consequências emocionais a longo prazo nas vidas de trabalho dos comunicadores.

Destacamos ainda que, em paralelo ao reconhecimento da segurança biológica que o trabalho remoto favoreceu, alguns comunicadores estavam conscientes de que a adoção do trabalho em *home-office* era um **privilégio**. Afinal, muitos trabalhadores, seja pela natureza de suas atividades ou pela inatividade das organizações às quais estavam vinculados, tiveram de continuar em trabalho presencial ou em trabalho misto, necessitando se deslocar pela cidade e assim se expor ao contágio pelo novo coronavírus.

O TRABALHO É ESSENCIAL

Quando perguntados sobre se o seu trabalho é essencial, as respostas obtidas são majoritariamente no tom afirmativo. Os comunicadores avaliam que seu trabalho é essencial. Na quantificação do conteúdo dos enunciados das respostas, temos além do sim e do não, sentenças que explicam que o trabalho de comunicação e informação é essencial na pandemia.

Gráfico 24: Considera trabalho essencial



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Entre os respondentes, 86% (714) consideram seu trabalho essencial. Contudo, a noção de essencial conta com múltiplos entendimentos que foram categorizados a partir dos termos e dos sentidos mais encontrados.

Os termos mais citados, além de sim e de não, são as palavras: “essencial”, “trabalho”, “comunicação”, “informação”, “pandemia” e “informações”. Ou seja, temos aí a composição de uma sentença: informação/informações/comunicação é trabalho essencial na pandemia. Na

continuidade da quantificação das palavras, assim como “informação/informações”, temos “jornalismo”, “jornalista”, “imprensa”, “notícia”, “fake news”, “desinformação”, “conteúdo”, todos eles termos vinculados à produção de informação.

Figura 3: Considera trabalho essencial



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19? Desenvolvido em WordArt – nuvem de palavras: <https://wordart.com/edit/uhk76nzqg1h7>

SERVIÇO ESSENCIAL NO CONTEXTO DA PANDEMIA

Profissionais destacaram em suas respostas a relevância de sua atividade para apoiar o combate à pandemia por meio da disseminação de informação e da comunicação pública.

Tabela 24: Sim é serviço essencial para a saúde pública

85	Sim. Atuo em um hospital público federal e a demanda por ações de comunicação interna e externa aumentaram muito durante a pandemia.
107	Sim. A informação também é uma forma de prevenção para a Covid e outras doenças.
120	Sim, pois trabalho com informação jornalística, algo que também salva vidas diante das orientações desordenadas com as quais os brasileiros têm convivido na gestão da pandemia.
255	Sim, porque trabalho na Prefeitura e passamos informações de ações, inclusive de combate ao Covid-19, para a população e imprensa local.
359	Sim, a comunicação de uma prefeitura é fundamental para informar a população sobre a pandemia, vacinação e cuidados.

Fonte: CPCT/ECA-USP – Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano de pandemia da Covid-19?

O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

A comunicação e o jornalismo foram destacados como atividades essenciais para o exercício da democracia, por meio da disseminação de informação, também entendida como um direito do cidadão.

Tabela 25: Essencial na transmissão de informação, democracia e informação como um direito

57	O meu trabalho atual enquanto jornalista de uma instituição de ensino eu não considero essencial, porque é mais um trabalho de divulgação do colégio que não tem propósito de utilidade pública ou social. Porém, o trabalho de jornalista de veículos de comunicação que eu realizo eventualmente como <i>freelancer</i> eu considero essencial justamente pela responsabilidade social que o cargo tem.
102	Sim. O jornalismo profissional está ligado ao cumprimento de um direito constitucional do cidadão: o direito à informação.
143	Sim. Porque considero a comunicação parte indissociável da construção de uma sociedade democrática e bem informada.
177	Sim, porque a informação é um direito da população.
474	Jornalismo é fundamental para a democracia (resposta clichê, mas verdadeira).

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

O combate à disseminação de desinformação e/ou *fake news* por meio de um trabalho de comunicação e jornalismo “correto”, da “verdade”, foi assumido como uma atividade essencial, em especial no contexto da pandemia.

Tabela 26: Essencial no combate à desinformação

110	Com certeza! Pq estamos há algum tempo neste embate, mas sobretudo desde 2018, de narrativas e contra narrativas. Mentiras e desinformações são propagadas com uma velocidade violenta e só o jornalismo sério - que muitas vezes se expõe pra trazer informação - pode tentar rebater.
183	Informar com qualidade é essencial em tempos de tantas fake news.
222	Sim. Pois é fundamental levar informação para a população, principalmente no contexto atual. É necessário levar luz e desmentir fake news. Informação correta salva vidas. Desinformação mata.
322	Sim. Estamos tentando levar informação a um país mergulhado no caos das <i>fake news</i> e desinformação.
348	No contexto da pandemia, com uma infodemia em curso, acho mais do que essencial poder informar a população, não apenas sobre a crise sanitária, mas também sobre outros temas do cotidiano e da vida política e econômica do país.
832	Sem ele não existiria VERDADE.
914	Porque somos os responsáveis por manter toda a sociedade informada, principalmente neste momento em que as <i>Fake News</i> se tornaram mais comuns e constantes. A pandemia mostra como é importante a disseminação de informação com credibilidade e já provou o quão caro é o preço das fake news.
986	Levar informação verdadeira à população, neste momento de grandes indefinições por conta não só da pandemia, mas também das disseminações de fakes news, é essencial para conscientização da sociedade.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

Trabalhadores também compreendem a atividade que desenvolvem como essencial para o bom funcionamento na organização em que atuam, para a geração de lucro, para o aumento das vendas, para o relacionamento com diferentes públicos e para a construção de reputação de marca.

Tabela 27: Essencial para a empresa, marca e lucro

59	Considero essencial para a empresa, mas não essencial para trabalhar presencial na pandemia. Acredito que seja essencial por comunicação os produtos da empresa, gerando venda e consequentemente, lucro para a organização.
76	Reputação da marca, controle nas vendas.
78	Sim, para gestão e reconhecimento de marcas e organizações.
87	As empresas clientes, mais do que nunca, precisam garantir a comunicação com seus públicos.
89	Sim. Levamos as informações necessárias para manter o vínculos dos trabalhadores com a instituição, e muitas vezes com a público externo.
103	Sim, pois o papel da comunicação tornou-se ainda mais essencial em um período incerto, em que as pessoas tem muitas dúvidas sobre como a empresa vai conduzir as suas atividades.
105	Sim. Estimular o consumo por meio de canais digitais é essencial.
108	Porque contribui para o aumento de doações.
130	Completamente, a comunicação é uma artéria do coração da empresa.
136	Sim, em tempos como o que estamos vivendo o marketing digital tornou-se um grande veículo para fazer com que as empresas mantenham suas vendas.
146	Sim, pq contribuimos para manter o relacionamento/comunicação dos clientes com seus públicos.
160	Sim, existe uma demanda muito grande das empresas em promover uma comunicação mais assertiva com o mercado e a sociedade em geral.

213	Em minha opinião, as atividades de comunicação são essenciais em todos os segmentos. E como profissional de Relações Públicas, temos que assessorar os gestores, trabalhar com os momentos de crise e principalmente atender com qualidade o público interno e externo das organizações - independente da forma, se presencial ou remota.
231	Sim, porque gera conteúdo de valor estratégico.
248	Sim. Nos dias de hoje é essencial a marca estar posicionada na mídia e nas redes sociais.
326	Sim, o lucro de vendas pelas campanhas pagas para a empresa é essencial.
372	Sim, pois ajudo muitas organizações em chegar a seus clientes, por meios digitais.
377	Porque auxílio organizações e marcas a serem reconhecidas e se posicionarem, especialmente no ambiente digital.
394	Sim, pois conteúdo gera engajamento e engajamento gera resultados.
533	Pq as empresas precisam mais que nunca vender no online.
855	Defina essencial... Brincadeira, considero, pois a organização sempre ressalta o propósito de cada time.
929	Considerando que sou a ponte entre o serviço da empresa e o cliente, sim.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

Respondentes cuja função perpassa a intermediação da relação de comunicação entre a organização em que atuam e os demais trabalhadores consideram sua atividade essencial para transmitir informações e mensagens oficiais. Sentem-se responsáveis por garantir que os funcionários assimilem os interesses da organização e atuem em conformidade: “as pessoas precisam [...] se manterem engajadas com a empresa e com suas atividades”.

Tabela 28: Essencial para a “comunicação interna”

152	Sim! Dentro da empresa que atuo, organizo boa parte dos processos que permeiam o dia a dia da equipe.
155	Sim. Porque os 2.500 integrantes do órgão precisam estar informados das notícias internas.
172	Sim, pois atua quase como base do escritório, articulando tanto a comunicação interna, quanto com os clientes. Mas acho que não se encaixa no grupo “essencial” que precisa trabalhar presencialmente.
242	Sim, as pessoas precisam saber sobre as orientações e protocolos de Covid-19, ao mesmo tempo, se manterem engajadas com a empresa e com suas atividades, tendo uma relação saudável e inspiradora com líderes, colegas, etc.
278	Informa e engaja o público interno na mudança de comportamentos.
341	Sim. A Comunicação Interna é fundamental para o sucesso de uma empresa.
370	Sim. Comunicação organizacional torna-se ainda mais relevante em um cenário de pandemia, o qual exige posicionamentos da empresa em relação aos seus colaboradores para desmistificar fake news, preservar a saúde física e mental dos mesmos e propagar princípios de integridade física e equilíbrio.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

Uma parcela dos respondentes destaca que o trabalho é essencial pela perspectiva da renda individual e/ou familiar. Destacamos o aparecimento dos termos “subsistência”, “sustento” e “sobrevivência”.

Tabela 29: Essencial para a própria subsistência

149	Porque é o meio como me sustento e invisto na minha educação, além de ajudar nas despesas da casa.
164	Essencial à minha subsistência e essencial à sociedade, como deve ser o jornalismo.
167	Essencial para mim ou para o mundo? Para mim, é fundamental. Para o mundo, não.
176	Sim. Pois garante meu sustento.
200	Se for essencial para mim, muito, pois é minha fonte de renda.
206	Sim, para minha família por ser sustento da casa e para 'o mundo' porque informação correta é um bem precioso.
210	Sim, porque é minha única fonte de sustento material.
261	Sim, pois é do meu trabalho que retiro a minha fonte de renda.
266	Sim, é essencial para mim pois é meu ganha pão. E para o cliente, pois é relevante para a imagem dele.
564	É essencial para mim, porque, sem ele, não consigo viver. E é essencial para a instituição, que, pela constituição, precisa dar publicidade de seus atos e, administrativamente, necessita de comunicação interna.
626	É fonte principal de renda da minha família.
640	Essencial porque é meu sustento e da minha família e segundo, porque levar informação eh essencial, mais do que nunca.
688	É dele que tiro meu sustento e, em paralelo, contribuo para a formação educacional de outras pessoas.
797	Essencial apenas para o meu sustento.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19? O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

Muitos respondentes reforçam que mesmo considerando sua atividade de trabalho essencial, ela não é essencial nos termos utilizados pela pandemia, como em relação à relevância da área da saúde no tratamento e combate ao vírus.

Tabela 30: Comparação entre saúde e comunicação na pandemia

165	Essencial como o dos profissionais de saúde, não. Mas essencial na medida que trabalhar com informação confiável e bem produzida é algo indispensável.
166	No sentido da pandemia, não. Essencial, no momento, são as atividades vitais como médicos, enfermeiros, supermercados e farmácias. Todo o resto pode e deve fechar.
169	Não, pois graças a Deus não sou profissional de saúde nem atuo na linha de frente da COVID, ou seja, se deixar algo para daqui a pouco ou amanhã, não afetará a vida de ninguém.
234	Do ponto de vista do Covid não. Da saúde institucional da minha empresa sim, pois dou visibilidade a sua atuação.
332	Não. Essencial ao meu ver é o trabalho que se não for executado pode matar pessoas (doentes ou de fome).
330	Do ponto de vista de prioridade na vacinação, não é.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19? O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

Respondentes apontam que mesmo considerando sua atividade de trabalho essencial, ela não é essencial nos termos utilizados pela pandemia para a realização do trabalho presencial, defendendo assim a manutenção do trabalho realizado remotamente nesse período. Este

ideário está associado ao fato de que durante a pandemia houve bloqueios de comércios e serviços considerados não essenciais.

Tabela 31: Relação entre trabalho ser essencial e ser realizado presencialmente

241	Sim, enquanto atuação, não do ponto de vista de retorno presencial.
269	Não, meu trabalho pode ser feito de casa e por isso não preciso circular presencialmente sempre. Caso a pergunta seja sobre a importância do meu trabalho, também não acho um trabalho essencial, como não considero a maioria dos trabalhos que poderiam ser suspensos em momentos de crise.
262	Não, atendo empresas, esporadicamente tenho que ir em clientes, mas trabalho muito bem em casa, não considero essencial, apenas para meus clientes.
470	Não diria essencial, mas pode ser feito em casa e não deixa de ser um trabalho relevante para o mercado.
547	Essencial no sentido de fundamental para a sociedade — por entender que Educação e Arte sejam fundamentais para um povo e país melhores. Por outro lado, nossa ausência física em espaços físicos não é "essencial" no sentido de garantir a segurança, vida ou bem-estar de uma população.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19? O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

Dentre os respondentes que não consideram sua atividade essencial, é possível identificar críticas à natureza do trabalho realizado, por ser “mercadológico”, por servir apenas ao “‘luxo’ de seus autores”.

Para um respondente, o trabalho de postagem de textos em redes sociais é comparado negativamente ao jornalismo de reportagem, onde presumivelmente apenas o segundo cumpre um papel essencial: “Não. Escrevo posts para redes sociais e edito textos. Não atuando no jornalismo de reportagem.”.

Assim, para os participantes que responderam não, o trabalho essencial parece ser assumido como aquele que atende aos interesses públicos, da sociedade, em detrimento de um interesse particular ou privado.

Tabela 32: Não é essencial

82	Não. Porque em uma suposta ausência da minha ação de trabalho, ninguém morre.
111	Não. Porque o tipo de atividade que eu exerço hoje, particularmente, nasce de uma demanda de natureza mercadológica. Ainda que tenha um efeito negativo em termos de qualidade, a falta do meu trabalho é facilmente driblada no ambiente corporativo. A sociedade como um todo seria pouco ou nada impactada.
122	Não. Como meu cargo lida apenas com auto publicação, os livros que faço são um "luxo" de seus autores. A maioria deles conta experiências pessoais.
129	Não. Escrevo posts para redes sociais e edito textos. Não atuando no jornalismo de reportagem.
134	Não. Porque não sou responsável por textos de relevância pública.
158	Zero essencial. Eu vendo coisas que as pessoas podem comprar sem meu intermédio.
168	Sim e não. O jornalismo sim, mas o trabalho que faço atualmente em um contexto de pouca cobertura de factuais envolvendo a pandemia, não.
249	Não. Se eu parar, não irá prejudicar a população ou a economia.
301	Não. Não vejo utilidade prática.

318	Não. Porque a vida das pessoas seguiria seu fluxo normal (elas ficariam até melhores) sem anúncios imperativos alarmando suas rotinas.
342	No momento não, acho que vídeos e redes sociais das temáticas que eu cuido não são uma prioridade no momento.
345	Não, pois é fruto de um investimento das empresas para acirrar ainda mais sua busca por lucro, na contra mão de medidas esperadas para enfrentar uma situação de calamidade social e sanitária como a que vivemos.
358	Não. Se, por um lado, somos desvalorizados, por outro, não nos cabe reivindicar o status de essencial... É certo que sem comunicação de qualidade, nossa situação enquanto sociedade na pandemia seria ainda pior. Mas me parece infantilismo nos juntarmos ao coro de quem chama tudo de "essencial". Essencial é o gari, o pequeno produtor rural e tantos outros que contribuem para nossa sobrevivência e bem-estar.
366	Não, inclusive não entendo a pressão absurda dos clientes no cenário.
419	Não. Apesar do meu trabalho ser importante para a empresa em que trabalho, não considero que seja essencial em um aspecto macro.
461	Não. É publicidade, não deveria ser urgência, nem prioridade na vida de ninguém.
501	Não, pois ninguém precisa de sites e propaganda para viver.
553	Não. Mas o conceito de trabalho essencial, a princípio contido no direito do trabalho (como essencial aqueles trabalhos em que uma greve não pode interromper completamente a prestação de um serviço) vem sendo deturpado pelo governo por um motivo óbvio (contentar o empresariado com essa "benção" para continuar trabalhando na pandemia) e um secundário (fragilizar ainda mais o direito de greve em categorias onde isso ainda tem algum impacto. p. ex. estivadores). Nesse sentido estrito o trabalho do jornalista não era essencial, mas por decreto passou a ser.
555	Não, pois dá para viver sem publicidade, ela não é uma necessidade básica pra existência humana.
584	Não, porque produzir conteúdo passa por uma espécie de economia criativa que não se conecta com os serviços essenciais para a subsistência humana.
712	Não. Pois nenhuma vida ou subsistência (além da minha) estaria em jogo caso não fosse realizado.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

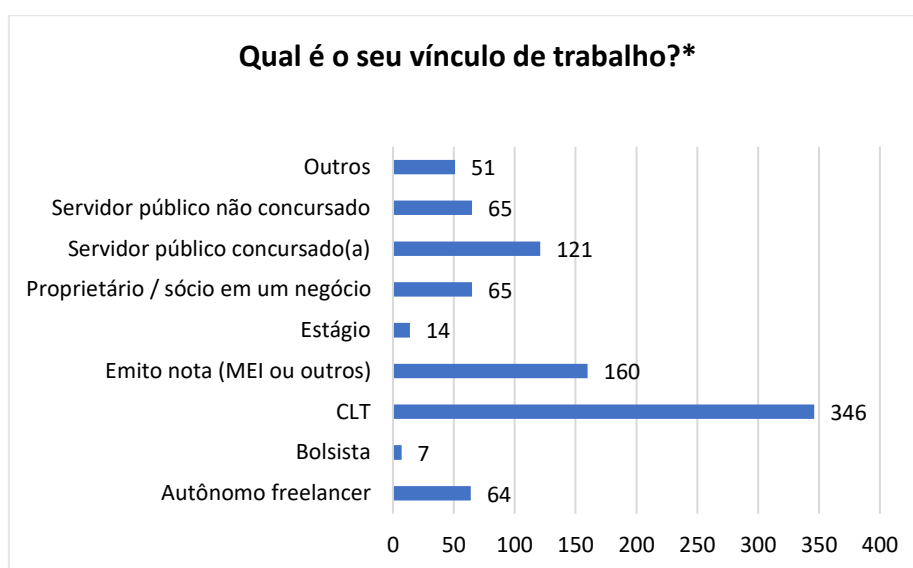
O número corresponde ao texto integrais das respostas para a questão trabalho essencial.

Todos esses diferentes sentidos são mobilizados com base em auto análise da atividade desenvolvida. O amplo espectro de funções e as diferentes características delas autorizam o(a) comunicador(a) a desenvolver essas interpretações. O conceito de informação é destacado como serviço público, fundamental à organização da sociedade e da cidadania. Por outro lado, se tomou o termo essencial tal qual ele significa para os trabalhadores da saúde, ou seja, a presença do profissional no espaço físico dos cuidados – hospital, posto de saúde, clínica etc. No entanto, mesmo que para dizer que a sua atividade não é exatamente essencial para a vida das pessoas, reporta-se a essencialidade da informação para a organização social.

O CONTRATO DE TRABALHO E OS CUSTOS COM O HOME-OFFICE

As condições contratuais de trabalho são um aspecto muito relevante para entendermos as situações do comunicador, sobretudo, nesse período pandêmico. O contrato de trabalho com direitos tem sido muito atacado pelas instâncias de poder do Estado brasileiro. Mesmo a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) não tem mais o mesmo conjunto de leis que garantiam direitos claros com relação ao contrato, horas trabalhadas e salário. Outros direitos também estão sendo questionados pelos setores econômicos, que simulam a origem da crise econômica como causada pelos direitos do trabalhador. Essa retórica é antiga e não tem base nos fatos.

Gráfico 25: Vínculo de trabalho



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*101 não responderam ou não se aplicam a esta questão.

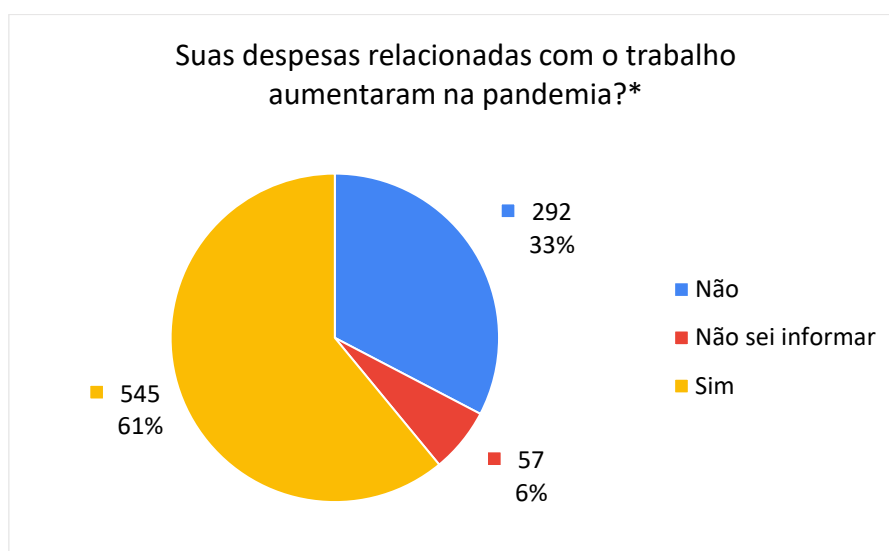
Assim, no Gráfico 25, quando temos a resposta de 346 comunicadores afirmando ter contrato por CLT, denota-se uma situação mais estável de trabalho, mesmo que a CLT tenha passado por muitas mudanças. Condição mais estável ainda têm os 121 comunicadores concursados no setor público, e mais outros 65 que trabalham nesse segmento com outros tipos de contrato. Chama atenção 160 trabalhadores declararam-se microempreendedores individuais (MEIs) os quais, somados aos 64 freelancers autônomos, perfazem 224 comunicadores. Como proprietários/sócios se declaram 65 respondentes, embora não se saiba o tamanho dessa empresa nem mesmo a capacidade de capitalização que a organização dispõe, número de empregados, meios de produção etc. Estagiários (14), bolsistas (7) e outros (51) tipos de vínculos dão a ideia geral sobre a realidade contratual dos comunicadores da amostra.

No contexto do afastamento social, mesmo que muitos tenham vínculos contratuais (553 somadas as situações desse tipo declaradas), as condições de trabalho remoto em casa demandam um conjunto de adaptações. Há mesmo completa reestruturação das rotinas produtivas, do tempo, como vimos na análise da avaliação dos comunicadores sobre o trabalho

remoto. Há também necessidade de readequar os equipamentos, os mobiliários, os espaços e a gestão da vida privada em relação ao trabalho.

Não sabemos de nenhuma empresa que tenha calculado o que o trabalho remoto em casa implica em aumento dos custos para os trabalhadores. Com certeza, já se sabe quanto a empresa economiza com o trabalho remoto em casa e como se desonera de custos básicos como segurança, limpeza, energia elétrica, água etc. As empresas, com poucas exceções, não investiram em equipamentos e suplementação salarial para suprir os custos dos trabalhadores com esses serviços básicos durante a pandemia e o afastamento social.

Gráfico 26: Despesas relacionadas ao trabalho durante a pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*100 respondentes não se aplicam a esta questão.

Em 2020, por ainda estarmos no início da pandemia no Brasil e da adoção do período de distanciamento social, não foi possível aferir, de maneira devida, a dimensão sobre a elevação das despesas dos comunicadores a partir da vigência do trabalho em sistema *home-office*. Dessa maneira, a pergunta *As despesas relacionadas ao trabalho aumentaram na pandemia?* foi acrescentada em 2021, justamente para se verificar o contexto dos comunicadores passado um ano da aplicação da pesquisa anterior do CPCT/ECA-USP.

Assim, em 2021, o Gráfico 26 mostra que 33% (292) das pessoas apontaram não ter havido aumento de despesas para a realização da atividade de trabalho durante a pandemia. Em contrapartida, para 61% (545) que responderam "Sim", os gastos cresceram de sobremaneira. Por fim, outros 6% (57) não souberam informar adequadamente a existência ou não dessa variação.

Portanto, o cenário de aumento dos custos já é bastante percebido pelos respondentes. Desse modo, para além do contexto já conhecido e dramático do aumento das horas e do ritmo de trabalho, os comunicadores têm de assumir os gastos para a realização do seu próprio ofício.

Para os que responderam afirmativamente sobre o aumento de custos, definiu-se que havia de se esclarecer *o que aumentou*.⁸ Pergunta de múltipla escolha, com a possibilidade de se marcar mais de uma entre as 14 opções oferecidas. Por sinal, a última alternativa “Outros” permitia acrescentar itens que não tivessem sido contemplados na listagem. Desse modo, conseguimos estruturar a tabela e os gráficos que apresentamos a seguir.

⁸ Porém, tivemos uma primeira surpresa. Conforme vimos no gráfico anterior, 545 profissionais haviam dito “Sim” em relação ao aumento dos gastos. No entanto, apareceram 580 respostas sobre o que aumentou. A diferença (35) apontou a necessidade de se olhar atentamente às respostas dadas a essa questão.

Para tanto, retomamos as alternativas marcadas na pergunta sobre se havia aumento de custos e comparamos com o que foi apontado na questão sobre o que aumentou, para tentar localizar possíveis imprecisões. Na sequência, selecionamos os respondentes que indicaram que as despesas com o trabalho não haviam sofrido elevação. Localizamos 17 comunicadores que, mesmo marcando “Não” a essa questão, acabaram listando itens na pergunta sobre o que aumentou. Fizemos processo idêntico a quem respondeu “Não sei informar” e encontramos mais 15 pessoas que assinalaram alternativas na pergunta seguinte. Separamos essas 32 respostas (somatória de “Não” e de “Não sei informar”) e comparamos com o que foi dito na sobre o que aumentou, o que confirmou a inadequação dessas respostas. Dessa forma, alcançamos 548 respondentes na pergunta sobre o que aumentou no custo com o trabalho remoto.

Para encontrar a diferença mínima ainda existente de respondentes (3) entre as duas questões, olhamos novamente todas as respostas da 34, sempre observando a alternativa marcada na 33. Localizamos 4 pessoas que disseram “Não” na 33, mas que listaram itens na indagação seguinte, as quais geraram dúvidas quanto à sua adequação: “Não aumentou.”; “Não se aplica.”; “Existe um ‘gasto’ difícil de calcular que é o uso dos equipamentos.”; “Faltou a opção de ‘diminuiu’ na questão acima. No meu caso diminuiu em gasolina, manutenção de veículo, multas. Refeição também diminuiu, tendo em vista que na cidade em que eu moro (São Bernardo) os restaurantes são mais baratos do que em São Paulo. Isso também ajuda a apoiar os restaurantes locais, o que é muito bacana.”.

Ao averiguar melhor o contexto desses comentários, decidimos por também excluir esses respondentes da questão 34. Dessa forma, obtivemos 544 respostas – uma única a menos em relação à pergunta 33. Em virtude dessa diferença mínima, fomos observar quem marcou “Sim” na 33 e localizamos uma mulher, com mais de 60 anos, aposentada e que atua também como autônoma, a qual não apontou item algum na 34. Assim, dirimimos nossa dúvida quanto à quantidade do *corpus* com que faríamos a análise. Logo, chegamos a 962 pessoas no total para a questão 34, dos quais 544 apontaram itens de despesas que aumentaram no período da pandemia, em contrapartida a 418 que não preencheram nada.

Terminada essa etapa de ajuste, passamos à avaliação das 544 respostas dadas para a pergunta 34. Inicialmente, a ideia para ter uma noção da quantificação do resultado era elaborar uma nuvem de palavras. A justificativa era que a questão, como mencionamos, possibilitava escolher mais de uma opção entre as 14 alternativas existentes, sendo que a penúltima indicava todas as 12 anteriores e a última, nominada “Outros”, permitia incluir outros itens além dos que já estavam indicados.

Nesse ponto, é preciso destacar a importância da limpeza e da padronização das respostas do questionário. O cuidado dedicado a essa fase foi essencial pois ao se observar o que havia sido pontuado na 34, percebemos que era possível quantificar numericamente cada item apontado. Para tanto, verificamos mais uma vez, atentamente, as 544 respostas, as quais foram devidamente separadas de acordo com cada uma das alternativas.

Ressalta-se que fizemos pequenas padronizações para encaixar adequadamente alguns itens que apareceram na alternativa “Outros”, mas que diziam respeito a outras opções, caso de gastos com combustível e aplicativos de deslocamento (Uber), que foram contabilizados em “Transporte”, e de streaming, que adicionamos em “Compra de softwares”. Também realocamos uma despesa relacionada a gás, uma vez que a justificativa para esse gasto ter crescido deixava bem evidente se referir à alternativa “Alimentação”.

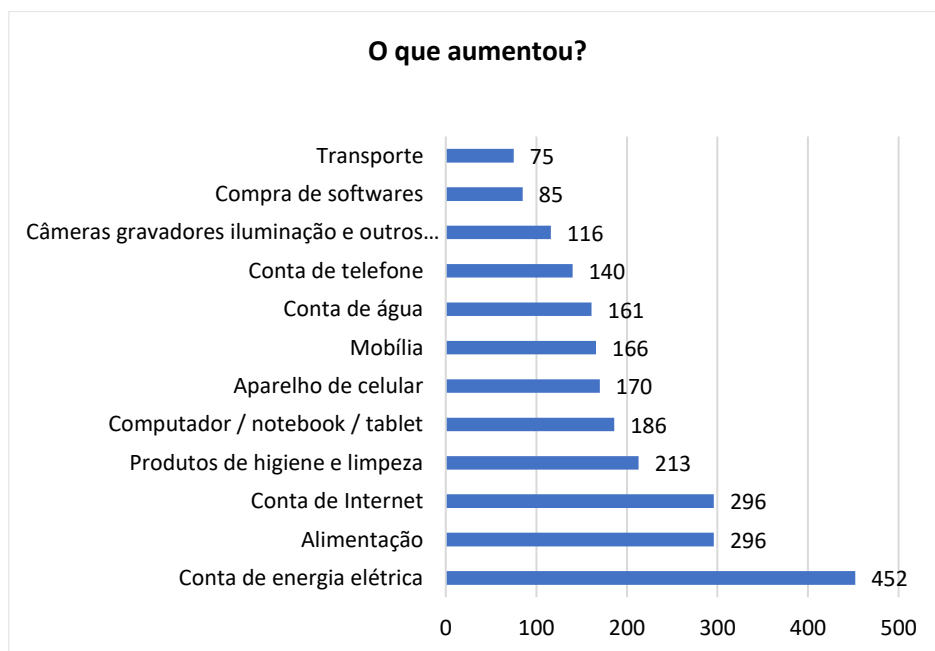
Tabela 33: Itens de aumento de despesas

Despesa	Total
Conta de energia elétrica	434
Alimentação	289
Conta de internet	279
Produtos de higiene e limpeza	207
Computador, notebook, tablet	170
Aparelho de celular	162
Mobília	158
Conta de água	153
Conta de telefone	132
Compra de softwares	78
Transporte	76
Câmeras, gravadores, iluminação e outros equipamentos	66
Outros	19

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

(*) Representatividade em relação aos 545 respondentes.

Gráfico 27: Gastos que aumentaram durante a pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A conta de energia elétrica é a vilã do aumento dos custos domésticos não só porque a tarifa de fato aumentou no Brasil⁹, mas sobretudo porque os comunicadores estão ficando mais em casa para trabalhar. Alimentação e conta da internet foram outros itens de aumento de despesas. Inclusive, há empresas que suprimiram no período os tradicionais vales refeição e transporte, impactando ainda mais os custos para o trabalhador. Higiene e limpeza seguidos por itens relativos aos instrumentos de trabalho vieram adensar a conta salgada de acréscimos de custos para trabalhadores que não tiveram acréscimo de salário, ao contrário, muitos perderam clientes, projetos e parte dos salários.

Conforme mostram os Gráficos 27 os itens que incidem como aumento dos custos para o trabalhador exercer sua função podem ser pontos de pauta de negociação contratual para, minimamente, manterem seus níveis anteriores de salários ou rendimentos que, mesmo sem cortes, já haviam encolhido por conta do aumento da inflação.

AS FERRAMENTAS PARA A ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

Trabalhar de forma remota em casa trouxe intensificação do trabalho, aumento nos custos para os comunicadores e o desafio de reinventar a gestão do trabalho. Papel importante têm as ferramentas disponíveis para garantir a realização da atividade: computador, internet e os softwares e aplicativos para a gestão, produção e circulação do produto do trabalho.

Essa nova realidade impõe mudança não só no plano financeiro, mas também um esforço de aprendizagem no manuseio desses ferramentais que, na maioria das vezes, exigem a reinvenção de processos, relacionamentos e acionamentos de dispositivos comunicacionais (MAINGUENEAU, 2001, FIGARO, GROHMANN, 2017; MAURO, FIGARO, 2018), adaptados ao distanciamento social.

Para apurar os usos desse ferramental, a questão *Há algum aplicativo ou espaço virtual para a organização do trabalho?*, com alternativas fechadas e de múltipla escolha, pretende mensurar a quantidade de aplicativos utilizados e quais são eles. Importante observar-se a adaptabilidade dessas ferramentas ao ambiente e aos objetivos de trabalho. Os tipos de aplicativos demandam relações comunicacionais diferentes, propiciam formas diversas de registro de processos de trabalho e de documentos oficiais que estão sofrendo alterações em seus formatos e exigindo uma outra normatização oficial para manterem a legalidade.

O Gráfico 29 mostra que, de longe, o WhatsApp é o aplicativo mais usado pelos comunicadores para o desempenho de diferentes atividades de trabalho. O email é o segundo mais usado, depois são mencionados aplicativos de gestão Trello, Project etc., software próprio ou licenciado da organização. Em menor uso estão os grupos no Facebook, no Telegram e, por fim, no Slack, para organização do trabalho.

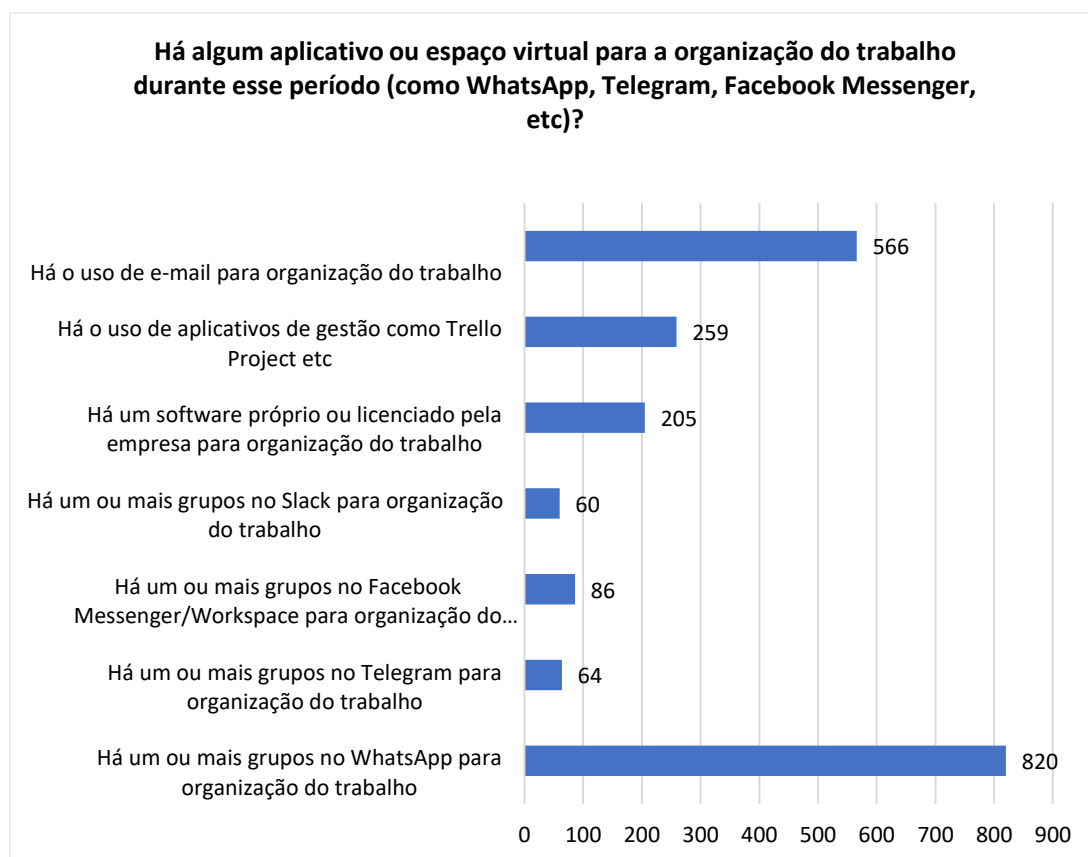
São esses meios que aceleram a produtividade à medida que se obtém sucesso na adaptação de seus usos. Esse tipo de ferramental para o trabalho digital e virtual (MARQUES, 2019) já apareceu na pesquisa sobre esse tema em 2020 (FIGARO et al., 2020). Naquela oportunidade, o

⁹ O Brasil passa pela pior crise hídrica em 90 anos, o que implicou em pressão sobre as tarifas e aumento da taxação em mais de 50% para os consumidores que apresentam maior consumo de energia. (<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2021/06/29/conta-de-luz-aumento-bandeira-tarifaria-aneel.htm>).

WhatsApp seguido do email também se mostraram como preferência de uso dos comunicadores.

Quando se coloca a questão de quais atividades são realizadas com essas ferramentas e qual a avaliação que se tem desse uso, inclusive em relação à segurança de dados, obtém-se variedade expressiva de adaptações e utilizações.

Gráfico 28: Aplicativo para a organização do trabalho



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Para analisar o conjunto de respostas, organizamos os aplicativos e softwares sob as categorias das empresas proprietárias: 1) Google; 2) Amazon; 3) Facebook; 4) Apple; 5) Microsoft, empresas que formam o chamado GAFAM com as maiores plataformas de comunicação; 6) Aplicativos de gestão, como Trello, Slack, Project, Asana; 7) Software próprio da empresa ou licenciado; 8) Zoom; 9) Telegram; 10) Microsoft Teams, 11) Email; 12) Outros (VPN, Dropbox, WeTransfer, Skype etc.).

Optamos por não explicitar a empresa de email utilizada pelo respondente para realizar o seu trabalho. É importante ressaltar que não descartamos esse dado, pois voltaremos a ele para entender qual função esse tipo de ferramenta tem na organização do trabalho durante a pandemia.

Os dados das duas fases da pesquisa (2020 e 2021) confirmam os usos de ferramental proprietário de predominância das grandes empresas de plataformas em comunicação; o uso

de softwares de gestão de projetos e também o uso de softwares licenciados ou próprios da empresa onde trabalha o respondente. Chama atenção que, mesmo passado mais de um ano de vigência da pandemia de Covid-19, as empresas ou arranjos de comunicação persistem em negligenciar o processo de produção e de organização dos seus dados, gerados no processo de trabalho, ao não aumentar o investimento em softwares próprios ou organizar a rotina de produção também nesses espaços digitais.

Exceto em alguns casos nos quais os respondentes afirmam usar somente os grupos de WhatsApp, prevalece a utilização combinada de diferentes aplicativos que conformam esse novo espaço social do trabalho do comunicador. Os respondentes fazem uso de cada uma das ferramentas técnicas em acordo com a potencialidade de elas permitirem a conjunção com outra família de ferramentas para dinamizar diferentes aspectos das tarefas que compõem o trabalho deles.

Por exemplo, a comunicação entre a equipe acontece no WhatsApp ou outro aplicativo de mensageria, a organização da equipe é realizada no Trello e as comunicações oficiais se fazem através do email.

Além de ressignificar o ferramental para realização do trabalho, o comunicador precisa ficar conectado para "demonstrar que está trabalhando". Os aplicativos cumprem uma gama de funções, entre elas, de mostrar que o profissional está em atividade, como podemos aferir nas afirmações:

Respondente 882: "Há um ou mais grupos no WhatsApp para organização do trabalho, Microsoft Teams, ficamos online durante toda a jornada de trabalho."

Respondente 778: "Comunicação, planejamento, bater pontos, formalização de feedbacks [...] controle de pauta e registro de tempo gasto".

Ou seja, o comunicador precisa ficar presente, ocupar um espaço no ambiente digital e mais do que isso, explicitar que está presente, conectado.

Já a respondente 350 nos mostra que esse registro é feito por um site específico chamado Ponto Mais, e explicita o uso de cada um dos aplicativos:

Respondente 350: "WhatsApp para comunicação, Trello para encaminhamento de pautas e status de projetos, Dropbox para armazenamento."

O aplicativo Ponto Mais apareceu apenas uma vez nos depoimentos dos respondentes durante a pesquisa. Fato que coloca em evidência outras formas de controle da jornada de trabalho. Há tantos aplicativos e sites em uso que o controle da jornada não é uma preocupação por parte das empresas, arranjos ou dos próprios trabalhadores que, no entanto, relatam o aumento da densificação do trabalho e os seus impactos na saúde, como veremos em outros aspectos analisados nesta mesma pesquisa.

Tabela 34: Atividades realizadas com o WhatsApp

Respondente	Relatos
916	Diálogo rápido com os colegas de trabalho, pois podemos ir de sala em sala, que são correspondentes aos setores da empresa.
433	A organização das demandas semanais e diárias são discutidas no WhatsApp ou por telefone.
627	As atividades que realizam são preparação de design instrucional apresentação de aulas palestras e outros recursos multimídia em sala de aula e também a elaboração

	de relatórios nessas plataformas digitais; a gente tem procurado na integração dos recursos, tentando diminuir por exemplo a circulação de e-mails e utilizando ferramentas mais colaborativas o que tem sido uma boa experiência, mas torna sempre esse processo por exemplo via WhatsApp sempre muito intenso de trocas, então a todo momento o celular está tocando, chegando mensagens.
733	As reuniões e divulgação de comunicados são pelo WhatsApp. [...]
498	[...] Via WhatsApp e e-mail institucional, são efetuadas as demais comunicações cotidianas de trabalho.
394	[...] WhatsApp e Workplace para conversar com a equipe.
100	Converso pelo WhatsApp com os setores necessários.
834	É por ele, WhatsApp, que é repassado as pautas diárias. É por eles, muitas vezes, que entramos em contato com as fontes, o envio de áudios (pelas fontes), aspas e troca com as assessorias.
724	Utilizo o WhatsApp (número pessoal) para interagir com colegas de trabalho, definir algumas ações e fazer entrevistas.
414	Grupos de WhatsApp concentram informações de briefing e organização de projetos que devem ser apenas compartilhadas internamente.
15	Grupos de WhatsApp facilitam o feedback.
809	Mantenho o contato no dia a dia com a minha equipe por meio dos grupos do WhatsApp.
606	No WhatsApp demando e compartilho demanda com a equipe [...]
937	O grupo de WhatsApp é utilizado constantemente para a troca de mensagens sobre o andamento da produção jornalística, e o Trello é utilizado como referência do progresso do fechamento editorial da revista.
771	O grupo do WhatsApp é usado para distribuir notas e para mediar um acompanhamento mais pontual.
944	O WhatsApp acaba substituindo a conversa com o colega que estaria ao lado para realização de atividades [...]
383	O WhatsApp ajuda na comunicação diária, na organização, mas muitas vezes gera conflito entre os colegas, por conta de má interpretação.
803	O WhatsApp tem sido essencial para manter o contato com meus colegas de trabalho, tanto a equipe de comunicação que gerencio quanto as de outros setores com as quais preciso falar, e para acompanhar o andamento dos trabalhos. [...]
384	Os grupos no WhatsApp ajudam a comunicação no dia a dia com clientes e colegas, além de permitir o networking e apresentação de pautas para contatos específicos.
233	Praticamente nenhuma, a comunicação interna na minha empresa é muito falha. Os grupos do WhatsApp só servem para envio de jornadas de trabalho.
860	[...] o gerenciamento de atividades é feito por e-mail e o acompanhamento por meio de apps sociais (WhatsApp e Telegram).
873	Realizo leituras diárias de mais de 10 grupos de WhatsApp [...]
301	Recebo várias demandas de trabalho via WhatsApp.
185	Reunião virtual e contato constante por WhatsApp.
41	[...] participo de mais de dez grupos de trabalho no WhatsApp.
957	Toda a coordenação da equipe e distribuição de pautas são feitas pelo WhatsApp.
923	[...] WhatsApp - contato com agências da empresa [...]
355	WhatsApp: tratar com cliente.
119	WhatsApp para atendimento/relacionamento com clientes. WhatsApp e Trello para organização e gestão de fluxo de produção no trabalho.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Como a maioria utiliza o WhatsApp em seu aparelho próprio e no mesmo número telefônico pessoal, o aplicativo é mais um fator que demonstra a intersecção entre o tempo livre e o tempo

de trabalho, cujos assuntos particulares e profissionais estão presentes no mesmo local, independentemente se o profissional está trabalhando ou não.

Outro fator da ausência de regulação da jornada no ambiente digital é a discussão sobre a jornada. O direito ao desligamento estabelece o direito de o profissional não atender chamadas telefônicas, não responder emails ou mensagens em aplicativos fora do horário de trabalho. Isso porque o uso acentuado dos aplicativos influencia na percepção do tempo e também do espaço. O tema foi alvo da pergunta *Qual sua avaliação sobre o uso desses aplicativos na rotina de trabalho?*, que veremos adiante.

Além do controle do tempo e exigência de engajamento dos comunicadores, os aplicativos conformam o espaço social onde as relações de comunicação transitam para viabilizar o trabalho. Os processos da atividade de trabalho são renormalizados a partir da lógica desses aplicativos e do conjunto de sua lógica comercial, algorítmica e política. Esse apontamento é importante de ser feito devido à tendência de naturalização e à acentuada valorização positiva das funcionalidades dos aplicativos.

Figura 4: Utilidade dos aplicativos no trabalho



Fonte: CPCT/ECA-USP – Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano de pandemia da Covid-19?

ATIVIDADES DE TRABALHO REALIZADAS COM OS APLICATIVOS

Para analisar a questão *“Descreva que tipos de atividades você realiza com a ajuda desses instrumentos (aplicativos) no seu trabalho?”*, fizemos o seguinte caminho: leitura das respostas e identificação das principais atividades descritas; formação de nuvem de palavras, formulação das categorias e análise.

Como podemos verificar no Figura 4, as palavras: ‘reuniões’, ‘pauta’, ‘organização’, ‘trabalho’, ‘comunicação’, ‘aula’, ‘equipe’, ‘tarefas’, ‘demanda’, foram as mais utilizadas nas 882 respostas obtidas nessa questão. Quatro pessoas afirmaram que não usam aplicativos em suas atividades de trabalho. O processo de visualização nas nuvens auxilia a organizar as categorias e compreender como elas dialogam, mas não resolve toda a questão metodológica, sendo fundamental voltar às respostas para análise.

Embora a palavra "trabalho" seja menor que outras na nuvem, nesta análise é a categoria principal para verificação sobre o papel e o significado do uso dos aplicativos nas atividades de trabalho. De acordo com os respondentes, esses aplicativos têm relevância em dois aspectos que estão dialeticamente relacionados: comunicação e organização do trabalho.

Trabalhar é sempre trabalhar com o outro, em coletivo (FIGARO, 2008) e, em uma situação de trabalho no ambiente digital, as relações de comunicação mediadas e governadas pelos aplicativos e plataformas têm implicações na política organizacional e no fazer do trabalho.

Tabela 35: Aplicativos para a comunicação e organização no trabalho

Respondente	Relatos
148	A organização do trabalho em si. Desde o planejamento, passando pela produção e, por fim, a finalização/compartilhamento dos conteúdos. Tudo isso tem sido feito a partir do uso dessas plataformas e ferramentas.
487	Acompanhamento da agenda de trabalho de toda equipe; definições de tarefas e de prioridades; discussões pontuais sobre o trabalho.
737	Acompanhamento do andamento da produção, edição e reportagem.
82	Agendamento de reuniões, calendário, organização de equipe e funções, execução de planejamento e aprovação de materiais.
452	Alinhamento com equipe interna, alinhamento com clientes, comunicação interna da empresa em que trabalho, compartilhamento de tarefas, organização da demanda de criação.
685	Aprovação de conteúdo, validação de planejamento, orientação para execução etc.
875	Basicamente a organização do trabalho por parte da chefia, que formaliza as pautas do dia e as ações em geral a serem realizadas no dia. Eventuais dúvidas são retiradas por essas vias também, bem como o repasse de informações necessárias à conclusão de uma reportagem.
800	Discussão da pauta diária e acompanhamento do processo de produção das reportagens.
848	Divisão das tarefas; organização do cronograma; troca de ideias na realização de projetos e planejamento em geral.
328	E-mail institucional para acompanhamento e cumprimento das demandas apresentadas. Grupos no WhatsApp para organização e divulgação das atividades (projetos e programas do Campus e o uso das redes sociais para postagens diversas (avisos, comunicados, comemorações de datas específicas e importantes) entre outros.
404	Esses aplicativos servem para ajudar na organização do trabalho.
92	Gestão da equipe, relacionamento com o cliente, organização de atividades e gerenciamento de projetos.
414	Grupos de WhatsApp concentram informações de briefing e organização de projetos que devem ser apenas compartilhadas internamente.
265	Marcação de gravações remotas, organização de prioridades entre as demandas junto à coordenação.
40	Organização da rotina de trabalho diário, acesso a contatos, informações e esclarecimento de dúvidas (reuniões).

403	Organização de conteúdo para mídias sociais, organização da publicação de textos, organização de tarefas institucionais cotidianas.
658	Organização de fluxos e rotinas, compartilhamento de materiais trabalhados de forma colaborativa.
45	Organização do fluxo, controle de pautas, planejamento de conteúdo, criação.
440	Planejamento, estratégia, organização, produção, transmissão.
285	Registro de horas trabalhadas, organização do desenvolvimento e conclusão das demandas.
532	Toda a organização do trabalho é feita por esses grupos.
391	Comunicação interna, reuniões, acompanhamento de projetos, comunicação com clientes.
866	Comunicação de equipe e recebimento do material.
522	Comunicação entre os colaboradores, gestão, compartilhamento de arquivos para execução de tarefas.
811	Contatos ordinários com equipe, imprensa e clientes internos da organização. Marcação de reuniões. Discussão de demandas. Reuniões remotas.
436	Conversas, reuniões, entrevistas, planejamento.
	Dar retorno sobre os processos aos clientes, falar sobre melhorias, compartilhar estratégias e receber dos clientes atualizações sobre as ações internas, além de receber demandas.
	Interação entre equipes, reuniões e organização de pauta.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Como podemos verificar, há centralidade desses aplicativos como recurso para organizar arquivos, conteúdos, visto que não há um servidor ou aplicativo específico da empresa para sistematização da produção e da informação gerada no processo de trabalho remoto. São procedimentos que colocam em questão o controle da informação e da organização.

Ainda mais do que para ordenar os arquivos, esses aplicativos organizam a própria atividade, o fluxo e as atribuições. Diferentemente dos departamentos com seus limites bem explícitos no espaço físico, as atividades da organização adquirem outros contornos e identificações no ambiente virtual, como podemos ver na resposta que afirma ser útil para “diálogo rápido com os colegas de trabalho, pois podemos ir de sala em sala, que são correspondentes aos setores da empresa.”

Os aplicativos ocupam o lugar das relações interpessoais presenciais, alterando os processos comunicacionais. Podemos tecer, a partir desses dados, inferências sobre as modalidades discursivas que se atualizam nesses usos. A relação hierárquica se reorganiza e, assim, a noção de organização/instituição se altera. Há aí um campo enorme de observação a ser feita e a ser problematizada.

Os aplicativos passaram a ser o espaço onde se dá a sociabilidade do labor dos comunicadores, onde acontece o desenvolvimento das relações, agora mediadas principalmente pelas tecnologias de informação e comunicação.

Além dos aplicativos de tipo mensageiro, os de gestão, como Trello, Project, Asana e Slack, também fazem parte das respostas como meio de organização e comunicação do fluxo de trabalho, como podemos verificar na afirmação da respondente que diz utilizar “o Slack para conversas do dia a dia com equipe, ideias de pautas, *brainstorming*, ajuda com contatos”. Assim como outra resposta que aponta o uso do aplicativo de gestão, pois “o Trello organiza entrada de demandas e conclusão de demandas”; ou mesmo essa outra que o identifica como o espaço coletivo onde a “equipe visualiza o andamento das pautas.”

Esses usos, como afirmamos anteriormente, incidem na modificação da utilização social do tempo e do espaço como categorias relacionadas e que permitem a organização de nossas atividades. A intensificação do ritmo de trabalho significa a potencialização do tempo na realização de tarefas, principalmente, oportunizada pelo desenvolvimento tecnológico. Trata-se da mais-valia relativa, ou seja, ampliar a extração de mais-valor do trabalho por meio da intensificação da produção. (Marx, Capital, vol. 1). No caso que estamos analisando, os aplicativos permitem, ao mesmo tempo, os dois movimentos de extração de valor: pelo aumento do ritmo de produção e pelo aumento do número de horas dedicadas ao trabalho. Nesse último caso, temos a mais-valia absoluta.

As dimensões de tempo e espaço sintetizam o movimento dialético do sistema de trabalho. Na etapa atual do capitalismo, a apropriação do desenvolvimento tecnológico está submetida aos interesses da ampliação da exploração do trabalho para o aumento da lucratividade de alguns. Dessa forma, ao serem comprimidas as dimensões tempo-espaciais, aprofundam-se a precarização do trabalho e a subsunção do trabalhador à lógica do capital, muito embora os impactos dessa situação sejam um tanto quanto naturalizados pelos comunicadores, como veremos nas análises a seguir.

AValiação sobre os aplicativos usados para o trabalho

Uma questão solicitada aos respondentes foi que avaliassem o uso dos aplicativos em sua rotina de trabalho. Considerando que em uma avaliação busca-se saber a percepção ou a compreensão dos sujeitos sobre o que está sendo avaliado, buscamos, originalmente, elencar as respostas dentro de uma escala em cinco níveis (muito negativo, negativo, mediano, positivo, muito positivo). Também consideramos um outro conjunto (relativo) que seriam os respondentes que relativizam a avaliação, isto é, a avaliação é negativa e positiva ou é condicionada a algum tipo de aplicativo ou uso, não podendo ser classificada exclusivamente em algum dos campos positivos ou negativos e tão pouco pode ser considerada uma resposta mediana. Ainda incluímos uma categoria com respostas que não puderam ser categorizadas (não se aplica ou neutra).

As respostas foram classificadas em cada um desses níveis, com base nos adjetivos utilizados para a avaliação. Também consideramos o contexto e a sentença em que os adjetivos foram utilizados, para podermos classificar as afirmações em suas diferentes nuances. As respostas mais curtas e diretas tiveram uma análise mais automática de sua posição (por exemplo, quem respondeu apenas com uma palavra (bom ou ruim) e foram designadas para positivo ou negativo. Mas há respondentes que dedicaram mais tempo a explicar as suas respostas e as fizeram de formas mais longas ou colocaram mais de um adjetivo para reforçar suas opiniões. Cada uma das respostas foi classificada de acordo com a sua carga de positividade ou negatividade, conforme os campos semânticos e lexicais relativos à temática (ULLMANN, 1973).

Salientamos que esses conjuntos foram criados a partir da leitura das respostas ao questionário e da adequação dos adjetivos à escala. Foram considerados adjetivos e expressões que implicam o uso dos aplicativos (ação) ou a forma como eles são utilizados pelas organizações nas quais os usuários atuam (contexto). Com esse tipo de separação, uma mesma ação dos aplicativos (invasão de privacidade) pode ser classificada de formas distintas pelo analista, dependendo da percepção do respondente.

Vejamos o seguinte exemplo: Enquanto uma resposta pode fazer uma avaliação negativa do uso dos aplicativos de forma mais direta e simples sobre invasão de privacidade (“Acredito que o uso do WhatsApp pessoal invade um espaço privado de relacionamento”), outra manifestação, feita por outra respondente faz uma avaliação muito mais negativa dessa mesma questão (“Abusiva. Não há mais dia nem horário para demandar mais atividades. Ademais há grande intenção de controle”), demonstrando uma indignação maior com relação ao mesmo objeto.

Assim, para orientar a separação, nos pautamos pelos seguintes critérios:

Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “muito negativas”: Para fins de classificação, quando o sujeito utiliza duas ou mais classificações/adjetivos negativos ou quando ele coloca uma característica negativa associada a um advérbio de intensidade ou quando aplica um adjetivo negativo bastante significativo, essa resposta foi elencada neste grupo, compondo o campo semântico/lexical muito negativas. São exemplos de respostas elencadas como muito negativas: “cansam e estressam”; “contraproducente e desviante”; “horrível”; “extenuante”; “péssimo”; “bastante intrusivo”.

- a) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “negativas”: Foram elencadas nesta categoria as respostas com apenas um adjetivo/expressão negativa, contanto que este adjetivo não indicasse grande intensidade de negatividade como “cansativo”; “estafante”; “estressante”; “vão além do necessário”.
- b) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “medianas”: Expressões ou adjetivos que não indicam se a avaliação é positiva ou negativa: “necessário”; “médio”; “são o suficiente”; “única saída”; “uso cotidiano”; “não mudam muita coisa”.
- c) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “positivas”: Foram elencadas nesta categoria as respostas com apenas um adjetivo/expressão positiva, contanto que este adjetivo não indicasse grande intensidade positiva caso de “ajudam”; “boa”; “positiva”; “satisfatória”; “necessária”; “proporcionam agilidade”; “facilitam a interação”.
- d) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “muito positivas”: Para fins de classificação, quando o respondente utiliza duas ou mais classificações/adjetivos positivos ou quando ele coloca uma característica positiva associada a um advérbio de intensidade ou quando aplica um adjetivo positivo bastante significativo, essa resposta foi elencada neste grupo. São exemplos de respostas elencadas como muito positivas: “fundamental”; “imprescindível”; “ótimo”; “eficiente e facilitadores”; “muito bom”; “ajudam bastante”.
- e) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “relativas”: São avaliações que consideram tanto elementos positivos quanto negativos, ou seja, apontam qualidades positivas ou negativas, mas também indicam o seu contraponto. Nesta situação estão os seguintes comentários: “Acho positivo para a gestão do tempo, mas negativo por ultrapassar a barreira do ambiente pessoal”; “É ótima se souber usar”; “Boa, mas necessita de mais suporte físico tecnológico”; “São lentos, mas essenciais”; “Dúbia”.
- f) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “não se aplica” ou “neutra”: Este critério foi adotado quando a resposta não revela o que se pedia na pergunta caso de “Total”; “Não tenho”; “Zap e Net sobrecarregados”.

Com essa classificação acreditamos que seja possível ter um panorama acerca do posicionamento dos comunicadores com relação ao uso dos aplicativos em seu cotidiano laboral. As 881 respostas desta questão se distribuíram conforme consta na Tabela 36.

Tabela 36: Classificação da avaliação de uso dos aplicativos

Categoria	Quantidade de respostas	Percentual
Muito negativa	40	4,5%
Negativa	67	7,6%
Mediana	63	7,1%
Positiva	243	27,5%
Muito positiva	304	34,5%
Relativa	151	17,1%
Não se aplica ou neutra	13	1,4%

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

O resultado da classificação na Tabela 36 mostra que a avaliação sobre o uso dos aplicativos no trabalho remoto é muito positiva, positiva e relativa, respostas enunciadas pela maioria absoluta dos respondentes. As avaliações muito negativa, negativa e neutra não chegam a 20% dos respondentes. Efetivamente se trabalha com a mediação dos aplicativos. A adoção dessas ferramentas demanda do trabalhador a reorganização das normas antecedentes e das prescrições no trabalho (DURRIVE, SCHWARTZ, 2007; FIGARO, 2008; REBECHI, 2014). Esse processo demanda maior investimento do *corpo si* no trabalho: do gesto à voz, da posição do corpo à articulação comunicativa, temos alterações que exigem mais da criatividade e do inédito das situações reais de trabalho. Assim, as atividades são renovadas, construindo outra normatividade. A reelaboração de normas em tempo/espaço reconfigurados demanda reorganização das relações comunicacionais entre entidades relativamente pertinentes (DURRIVE, SCHWARTZ, 2007, FIGARO, 2008b), ou seja, dos coletivos que fazem o trabalho acontecer.

Esse *investimento de si* no trabalho, muitas vezes, não é aquilatado pelo próprio trabalhador. O cansaço, o estresse, o sentimento de esgotamento vêm dessa demanda nova para reconstruir os processos produtivos/comunicacionais. É um “refazimento” das relações interpessoais. O ser que trabalha reaprende sinais e signos para construir laços de empatia, atenção, produção e recepção dos sentidos circulantes. Todos esses *investimentos de si* no trabalho compõem os processos produtivos, os saberes que o trabalho produz e que são incorporados pelas lógicas mercantis e acionados como elementos que compõem os avanços tecnológicos.

SEGURANÇA E PRIVACIDADE DOS DADOS

A questão *Como você se sente com relação à segurança dos dados e à privacidade no trabalho?* aborda o sentimento dos trabalhadores da área de comunicação com relação à segurança dos dados e à privacidade no trabalho. Objetivava-se, com essa questão, compreender qual é o sentimento dos trabalhadores com relação à vulnerabilidade dos seus dados e à sua privacidade¹⁰.

¹⁰ Apesar da quase totalidade das respostas tratarem de modo único essa questão, relacionando diretamente privacidade e segurança dos próprios dados, alguns poucos respondentes ampliaram essa percepção e relacionaram a resposta também com os dados e informações que são manipulados em seu trabalho. Houve alguns também que separaram segurança dos próprios dados com privacidade no trabalho, ligando essa questão diretamente à organização na qual o(a) respondente atua, referindo-se aos limites para a vigilância da organização sobre a sua atividade. Neste momento, nós não separamos

Devemos considerar que os respondentes são capazes de comunicar os próprios sentimentos de forma adequada. Buscamos perceber e classificar as emoções manifestadas pelos trabalhadores com relação à percepção de segurança que eles têm em seu trabalho. O objetivo é possibilitar a reflexão sobre como nos sentimos com relação a isso. Deve-se salientar que se trata de um retrato de determinado período e que os sentimentos demonstrados aqui pelos respondentes, agradáveis ou desagradáveis, podem ser transitórios. A impressão ruim ou boa não deve durar para sempre e também estão relacionadas ao contexto mais geral da pandemia de Covid-19.

Do mesmo modo que na análise anterior, buscamos aqui elencar as respostas em uma escala de cinco níveis de acordo com os sentimentos manifestados (muito negativo, negativo, mediano, positivo, muito positivo). Convém explicar que os sentimentos que não são nem positivos e nem negativos nós consideramos como medianos, pois não achamos adequada a classificação de "sentimento neutro". A classificação neutra compôs um outro conjunto de respostas que seriam aquelas sem relação com a pergunta. Por fim, consideramos como respostas relativas aquelas que apresentaram sentimentos conflitantes, não podendo ser classificados exclusivamente em nenhum dos campos positivos ou negativos e tampouco podem ser consideradas respostas medianas.

As respostas serão dirigidas a cada um dos níveis com base nas manifestações dos respondentes, sendo que consideramos o contexto e a sentença em que os adjetivos foram utilizados para podermos classificar as afirmações em suas diferentes nuances nos respectivos campos semânticos/lexicais (ULLMANN, 1973). Assim, nos pautamos pelos seguintes critérios:

- a) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como "muito negativas": Para fins de classificação, quando o respondente utiliza duas ou mais classificações/adjetivos negativos ou quando ele coloca uma característica negativa associada a um advérbio de intensidade ou quando aplica um adjetivo negativo bastante significativo, essa resposta foi elencada neste grupo. São exemplos de respostas elencadas como muito negativas: "largado às moscas"; "com medo permanente"; "absolutamente desprotegida"; "extremamente exposto"; "exposta e insegura"; "péssimo".
- b) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como "negativas": Foram elencadas nesta categoria as respostas com apenas um adjetivo/expressão negativa, contanto que este adjetivo não indicasse grande intensidade negativa. São exemplos dessa situação: "não confio"; "apreensivo"; "não me sinto confortável"; "desprotegida"; "fraca"; "fragilizada"; "receoso".
- c) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como "medianas": Expressões ou adjetivos que não indicam se a avaliação é positiva ou negativa, casos de "meio insegura"; "médio confortável"; "me resguardo"; "exige cuidados"; "meio a meio"; "busco zelar pelas informações"; "normal".
- d) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como "positivas": Foram elencadas nesta categoria as respostas com apenas um adjetivo/expressão positiva, contanto que este adjetivo não indicasse grande intensidade positiva. Como exemplos temos: "bem"; "boa"; "ok"; "confortável"; "confio"; "seguro"; "relativamente seguro"; "não vejo problemas".

essas questões, por não serem numericamente significativas, e fizemos a quantificação do total de respostas válidas.

- e) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “muito positivas”: Para fins de classificação, quando o respondente utiliza duas ou mais classificações/adjetivos positivos ou quando ele coloca uma característica positiva associada a um advérbio de intensidade ou quando aplica um adjetivo positivo bastante significativo, essa resposta foi elencada neste grupo. São exemplos de respostas elencadas como muito positivas: “ótimo”; “eu me sinto bem segura”; “Me sinto seguro. Pois temos bons níveis de proteção de dados”; “tranquilo, confio cegamente”; “tranquilo, a TI da empresa é bem eficiente”.
- f) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “relativas”: São avaliações que consideram tanto elementos positivos quanto negativos, ou seja, apontam qualidades positivas ou negativas, mas também indicam o seu contraponto. Nesse sentido, temos aqui: "estamos caminhando para conquistar um espaço digital mais seguro. Mas acho que não devemos baixar a guarda."; "em relação à segurança dos dados, não tenho problemas. Mas em relação à privacidade, existe uma espécie de abuso"; "Não acho que haja riscos em relação aos dados. Difícil ter privacidade na sua vida profissional".
- g) Termos e expressões utilizadas para classificar respostas como “não se aplica” ou “neutra”: Este critério foi adotado quando a resposta não revela o que se pedia na pergunta ou não se posiciona com relação à questão. É o caso dos comentários: “Desconheço a segurança dos meios”; “Não sei opinar”; “Não penso nisso”; “Não me incomoda”; "pertinentes".

Com essa classificação por campo semântico/lexical, acreditamos que seja possível ter um panorama acerca do posicionamento dos comunicadores com relação ao uso dos aplicativos em seu cotidiano laboral. As 890 respostas desta pergunta consideradas válidas se distribuíram conforme mostra a Tabela 37.

Tabela 37: Classificação do sentimento de segurança e privacidade

Categoria	Quantidade de respostas	Percentual
Muito negativa	74	8,3%
Negativa	286	32,1%
Mediana	48	5,3%
Positiva	300	33,7%
Muito positiva	36	4%
Relativa	24	2,6%
Não se aplica ou neutro	122	13,7%

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A avaliação sobre o sentimento de segurança e de privacidade dos dados compõe uma maioria de respondentes que têm uma percepção majoritariamente negativa (40,4%), mas muito próxima daqueles que avaliam isso de modo majoritariamente positivo (37,7%). Outro dado que se destaca é o número de pessoas que não tem qualquer sentimento com relação a isso ou que não se manifestaram de modo nem positivo nem negativo (19%).

Os dados são uma mercadoria da maior relevância na contemporaneidade. O trabalho remoto realizado via aplicativos das maiores empresas de plataforma do planeta dá a essas empresas uma montanha de informações a cada segundo. Informações que têm valor no mercado da mineração de dados e da sua organização para revenda, aprendizagem de máquina da

denominada inteligência algorítmica. Privacidade e segurança de dados é tudo que não se tem, sobretudo no Brasil, cuja legislação está em construção e em contínuo ataque por parte de interesses econômicos e políticos.

Impressiona o dado de que praticamente 20% (mediana, relativa, neutra) dos respondentes não têm uma posição clara sobre o assunto. Trata-se de profissionais da área da comunicação! A naturalização das ferramentas e o apagamento das relações ideológicas, econômicas e políticas que as constitui como código fechado e segredo de marca chamam nossa atenção. Será necessário aprofundar a observação desse fato e estudá-lo com afinco. Estudos de Shoshana Zuboff (2018), Fernanda Bruno (2018), Morozov (2020), entre tantos outros autores, mostram as agruras a serem enfrentadas para a preservação da segurança e da privacidade, bem como o funcionamento do sistema de extração de valor que se constrói com base nos dados controlados pelas empresas de plataformas.

JORNADA E RITMO DE TRABALHO NO CONTEXTO DA PANDEMIA

A questão sobre quantas horas diárias o respondente trabalhava antes da pandemia serve de preâmbulo para a compreensão do questionamento seguinte, referente ao montante de horas que os comunicadores estão trabalhando no contexto de um ano da Covid-19. É com base inclusive na confrontação dessas duas questões que possivelmente veremos aflorar pistas que nos permitam aferir, concretamente, os efeitos da jornada de trabalho nesse período mais amplo em análise.

Assevera-se isso pois na pesquisa inicial do CPCT/ECA-USP, realizada em 2020, logo com o anúncio dos primeiros casos de pessoas contaminadas e de vítimas fatais no Brasil, já era evidente o quanto a doença havia impactado a atividade dos comunicadores. Passado mais de um ano após a aplicação daquele questionário, a situação atual certamente tornou-se mais dramática e conflituosa no que se refere, por exemplo, à naturalização do modelo *home-office/remoto* junto aos profissionais.

Desse modo, ao verificarmos as respostas dadas à pergunta, que dispunha de nove alternativas, sendo a última delas denominada “Outros”, que permitia a inclusão de dados que não os listados anteriormente, temos o registro de 894 respondentes.

Não houve grandes dificuldades para se tabular as respostas válidas. Chamou a atenção que 61 respondentes fizeram outro tipo de menção, diferentemente das opções que estavam elencadas.

Decidimos, então, observar o conjunto da opção “Outros” no que tange à sua composição. Comparando-se com o quantitativo obtido das alternativas ditas fixas, que faziam parte do questionário original, percebemos a incidência significativa de determinados itens, com os quais conseguimos formar cinco categorias: “5 horas” (20 menções), “7 horas” (10), “Indefinidos” (10), “8 a 9 horas” (8) e “Sem referência” (8).

Pela somatória, nota-se que ainda ficaram faltando outras seis pessoas, cujas respostas não foram possíveis de serem agrupadas em alguma das classificações vigentes nem de se constituírem em uma nova. A saber, em “Indefinidos” alocaram-se as menções em que não se tornou viável estabelecer uma estimativa de carga horária diária. Além disso, em “Sem referência” constam as pessoas que à época não trabalhavam, estavam desempregadas, atuavam em organização diferente da atual, faziam trabalhos esporádicos como freelancer e

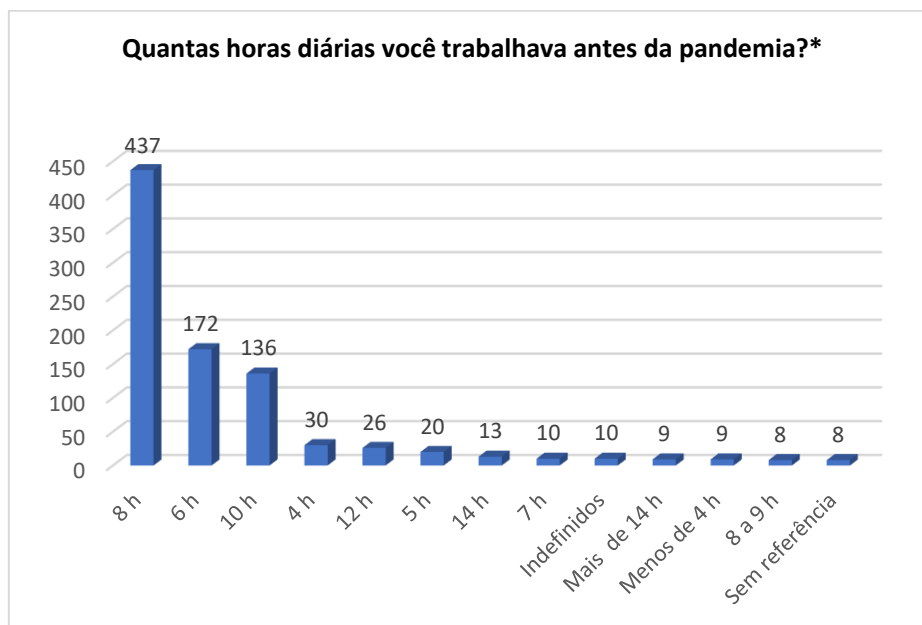
que não exerciam atividade formal. Desse modo, temos a conformação ampliada, que expomos a seguir, em ordem decrescente, no formato da Tabela 38 e do Gráfico 30.

Tabela 38: Jornada de trabalho antes da pandemia

Horas de trabalho diárias	Quantidade de respondentes
8 h	437
6 h	172
10 h	136
4 h	30
12 h	26
5 h	20
14 h	13
7 h	10
Indefinidos	10
Mais de 14 h	9
Menos de 4 h	9
8 a 9 h	8
Sem referência	8

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19? (*) Considerou-se aqui também outro item acrescido na opção “Outros”: “Eu fazia estágio antes da pandemia (de 6h), comecei neste serviço que estou durante a pandemia.”

Gráfico 29: Jornada de trabalho antes da pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19? *100 respondentes não se aplicam a esta questão.

Em que pese a variedade de alternativas abertas aos respondentes, que poderiam ter complicado a tabulação da pergunta sobre jornada de trabalho, foi possível estipular uma catalogação aos 62 itens listados na opção “Outros”. Mas caso aqui a quantidade de respostas

fosse diversificada e muito maior, encontraríamos dificuldades para consensuar uma classificação mínima e entender o ritmo de trabalho nas condições anteriores à pandemia.

Consideramos a questão *Quantas horas diárias você trabalha atualmente?* nevrálgica por trazer à tona a materialidade de como o contexto de um ano da pandemia alterou o ritmo e até mesmo a intensidade do trabalho, ainda mais diante da adoção do modelo *home-office/remoto* por parte dos profissionais e com os usos dos aplicativos.

Essa situação é constatada ao se ver a tabulação das respostas dadas e, principalmente, fazer a comparação com os resultados obtidos nas declarações sobre o período anterior à pandemia. Obtivemos 894 respostas a esta questão e seguimos o mesmo procedimento utilizado anteriormente no que tange à contabilidade das alternativas marcadas, o que nos obrigou a olhar com a devida atenção os comentários de quem resolveu assinalar “Outros”. Assim, chegamos à seguinte classificação, conforme se vê na Tabela 39 e no Gráfico 30 que listamos em ordem decrescente.

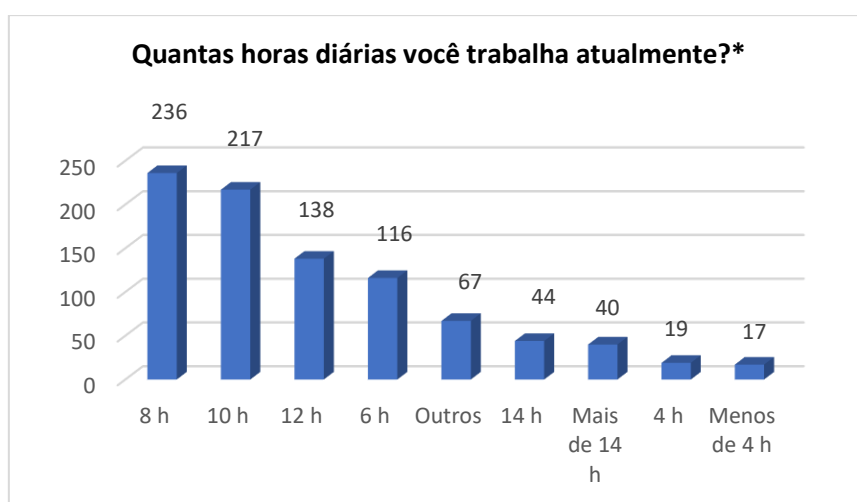
Tabela 39: Jornada de trabalho no contexto de um ano da pandemia*

Horas de trabalho diárias	Quantidade de respondentes
8 h	236
10 h	217
12 h	138
6 h	116
Outros	67
14 h	44
Mais de 14 h	40
4 h	19
Menos de 4 h	17

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*100 respondentes não se aplicam a esta questão.

Gráfico 290: Jornada de trabalho no contexto de um ano da pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*100 respondentes não se aplicam a esta questão.

Comparando-se com os dados gerados na Tabela 38, percebemos uma enorme elevação dos profissionais que passaram a ter uma carga de trabalho diária de 10 horas, 12 horas, 14 horas e mais de 14 horas. Entre essas quatro jornadas, o maior aumento se deu entre os comunicadores que atuam 12 horas diariamente – de 26 para 138, um salto de 430%. Na sequência estão as pessoas que trabalham acima de 14 horas, que pularam de 9 para 40, o equivalente a 344%. Quem no momento dispense 14 horas diárias passou de 13 para 44 trabalhadores, ou seja, um acréscimo de 238%. Também muito significativo, aparecem aqueles que cumprem 10 horas por dia, que eram 136 e agora são 217, o que significa um patamar de 59,5%.

Com um aumento de 8% (de 62 para 67), os respondentes que apontaram itens diferentes a partir da alternativa “Outros” mereceram cuidado na verificação do teor do que foi citado. Porém, contrariamente ao que encontramos na pergunta anterior, aqui as respostas se mostraram bem mais diversificadas e sem destaque que justificasse a criação de novas categorias. Por outro lado, como tivemos maior quantidade de comentários, decidimos separar alguns deles, que nos fornecem bons indícios da situação em que se encontram, hoje, os comunicadores.

Respondente 94: “O tempo todo, dependendo da necessidade.”

Respondente 273: “Hoje não consigo avaliar quantas horas fico em frente do computador e de uma atividade para chegar à sua conclusão. Creio que esse item seja muito relevante, pois sentidamente hoje estou bem mais sedentária e isso não é nada bom!”

Respondente 293: “Depende do trabalho, da internet: de 5h a 12 h.”

Respondente 475: “Não tem horário definido, às vezes faço 12h seguidas ou mais.”

Respondente 509: “Indefinido.”

Respondente 597: “Se contar serviço doméstico, cuidar sozinha do filho, fazer comida, trabalhos da pós e trabalho, são todas as horas em que estou acordada.”

Respondente 614: “A jornada se estende bastante, com acionamentos fora do horário, o dia inteiro.”

Respondente 829: “24 horas.”

Apesar da riqueza dessas falas, reveladoras dos sentidos que permeiam o cotidiano da atividade desses profissionais, cuja precarização das condições de trabalho já estava evidente antes da pandemia, é preciso destacar que a opção por não fechar melhor o intervalo das alternativas e de facultar a possibilidade de se acrescentar outros itens distintos dos disponíveis gerou maior demanda¹¹ no momento de se analisar as respostas.

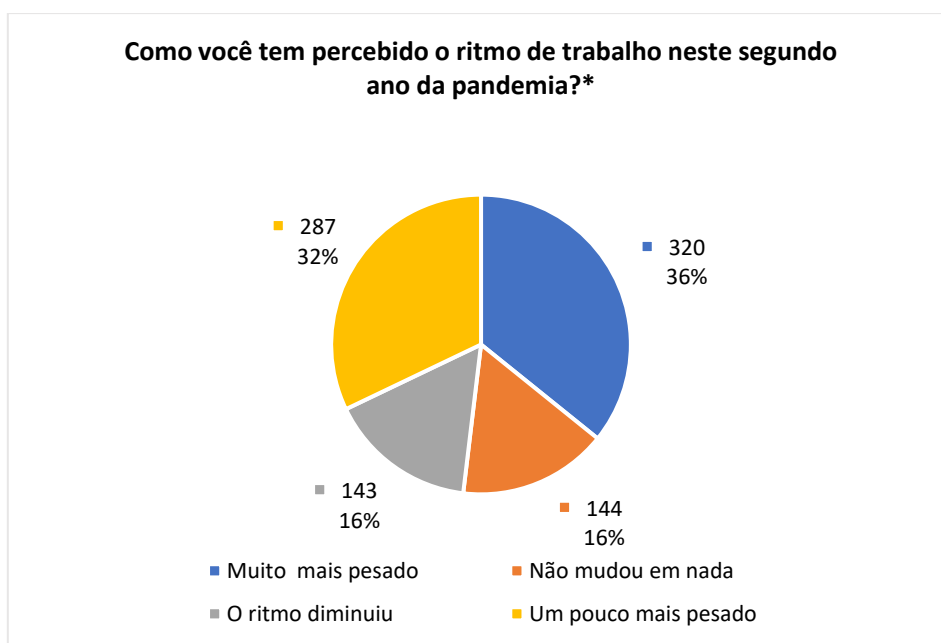
¹¹ Nessa perspectiva, consideramos importante problematizar uma possível melhor adequação do uso de formulário (LOPES, 2010) para pesquisas futuras, talvez com alternativas um pouco mais fechadas e/ou mesmo que condensem, com maior propriedade, a multiplicidade de situações, como no caso da jornada de trabalho diária.

Evidentemente que não se pretende postular uma ideia de neutralidade das técnicas usadas na pesquisa, a qual pode ser concebida dos mais variados modos, mas sendo sempre “[...] construída em função de um modelo teórico explicitamente formulado. Seus objetivos são científicos, isto quer dizer, definidos em função da relevância que têm dentro das problemáticas ou das tradições teóricas da sociologia.” (THIOLLENT, 1980, p. 38).

A jornada de trabalho é o tempo que o trabalhador vende de sua força de trabalho para o capital. Tempo de força de trabalho é o que toda crise econômica quer baratear. O desemprego constitui uma forma desse barateamento, pois a formação de um exército de reserva de força de trabalho empurra o assalariado a aceitar o barateamento de sua jornada na forma de extensão da jornada, de intensificação do ritmo de trabalho – muitas vezes demandando inovação tecnológica –, podendo ser seguidos de redução salarial. É exatamente esta a situação atual do conjunto dos trabalhadores e, em particular, dos comunicadores.

Quando alguém afirma que trabalha 24 horas pode-se imaginar que isso seja um exagero, mas se entendermos esse enunciado como um grito de socorro, daremos ao número de horas exatamente o peso que ele tem. As pessoas estão trabalhando excessivamente, sobretudo aquelas que têm ainda os cuidados com a casa e com os filhos. O direito ao repouso é uma questão de saúde pública, de respeito ao ser humano. Os distúrbios psicológicos em geral podem ser provados por condições de vida exageradamente tensionadas por fatores como o excesso de trabalho.

Gráfico 31: Ritmo de trabalho durante a pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

*100 respondentes não se aplicam a esta questão.

Assim, o que se ressalta com tal comentário é o cuidado e o compromisso social, cada vez mais acentuado, para que os aspectos metodológicos sempre sejam amplamente discutidos, como o foram no caso desse estudo, que traz aspectos muito importantes da situação em que atuam os comunicadores em meio à pandemia da Covid-19, agregando inclusive novas informações e análises à pesquisa realizada pelo próprio CPCT/ECA-USP exatamente um ano atrás.

O ritmo de trabalho como mostra as respostas no Gráfico 31 aumentou para a maioria dos respondentes. Para 320 comunicadores está muito mais pesado, para 287 deles está um pouco mais pesado. Para 144 respondentes não mudou nada e para 143 o ritmo diminuiu. Desta feita, temos 68% que indicaram aumento no ritmo de trabalho.

Esse resultado corrobora com o que os respondentes vêm afirmando em torno do uso intenso de ferramentas de trabalho que permitem conexão à internet para produção, circulação e recepção de produtos comunicacionais, todo tipo de discurso e interação comunicacional voltada para o trabalho. A aceleração do tempo é a lógica dessas tecnologias. Elas nos impõem um outro ritmo de vida. A compressão tempo/espacial cria a maravilha do trabalho 24/7, conforme já discutimos (CRARY, 2016).

O aumento da jornada de trabalho, o uso de aplicativos em dispositivos móveis pessoais, o esforço para recriar normas e métodos de trabalho devido ao distanciamento social, a redução de salário e o aumento dos custos para a manutenção do trabalho em casa, tudo isso somado escancara o cenário de hiper exploração da força de trabalho. Também significam a desestabilização de um conjunto de relações sociais, debilitando profundamente o já esgarçado cenário do mundo do trabalho dos comunicadores.

O QUE MUDOU NO TRABALHO DESDE O INÍCIO DA PANDEMIA

A questão sobre *O que mudou em seu trabalho desde o início da pandemia?* tem o objetivo de obter o relato pessoal dos respondentes sobre o período de trabalho neste ano de pandemia. Apesar da singularidade do contexto de cada profissional e das diferentes atividades, há proximidade entre as falas quando relatam o que mudou.

A maioria dos respondentes diz do excesso de responsabilidades que assumiram, da jornada ininterrupta, do cansaço e esgotamento, dificuldade de concentração, da desmotivação da equipe de trabalho, da dificuldade de desligar das atividades, de como o trabalho aumentou sem aumento da remuneração ou de como o trabalho aumentou e como vivenciaram a redução da remuneração, a desvalorização profissional. Falam do aumento de conteúdo para apurar. Esses relatos corroboram com as declarações sobre o aumento da jornada de trabalho que vemos no Gráfico 30 e com a aceleração do ritmo de trabalho apontada com os dados do Gráfico 31.

Muitos respondentes dizem da perda de clientes, redução de demanda e de como isso dificulta o acesso aos recursos necessários para realizar o trabalho. Por sua vez, há aqueles que destacam o aumento da procura pelo trabalho da comunicação digital.

Para alguns comunicadores, o trabalho resultou em adoecimentos. Falam de como o ambiente de trabalho piorou, do adoecimento da equipe, de profissionais passando fome, de demissões realizadas pelas empresas e pedidos de demissão por colegas de trabalho.

Falam do cansaço de lidar com a pauta da pandemia. Da dificuldade de o assessor conseguir emplacar uma pauta junto aos órgãos de notícia disputando com a pauta sobre a Covid-19.

Outros relatam mudanças de local de trabalho, organização ou atividade que realizavam. Relatam as mudanças no conteúdo que produziam, nas rotinas de trabalho, nas relações de comunicação e trabalho. Na mudança do perfil dos clientes, das práticas de gestão, das reuniões online e videoconferências.

Os respondentes também comunicam os protocolos de segurança no trabalho e em casa, que foram normatizados. Das mudanças necessárias para trabalhar e cuidar da casa, das dificuldades do “trabalhar onde se dorme”, como diz um dos respondentes. Mencionam a falta do contato pessoal, sem a mediação das plataformas. De como o trabalho ficou mais lento e mais demorado. E a necessidade de auto aprendizado para lidar com as ferramentas digitais também é manifesta nas falas.

Alguns destacam aspectos positivos das mudanças, porque não perdem tempo com deslocamento, não precisam bater ponto. Mas também dizem de como não percebem o fim do expediente e são cobrados por familiares que querem sua atenção.

Destacamos declarações, escolhidas aleatoriamente, em relação aos sentidos que mobilizavam e que representavam no conjunto das respostas obtidas para essa questão.

Respondente 49: “Mudou a falta de tranquilidade e foco, com filhos e muitas demandas pessoais para serem encaminhadas nos mesmos horários que o trabalho.”

Respondente 106: “Menos negócios, remuneração mais apertada e menor exigência dos clientes.”

Respondente 111: “Troquei de emprego e consigo ter mais qualidade de vida. Estou planejando melhor minha carreira, estruturando projetos profissionais.”

Respondente 121: “Foram implementadas novas rotinas de gestão, reuniões online, contratados novos colegas e mudança no perfil de clientes: foco em comunicação interna e assessoria de imprensa.

Respondente 152: “No geral é perceptível que a equipe está menos motivada, fatigada e que o ambiente 100% digital contribui para falhas de comunicação e aumento dos níveis de estresse.”

Respondente 158: “Tudo. Só trabalhava com publicações científicas ou técnicas, mas precisei me readequar ao mercado para pagar as contas.”

Respondente 457: “Precisei me adaptar, fiquei por 8 meses em home-office, muitos colegas estão em home-office e assessores de imprensa, precisamos nos adaptar a essa realidade, acredito que o trabalho ficou menos ágil, pois precisamos esperar mais tempo para obter respostas que tínhamos imediatamente.” .

É evidente o mal estar. Ao acionarmos as dimensões de tempo e espaço, conjugadas ao uso de aplicativos, temos evidenciado nesses enunciados o sentimento de desconforto, de dúvida, de cansaço. A atividade de trabalho demanda enorme engajamento de esforços do corpo si e dos coletivos de trabalho. Desse modo, as alterações que provocam desestabilização de relações já construídas causam danos às relações de comunicação como lastro de sociabilidades e, pior ainda, desestabilizam a saúde física e emocional dos trabalhadores.

As condições de trabalho impostas pela falta de políticas públicas, pela ausência da regulação do direito do trabalho e pelo exacerbado ambiente de insegurança em relação a tudo e a todos causa, além do adoecimento, o esfacelamento da credibilidade nas instituições e na arbitragem democrática das relações sociais. O salve-se quem puder, o medo e a incerteza levam à barbárie.

SEÇÃO V - A SAÚDE DOS COMUNICADORES, CONSTRANGIMENTOS, SOFRIMENTOS E OS MEDOS

O QUE PERMANECERÁ DEPOIS DA PANDEMIA?

A pergunta *Das mudanças advindas com a pandemia, quais você acredita que permanecerão após a crise sanitária?*, em formato totalmente aberto, teve 891 comentários dentro do total de 994 respondentes. Cumpre destacar, mais uma vez, que no número de respostas dadas estão descontados os 100 profissionais que haviam marcado a alternativa “Não” à questão *Você está trabalhando de forma remunerada atualmente?*, o que fez com que eles não pudessem dar continuidade ao questionário. Além disso, outros três não subscreveram comentário algum, culminando assim nos 103 que não responderam a esse item.

Fomos verificar o perfil do trio que deixou em branco a pergunta. Ao cruzar com os demais dados, alguns pontos nos chamaram a atenção. De imediato, todas são mulheres e trabalham de forma remunerada atualmente. Outro ponto em comum é que elas disseram sentir o ritmo de trabalho mais pesado no segundo ano da pandemia – duas, inclusive, tiveram as horas de trabalho aumentadas, passando de menos de 4 horas e de 8 horas para, respectivamente, 6 horas e 12 horas.

Dois trabalham na modalidade *home-office*, sendo que uma considera o sistema bastante desgastante. A terceira atua presencialmente na organização/empresa em que presta serviço. Duas delas indicaram que as despesas relacionadas com o trabalho não sofreram acréscimo durante o período e a outra não soube informar. Duas informaram ter adoecido durante a pandemia, porém todas marcaram mais de uma alternativa de adoecimento à pergunta sobre o tema, o que nos leva a entender que as três mulheres sentiram os efeitos colaterais na saúde nesse período, incluindo aquela que respondeu negativamente à questão sobre adoecimento.

Como as menções nas 891 respostas dadas a essa questão foram as mais amplas e variadas possíveis, indo desde higiene e saúde até a adoção do sistema *home-office*, procuramos ler todos os comentários para, daí sim, tentar estabelecer um eixo que permitisse aglutinar algumas visões mais similares. Cumpre apontar que muitos respondentes enunciaram mais de uma mudança ocorrida na pandemia e que deverá continuar posteriormente.

Ao final desse levantamento, conseguimos criar quatro categorias principais. Alguns comentários não foram possíveis de se catalogar, haja vista não se encaixarem em uma classificação que possibilitasse criar um novo eixo ou mesmo pela dificuldade de se entender a natureza da resposta. Nesse último caso, citam-se como exemplos os respondentes 689 (“Tudo.”) e 713 (“Algumas sim.”).

Desse modo, um dos guarda-chuvas em que juntamos os comentários foi “Trabalho *home-office/remoto*”, em que incluímos também as menções sobre sistema misto/parcial de trabalho remoto e presencial. O outro item que listamos foi “Uso de tecnologias”, que abarcam todos os aparatos, plataformas, softwares e aplicativos que vêm sendo utilizados pelos profissionais, muitas vezes, de forma bastante intensa. Criamos a categoria “Cuidados com saúde e higiene” para, como o próprio nome faz referência, alocar todas as menções relacionadas a essa situação, seja na atividade de trabalho ou mesmo no convívio social. Em “Precarização e intensificação do

trabalho” foram consideradas as respostas que mostravam esse cenário, como o corte de direitos trabalhistas, as demissões promovidas pelas empresas em seu quadro de funcionários e o aumento de pessoas desempregadas.

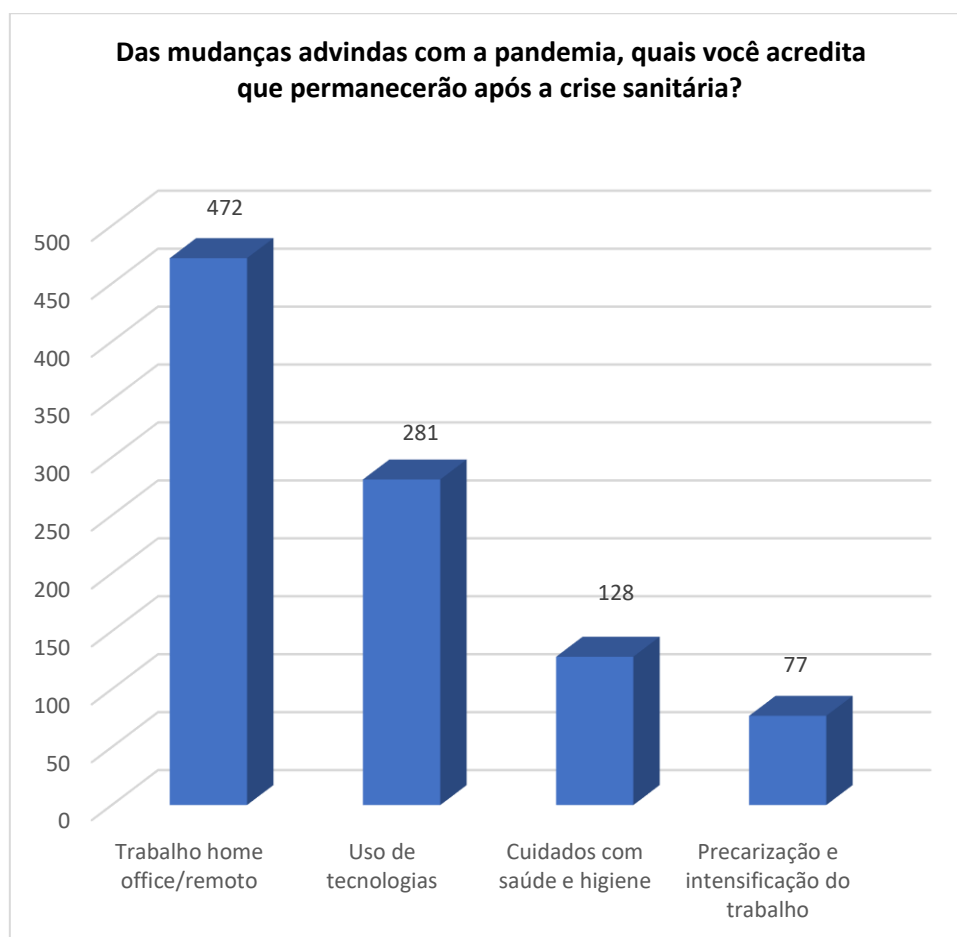
Feita essa catalogação, chegamos ao quantitativo que apresentamos na Tabela 40 e no Gráfico 32, sempre lembrando que vários respondentes, no geral, apontaram mais de um item em suas menções.

Tabela 40: Permanecerá após a pandemia

Trabalho <i>home-office</i> /remoto	472
Uso de tecnologias	281
Cuidados com saúde e tecnologia	128
Precarização e intensificação do trabalho	77

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Gráfico 32: Mudanças que permanecerão após a pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Na sequência, selecionamos comentários que nos oferecem uma boa percepção sobre o esforço empreendido para obter a categorização realizada, alguns com visão crítica, e outros nem tanto, a respeito da situação vivenciada durante e, muito possivelmente, passada a pandemia, algo que se espera alcançar apesar de todos os contratempos gerados pelo governo federal e sua mais que conhecida política contrária à vacinação e às medidas de prevenção à contaminação pela Covid-19.

Respondente 742: “Não sei responder, mas se fosse pra escolher adoraria continuar no home-office.”

Respondente 779: “Mais tempo para meu filho.”

Respondente 805: “Menos deslocamentos, mais flexibilidade de horário, mais valorização da vida familiar, menos viagens.”

Respondente 817: “Reuniões online, relação mais de confiança e produtividade. Qualidade de vida e precarização do trabalho...”

Respondente 820: “Acho que vai mudar a mentalidades dos chefes de empresa que as pessoas têm sim maturidade e capacidade de se organizar no trabalho remoto, o que será percebido como um ponto positivo, não só de ganho de produtividade, mas também pelo barateamento dos processos.”

Respondente 835: “Sim acredito que há coisas que melhoraram, custos de empregadores que baixaram, quando devolveram prédios, portanto é mais cômodo manter funcionários a distância, com produtividade maior.”

Respondente 873: “Das pessoas nenhuma medida. Não há consciência. Da minha, uso de álcool gel e máscara em locais públicos. Do Governo somente álcool gel.”

Respondente 889: “A opção de Home-office. Muito + produtivo! Me foco muito mais do que com as conversas e gritarias no trabalho.”

Respondente 899: “Acredito que de certa forma, ficaremos marcados para sempre com uma sequela, uma ferida que irá demorar para cicatrizar. Dentro da profissão de jornalistas e dentro de tantas outras, devido à enorme crise política e econômica que enfrentamos, teremos que enfrentar o desemprego, lutar contra um desmonte maior dos nossos direitos trabalhistas. Teremos que perseverar pelo nosso espaço de direito.”

Respondente 960: “Voltará tudo ao como era antes.”

Respondente 965: “O modelo de home-office e das produções na web, via lives, acho que deverão ser aproveitados, pois geram menos custos para os empregadores. Entretanto, isso não é relativamente bom, pois implica na manutenção do sucateamento do nosso trabalho e perdas de direitos trabalhistas.”

A compilação que trazemos mostra como a percepção ainda é difusa para alguns comunicadores que, inclusive, enxergam só benefícios no sistema *home-office/remoto*, adotando, aliás, o discurso do empregador. A dramática do uso de si e do uso de si pelos outros que a situação desse modelo de trabalho impõe é, no fundo, a busca por um novo regramento que indique como trabalhar no espaço de casa, conciliando a atividade com as tarefas domésticas/familiares, buscando estabelecer ainda a noção de separação entre tempo dedicado ao serviço profissional e à vida particular.

A postura de contradição sob esse tema não pode induzir a uma sensação de meramente demonizar a sistemática do *home-office/trabalho remoto*. Afinal, essa postura dúbia de criticar o modelo, mas ao mesmo tempo apontar vantagens, mesmo que isso aparentemente soe

estranho, é bastante recorrente nos comentários analisados e, por vezes, tal menção surge até de modo sutil, em um detalhe mínimo.

Pode-se apontar que a diversidade de respostas, por vezes contraditórias, é também reflexo do momento conflituoso que vivenciamos em que o empreendedorismo e a supressão de leis trabalhistas são encarados como “conquistas” dedicadas ao trabalhador, o que face ao distanciamento social dificulta a possibilidade de questionamento e de mobilização para enfrentar esse tipo de discurso que se traduz em uma prática que exerce forte pressão sobre os trabalhadores.

Dessa maneira, ao analisarmos o rol de comentários relacionados à pergunta ficam evidentes pelo menos dois objetivos da pesquisa. O primeiro deles é como as novas condições de trabalho dos profissionais possibilitam compreender os novos (por vezes nem tão novos assim) direitos sociais dos trabalhadores contemporâneos, que urgem serem defendidos. Em um contexto de perda sintomática de direitos sociais no país, prejudicado ainda mais pela premente dificuldade de mobilização, em virtude da adoção necessária das medidas de distanciamento social, o desafio torna-se maior e requer repactuar o sentido para entender o que vem a ser, efetivamente, esse mundo do trabalho do século XXI.

O segundo objetivo a que essa questão responde tem a ver com a identificação das mudanças produtivas adotadas pelas empresas/organizações e pelos próprios trabalhadores. No espectro da otimização do trabalho em meio à crise sanitária ocasionada pela Covid-19, pode-se aferir o que significam as medidas tomadas pelas instituições para a manutenção ou, pior, o aumento da produtividade sem elevar os custos.

Essa postura tem impacto direto nas jornadas de trabalho, que obviamente ficaram maiores e com ritmo mais acentuado. Causa estremeamentos nas relações trabalhistas, sempre em detrimento dos profissionais que se veem reféns das condições impositivas do dito mercado. E, por último, gera uma mudança nas próprias relações de comunicação e trabalho, que se espraiam inclusive pelo modo como são utilizados aplicativos, plataformas e outros mecanismos comunicacionais para o desenvolvimento (muitas vezes acelerado) das atividades de trabalho.

CONSTRANGIMENTOS E SOFRIMENTOS NO TRABALHO

A questão *Neste período da pandemia, você vivenciou ou presenciou alguma situação de constrangimento em seu trabalho? Se for possível, relate o que aconteceu*, obteve respostas de 100 profissionais que não sofreram, nem presenciaram situação de constrangimento neste período. Dois respondentes disseram que não viram “nada de anormal” (respondente 43 e 335). Treze pessoas não responderam à questão. Os demais respondentes mobilizaram sentidos diversos de constrangimento. A Tabela 41 sintetiza, por meio de aglutinação temática, os constrangimentos narrados pelos respondentes. A aglutinação recobre um campo de temas e configurações que compõem campos semânticos/lexicais (ULLMANN, 1973) capazes de formular enunciados sistematizados os quais possam representar os efeitos de sentidos proporcionados pelas respostas dos comunicadores. A sistemática de aglutinação originou quatro categorias gerais: constrangimento em relação à empresa/organização em que se trabalha; constrangimento nas relações de trabalho; constrangimento em relação aos colegas de trabalho; constrangimento em relação à sociedade. A Tabela 41 sintetiza os tipos de constrangimentos por categorias.

Tabela 41: Constrangimentos percebidos no trabalho

Empresa/ organização	Relações de trabalho	Colegas de trabalho	Sociedade em geral
Constrangimento em relação à tentativa de firmar acordos trabalhistas para combate ao contágio da Covid-19.	Ter que se expor ao contágio, em razão da realização de sua atividade profissional.	Ligar para outra pessoa (ligação telefônica quando não dá para resolver por zap).	Constrangimentos em relação a estar em ambientes nos quais as pessoas descumpriam os protocolos de segurança.
Aumento da pressão por produtividade, cobranças e intensificação do trabalho.	Constrangimentos em relação a ter que lidar com fontes e conteúdo que ferem (VÃO CONTRA) os princípios do trabalhador.	Dificuldades de enfrentamento da pandemia e necessidade excessiva de contato pessoal por parte de colega de trabalho.	Ataques nas redes sociais/ hacker.
Censura.	Constrangimentos em relação à sobreposição dos espaços domésticos e privados – exposição da vida pessoal.	Perseguição por parte de colegas de trabalho.	Ser exposta publicamente por leitor/ população.
Assédio moral.	Obrigatoriedade de realizar atividades presencialmente na organização que poderiam ser realizadas em <i>home-office</i> .	Ser exposta publicamente por um colega de trabalho no contexto de trabalho.	Mentiras que levam o profissional a sofrer constrangimento
Negação do empregador em relação a empresa como fonte de contágio.	Não dominar as ferramentas das plataformas.	Troca de chefias.	Agressão aos jornalistas nas ruas. Violência por ser profissional da imprensa.
Redução de jornada de trabalho com redução salarial.	Por não dispor dos recursos necessários para seu trabalho.	Vazamento de conversas impróprias.	Constrangimentos em relação a estar em ambientes nos quais as pessoas descumpriam os protocolos de segurança.
Falta de direitos trabalhistas. Não cumprimento de contrato de trabalho.	Constrangimentos em relação à sobreposição dos espaços domésticos e privados – exposição da vida pessoal.	Obrigatoriedade de apresentação de atestado para não ir trabalhar mesmo estando com sintomas ou contaminado pela Covid-19.	Ataque ao jornalismo
Vigilância nos ambientes <i>online</i> da empresa pela empresa.	Desencontro entre as escalas de horário de trabalho dos profissionais.	Participar de reuniões sem saber a pauta	Assediado por cliente. Constrangimento com cliente.
Recebimento de demandas fora do horário de trabalho, jornada ininterrupta/ conectado o tempo todo.	Situação de assédio moral coletivo.	Ser constrangido por estar trabalhando em home office como se não estivesse trabalhando	Ser exposto publicamente por leitor/ população.

Suspensão do pagamento de salários ou outros benefícios como vale refeição.	Desencontro entre as escalas de horário de trabalho dos profissionais.	Negacionismo na equipe	Mentiras que levam o profissional a sofrer constrangimento
Assinar contratos de cessão de direitos - imagem, som, direitos trabalhistas etc.	Problemas de comunicação e das relações de trabalho.	Sentir-se prejudicado por assumir mais responsabilidades porque outros colegas não assumiram.	
Não oferecimento de EPI para realização do trabalho na rua.			

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Os constrangimentos declarados pelos respondentes e aqui categorizados revelam situações que de modo geral apontam desrespeito às Leis do Trabalho, a ética profissional e regras mínimas de convivência social no trabalho. Chama atenção os constrangimentos da categoria *sociedade em geral*, pois nessa ordem estão os ataques ao jornalismo, ataque e agressão à pessoa do jornalista, ataque nas redes sociais. Estão aí registros que corroboram a situação complexa do cenário político nacional. Os negacionistas de toda ordem além de negarem-se a usar máscaras e cumprir os protocolos sanitários, também assumem atitudes antidemocráticas e nada civilizadas em relação ao convívio social.

Na categoria constrangimentos percebidos na relação com colegas de trabalho, os relatos impressionam pela situação de desunião, desarticulação, disputa e falta de coleguismo. Essas experiências tornam as relações tensas, estabelecendo um ambiente de disputas e insegurança. O respondente 260, por exemplo, fala dos conflitos de relacionamento entre colegas de trabalho que são obrigados a estar no presencial e hostilizam aqueles que estão no *home-office*. *“Na última vez que estive de forma presencial em um dos locais, fui questionada ‘Resolveu aparecer? Como estavam as férias?’. É constrangedor pois estou trabalhando muito mais de forma remota, à disposição durante todo o dia porque ninguém respeita os horários”*. A fala revela o mal-estar entre os colegas de trabalho, tanto para quem está no *home office*, quanto para quem está no presencial.

O não cumprimento das medidas de segurança é visto como um constrangimento por várias pessoas em situações diferentes. O relato do respondente 579 fala do constrangimento vivido nas relações de trabalho na organização: *“Algumas pessoas do setor e, inclusive, chefes, não seguiam as medidas sanitárias, como uso de máscaras, o que gerou desentendimentos. Para eles eu, e quem seguia e cobrava o cumprimento dessas medidas, eram consideradas pessoas neuróticas”*. O relato do respondente 233, reforça o relato do respondente 579 e mostra o esgarçamento das relações afetivas no ambiente de trabalho: *“Trabalho com pessoas negacionistas (em vários níveis de hierarquia) que não têm o menor interesse em cumprir com as medidas de segurança como o uso de máscara e o distanciamento social. Esse comportamento já resultou em várias contaminações e conseqüentemente em inúmeros afastamentos por contato com casos confirmados”*. Neste caso o constrangimento de conviver com colegas que não cumprem os protocolos de segurança, são narrados como situações de vulnerabilidade dos comunicadores ao contágio. Esse comportamento afeta as relações de trabalho, que leva a estigmatização: *“colegas negacionistas”*.

Os constrangimentos da categoria relações de trabalho abrangem um amplo leque de relatos: tratam das relações entre empregados e chefes, distribuição de tarefas, modalidade de trabalho remoto, mista ou presencial, escala de trabalho e assédio moral. As disputas pela escala de trabalho têm como pano de fundo o medo de se expor ao novo coronavírus.

Ter que se deslocar até a empresa e a sensação de intensificação do trabalho, para quem está trabalhando presencialmente, é um aspecto destacado pelo respondente 34, que reclama do regime de trabalho misto: *“a carga de trabalho está ficando totalmente nos que trabalham presencial. Eu considero um constrangimento porque estamos nos responsabilizando por diversas tarefas e ainda nos colocando em risco para ir ao trabalho mesmo que seja possível fazer tudo remoto como é o meu caso, mas há uma obrigação em cumprir a escala presencial”*.

Há relatos que mostram desconforto em relação às diferenças de condições de trabalho – revezamento, *home-office*, presencial, como relata o respondente 36: *“Meu chefe deu meu trabalho para um colega que estava no presencial. Reclamei, estava me sentindo preterida”*. Para o respondente o fato de estar em casa e ver outro colega assumindo suas atividades lhe causa insegurança e medo em relação à sua permanência na organização ou mesmo no setor.

A maioria deixa ver nos comentários o desconforto generalizado com a situação. Para quem está no presencial, o *home-office* é um privilégio, pois quem está no presencial se expõe mais aos riscos da contaminação – com deslocamento, transporte público e a convivência coletiva no local de trabalho ou na rua. Esse desconforto se manifesta em ações que colam trabalhadores contra trabalhadores, como mostra o respondente 299 ao dizer do constrangimento que vivenciou: *“Repórteres e editores se juntaram contra a produção exigindo a presença na redação, quando na verdade essa atividade pode ser exercida remotamente sem problemas”*.

De acordo com a situação de trabalho, as disputas pelo local de trabalho ou pelo tipo de atividade mobilizam a ideia de privilégio de forma distinta e o debate materializa a desarticulação da classe-que-vive-do-trabalho (ANTUNES, 2002) quanto aos seus direitos e benefícios no contexto da pandemia. A gestão das dificuldades geradas pelo distanciamento social aprofunda disputas, mostrando um cenário de total dissenso de corpo comum entre os trabalhadores. A desorganização dos trabalhadores é um ótimo ingrediente para aprofundar as mazelas da exploração.

Um bom exemplo da disputa do *home-office* como constrangimento é a fala do respondente 42, que fala da falta de responsabilidade de outros colegas de trabalho: *“alguns colegas já são mais ‘espertos’ em dar o nó nas atividades mesmo antes da pandemia. Com a pandemia e com o home office, alguns ‘desapareceram’. Alegaram que não tinham internet e computador e não iam trabalhar. Como é serviço público a compreensão acaba sendo maior. Nesse sentido me senti prejudicada, pois em 2020 deveria ter gozado as férias de 2019, e não consegui, exatamente por não ter outro colega para fazer minha atividade.”* A fala revela que o respondente se sentiu constrangido pela perda de direitos em razão do não comprometimento de colegas com o trabalho. Em seu relato, ele diz que foi punido porque assumiu as responsabilidades de sua atividade e não pode gozar de férias, porque não tinha colegas que o substituíssem. A falta de outro trabalhador para assumir seu lugar se deveu, segundo ele, ao fato de outros colegas não assumirem as responsabilidades profissionais, dizendo não ter os meios necessários para trabalhar em casa. A declaração do respondente 42 não só revela um sentido de constrangimento em relação a atitudes individuais, mas a falta de sentimento coletivo vivido no ambiente de trabalho.

Alguns respondentes falam de situações em que colegas de trabalho ou chefes, em videoconferência, com câmera ou microfone aberto, sem perceber, odeiam vazar barulhos, ou imagens que avaliam como constrangedoras. A pessoa, que nesse caso foi acusada de realizar o ato que constrangeu o respondente, que estava distante, está em sua casa, se comportando com a naturalidade cotidiana de viver naquele ambiente, esse conflito pode ser visto na fala do respondente 262, por exemplo: *“um colega de samba canção na reunião semanal (ele nem percebeu)”*. A segunda mostra a queda de fronteiras entre o público e o privado, já que o trabalhador em *home-office* abre sua casa, seu espaço doméstico, para os outros distantes, que adentram esse ambiente a partir das mediações das tecnologias de informação e comunicação. Mas esses outros distantes, esperam que ele (a pessoa em sua casa) assuma os protocolos do espaço público no seu ambiente privado, o que pode ser visto por ambos como uma situação de constrangimento, como se pode ver no relato do respondente 37: *“Teve um chefe que esqueceu a câmera ligada e foi ao banheiro durante uma reunião”*. O respondente 339 também exemplifica o constrangimento das relações mediadas pelas plataformas muito bem: *“As pessoas pedem para mutar o microfone quando vaza o som externo mesmo quando eu estou falando, não existe uma educação e nem o entendimento que você está na sua casa e não no ambiente controlado da empresa, outras pessoas vivem na casa mas ainda falta uma etiqueta de como lidar quando o som vaza e não há como impedir”*. Inicialmente ele destaca a violência de ser mutado por causa de sons que nem sempre se pode controlar, o que é visto como falta de gentileza pelo respondente, mas sua fala revela especialmente o incômodo em relação a falta de bom senso das pessoas que não entendem que o outro está no ambiente doméstico.

A questão da falta de tempo para realizar as diferentes atividades necessárias à sobrevivência do humano no *home-office*, como ir ao banheiro, cozinhar durante uma reunião, aparecem como constrangimentos, destacados pelo respondente 161: *“ter que fazer comida enquanto participa de reunião. Ou de não ter tempo ou espaço para ir ao banheiro enquanto se está em reunião virtual. Se muda a questão do tempo”*. Essas situações mostram como o trabalho com os dispositivos móveis retira do trabalhador sua humanidade, porque nem em suas atividades vitais ele consegue se distanciar do trabalho que o acompanha para o banheiro, a cama e o local das refeições.

A fala do respondente 70 mostra diferentes tipos de constrangimentos na sobreposição do ambiente doméstico e de trabalho: *“Minha filha adentrou o escritório conversando como se aquele ambiente também fizesse parte da casa”*. Nesse caso, observa-se que o respondente chega a separar o escritório montado em casa, onde trabalha, da casa em si.

Há relatos que não apresentam uma forma de constrangimento em si, e sim um cenário sobre o contexto de trabalho. A exemplo tem-se o relato do respondente 156, *“a sensação é a de que algumas pessoas não suportaram a pressão emocional de tudo o que estamos vivendo e tiveram crises, que geraram brigas, situações de assédio, disputas de poder como nunca tinha visto. Um duelo vazio”*.

Destacamos o relato 159, que trata da vigilância das corporações e chefias nos ambientes virtuais. *“Recebo relatos de amigos que foram obrigados a assinar um contrato de cessão de direitos de imagem que não queriam/concordavam. (..) O pessoal do RH, gestão acadêmica entrarem na sua aula pra te avaliar sem avisar, questionando. (...) Eles têm uma política que parece ‘o professor não sabe trabalhar, não dá aula, temos que ficar vigiando’”*. O respondente é docente e reclama da entrada inesperada de gestores acadêmicos em suas aulas, os quais lhe cobram sobre o que estava fazendo ou por que manteve a câmara fechada. Uma situação clara de vigilância e controle do trabalhador e de imposição relativa à exposição de sua imagem e do ambiente onde está, sem que lhe seja dada a escolha, de fato, em relação a revelar ou não esse ambiente. Essa reclamação apareceu, principalmente, nas respostas dos docentes e quase não surge nas respostas de outros profissionais da comunicação.

Além da vigília, há comunicadores que falam da censura por parte dos veículos para os quais trabalham, que os impediram de noticiar uma pauta, como relata o respondente 24: *“se intensificou nesse período a censura e o desvirtuamento da missão da empresa de comunicação”*. Há ainda censura por parte da organização quanto a alguma fala feita pelo próprio trabalhador, como exemplifica a fala do respondente 378: *“sofri pressões diretas e indiretas, explícitas e veladas, na cobertura de fatos relacionados à pandemia e ao cenário político local, com ataques à liberdade de expressão. Depois, fui demitido”*.

Por fim, há recusas por parte de familiares de pessoas com Covid-19 ou que morreram em decorrência da pandemia e não querem revelar suas identidades, como revela o respondente 410: *“Muitas mortes e nem todas podemos divulgar, algumas famílias se sentem constrangidas em dizer a causa da morte”*. Esta última, diferentemente das anteriores, diz respeito ao direito ao luto e, neste caso, ao direito dos familiares de não se exporem publicamente, já que tal situação pode gerar estigmas para a família e aumentar, ainda mais, o sofrimento da perda. Para o comunicador, que precisa trabalhar o conteúdo e a notícia, esta é uma dificuldade que o coloca em situação de constrangimento. Há pressão para fatos noticiáveis, no entanto, há códigos éticos para o exercício profissional e preservar o direito do informante é parte dessa ética.

Alguns respondentes que são docentes, além de relatar o constrangimento de serem vigiados em suas aulas, também falam do constrangimento vivido em relação à apropriação indevida, por parte dos estudantes, de sua imagem que é transformada em meme, como expõem o respondente 270: *“tentativas de constrangimento por parte dos alunos, figurinhas de WhatsApp usando momentos retirados das gravações das aulas”*.

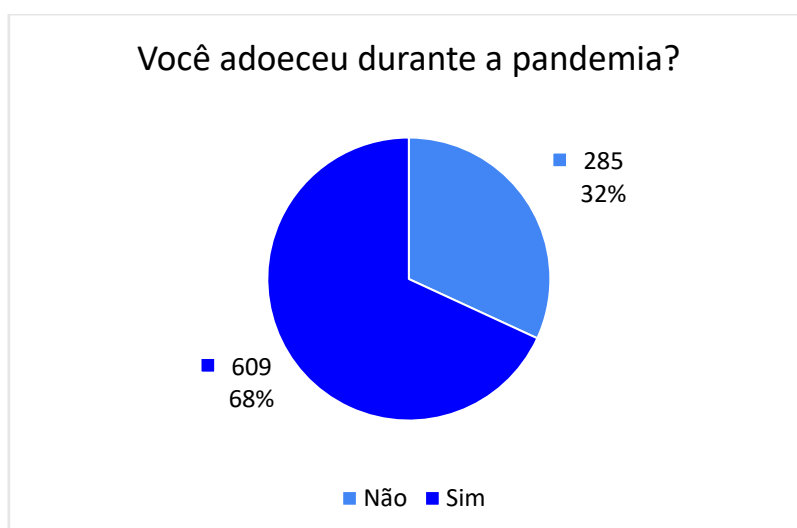
Constrangimentos como assédio por parte de chefias cobrando produtividade, questões de gênero, machismo, também aparecem nos relatos e foram categorizados com relação à empresa/organização em que se trabalha. O afirma a respondente 54: *“Estava grávida no ano passado e sofri assédio por produtividade antes de ir para a maternidade”*. Também é esse o tom do enunciado do respondente 532: *“Assédio moral e cobranças das chefias por acreditar que os trabalhadores não estavam trabalhando”*. Nesse sentido vai a fala do respondente 576: *“Pressão psicológica durante o trabalho. Facilidade de o chefe tirar o seu controle sobre a equipe. Assim, perdemos o pé da situação. Aconteceu comigo durante quase todo o período de 2020. Acabei demitida”*. O respondente 222 relata uma situação de constrangimento coletivo: *“A empresa quis cortar o adicional de motorista do cinegrafista. A chefe (...) pediu para os funcionários votarem se ele devia ficar com o adicional ou não”*.

Além do aspecto dos constrangimentos, os relatos nos revelam a naturalização do trabalho mediado por tecnologia, a busca por regulação – criação de protocolos de boas maneiras – das relações de comunicação mediadas pelas plataformas, independentemente do ambiente onde o trabalhador está. Mostram também como o distanciamento social e a comunicação a distância têm contribuído para a insegurança, a perda de afetos, impactando as relações de comunicação e trabalho dos comunicadores.

A SAÚDE DO COMUNICADOR DURANTE A PANDEMIA

A pergunta fechada *Você adoeceu na pandemia?* obteve 894 respostas, sendo 68% delas afirmativas, sim adoeceram; e 32% negativas, não adoeceram. Esse dado corrobora toda a discussão que vem sendo feita com base nas respostas anteriores sobre as longas jornadas de trabalho, intensificação do ritmo de trabalho, aumento dos gastos com o *home-office*, flexibilização e polivalência das atividades e funções, desestruturação das normas antecedentes de trabalho. Todos elementos que constroem a ação do sujeito em termos dos direitos de cidadania e disseminam a desagregação dos coletivos profissionais. Por outro lado, pouco se oferece para refazer tais laços. Esses fatores têm intensificado seus efeitos com o cenário de um ano de pandemia com centenas de milhares de mortos. O Gráfico 33 ilustra os dados dos respondentes.

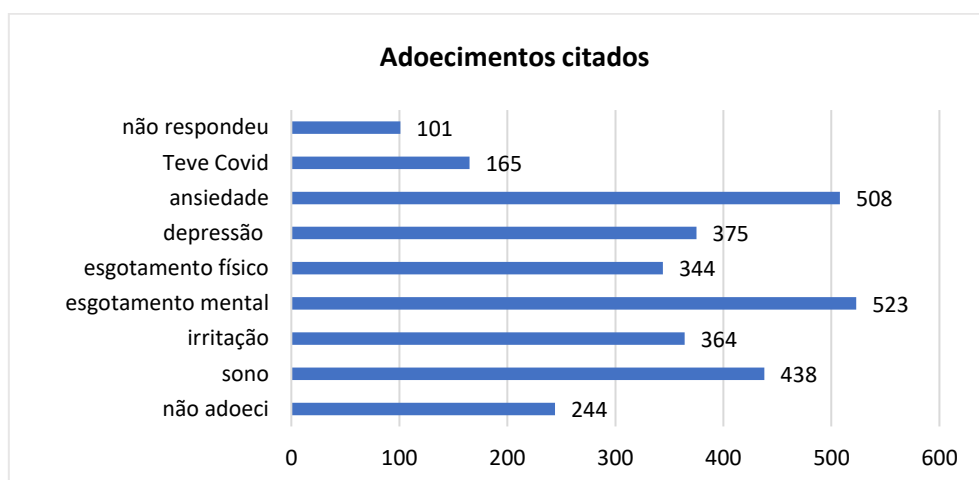
Gráfico 33: Adoecimento durante a pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

O Gráfico 34 apresenta os sintomas citados pelos respondentes e quantas pessoas os citaram. A resposta permitia múltipla escolha, por isso os números totais ultrapassam o número de respondentes da pesquisa.

Gráfico 34: Adoecimentos vivenciados durante a pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

É importante destacar que muitos dos que marcaram a opção “não adoeci” também marcaram opções como problemas de sono, irritação, ansiedade, depressão como se estes sintomas não implicassem em um adoecimento. Esses dados foram considerados no Gráfico 34, porque antes, no Gráfico 33, o respondente se limitava a marcar se havia adoecido ou não. A contradição nas respostas revela que a noção de doença para essas pessoas não abarca problemas emocionais, por exemplo, quando, como aponta Dejours (1999), o trabalho tem efeitos poderosos sobre o sofrimento psíquico, os quais envolvem exatamente as condições apontadas por esses respondentes.

Reimberg (2015) fez um estudo sobre o sofrimento e prazer no trabalho de jornalistas. A autora mostra, com base na psicodinâmica do trabalho, as agruras impostas por certo estilo de vida profissional. Nesse sentido, destacamos que as tensões vividas nos processos de trabalho desses e dos demais profissionais da comunicação foram intensificadas com a pandemia.

Esgotamento mental, ansiedade, depressão e perda de sono são as condições de adoecimento que mais aparecem nas respostas e são sintomas que se relacionam, colocando em relevo o aspecto emocional dos sofrimentos do corpo-si (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007), os quais se sobressaíram inclusive ao adoecimento pela Covid-19.

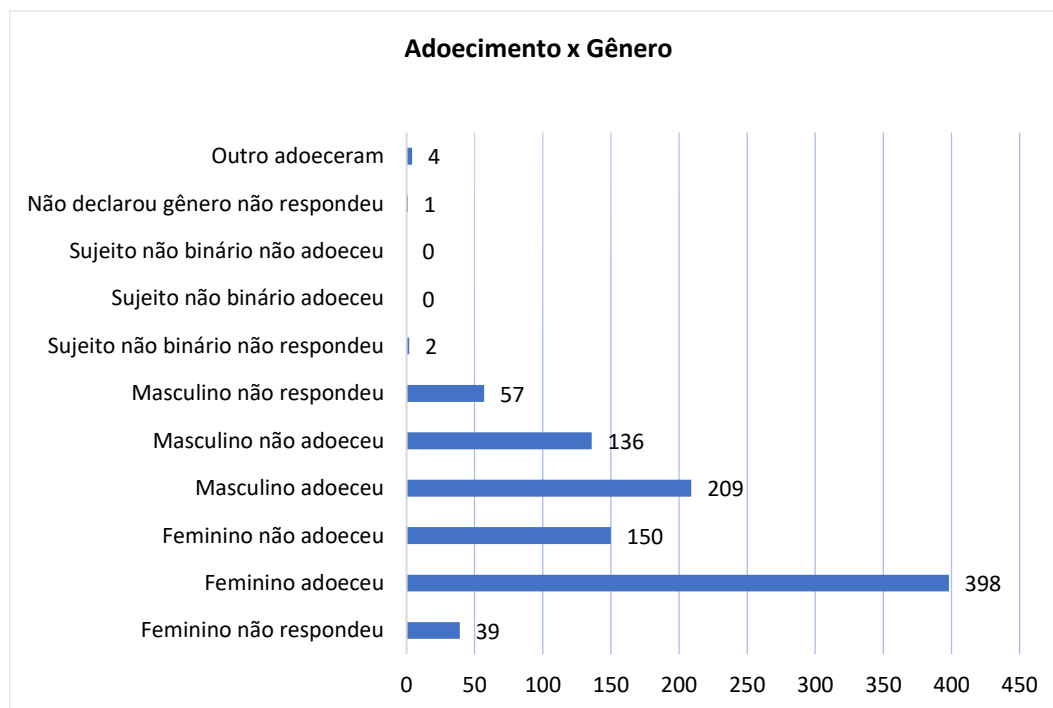
Aproximadamente 20% dos respondentes afirmaram ter contraído a Covid-19, enquanto muitos outros relataram ter sentido sintomas condizentes com os da doença, mas não realizaram o teste para confirmar se estavam mesmo infectados pelo novo coronavírus.

O número de comunicadores acometidos pela pandemia é preocupante, pois só no segmento do jornalismo a pesquisa da Federação Nacional dos Jornalistas mostrou que um jornalista morre por dia de Covid-19 no Brasil (FENAJ, 2021). Mesmo trabalhando em casa, os comunicadores estão ainda suscetíveis a contrair a doença.

Para se ter dados mais apurados sobre os adoecimentos, fizemos análises que cruzam as informações sobre gênero e adoecimento; e modalidade de trabalho e adoecimento. Para os cruzamentos, inicialmente foram feitos os desmembramentos das respostas e criadas novas classificações com as categorias que apareciam nas respostas abertas. Dessa maneira, foi possível quantificar as informações e transformá-las em gráficos.

O Gráfico 36 apresenta uma comparação entre os adoecimentos e os gêneros declarados pelos respondentes.

Gráfico 35: Adoecimento comparado ao gênero declarado



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Na proporcionalidade, é possível observar que dos respondentes homens, 52% adoeceram, 33% não adoeceram e 14% não responderam a esta questão. Já na amostra das mulheres, 67% adoeceram, 25% não adoeceram e 6% não responderam a questão.

É importante notar que tanto os dados absolutos quanto os proporcionais nos mostram que mais mulheres afirmaram ter adoecido que homens. Esses números comprovam empiricamente a máxima de Christian Dejours (1999 p. 129) de que as mulheres enfrentam mais sofrimentos no trabalho que os homens. Essa situação se coaduna com a “naturalização das competências femininas” para os trabalhos domésticos e de cuidados com os familiares. Durante a pandemia, o trabalho remoto intensificou também os sofrimentos das mulheres dada a confluência entre o trabalho produtivo e os trabalhos reprodutivos no mesmo espaço de vida. O isolamento das crianças também em casa e a dispensa das trabalhadoras domésticas colaboraram para que as comunicadoras assumissem a responsabilidade pela educação e cuidados da casa, causando-lhes assim mais cansaço e mais sofrimento. Segundo o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), as mulheres foram as que mais perderam emprego no período da pandemia, batendo índices históricos de redução da força de trabalho feminina no mercado, dados de novembro de 2020. Isso corrobora o fato de recair sobre as mulheres todas as atividades de cuidados e outras

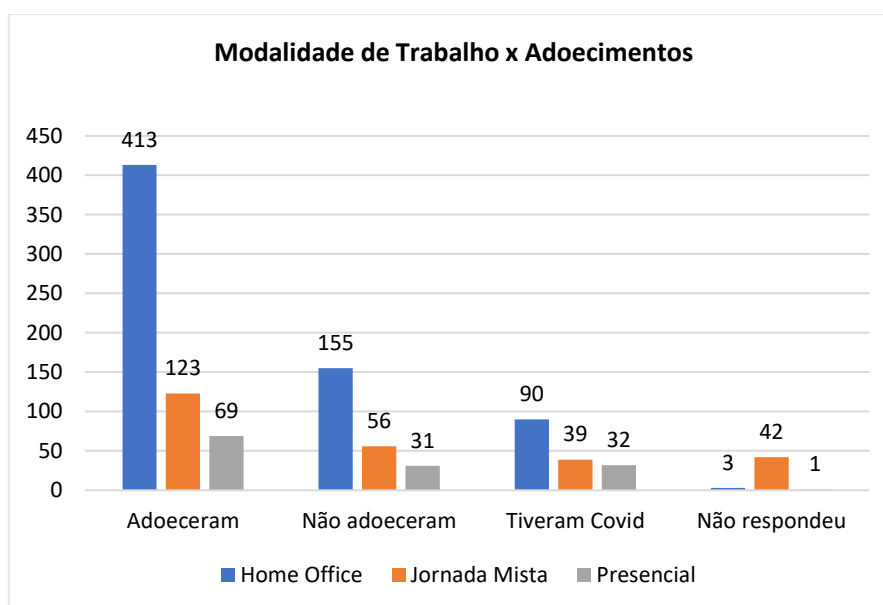
relativas ao trabalho reprodutivo para o capital. A filósofa Silvia Federici, em entrevista ao Brasil de Fato¹², afirma que:

Mas agora vem uma crise, e o que antes era impensável, inadmissível, eles vão tentar levar à frente. E acho que, especificamente, no caso das mulheres, muitos empregos retornarão para o âmbito domiciliar, e agora vão pedir para que as mulheres sejam o amortecedor da crise, e ficar em casa com três empregos de tempo integral, cuidar das crianças, da escola, da internet, cuidar das tarefas domésticas etc. (FEDERICI, 2020).

Os dados que esta pesquisa traz revelam o quanto as mulheres estão sobrecarregadas em todos os sentidos – trabalho, cuidados com familiares, educação das crianças, manutenção das atividades domésticas, entre outras – no espaço restrito, no período de afastamento social.

O Gráfico 36 apresenta uma comparação dos adoecimentos por tipo de modalidade de trabalho – presencial, mista ou *home-office* – considerando a totalidade dos respondentes. Os números indicam grande parcela de respondentes que adoeceram no período, ou seja, 758 comunicadores.

Gráfico 36: Adoecimentos por modalidade de trabalho



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

A maioria absoluta dos respondentes da pesquisa estão em *home-office*, 68% deles como mostrou o Gráfico 20. Dessa forma, para termos dados objetivos sobre os adoecimentos entre as modalidades de trabalho, temos de analisar de maneira comparativa e proporcional o número de respondentes por modalidade de trabalho.

Assim, o Gráfico 37 também apresenta o cruzamento da jornada de trabalho e adoecimento, mas neste caso vemos a proporcionalidade de adoecimentos, considerando os respondentes de cada tipo de modalidade de trabalho. Então, dos 621 respondentes que estavam trabalhando

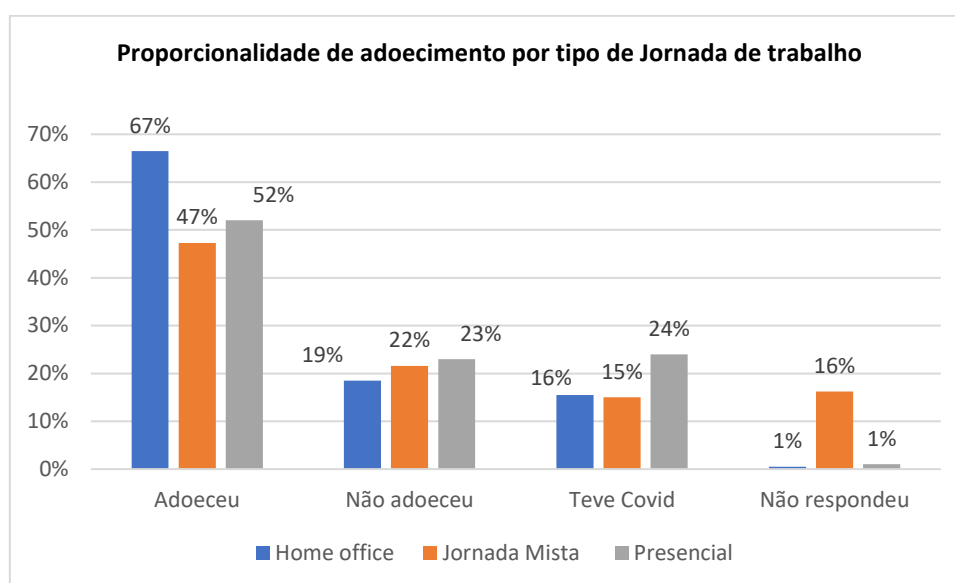
¹² BRASIL DE FATO. Entrevista com Silvia Federici, MENÇÃO À DATA DE PUBLICAÇÃO. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/03/28/> Acesso em: 28 mar. 2021.

em *home-office*, 66% adoeceram, 18% não adoeceram, 15% tiveram Covid-19 e 0,5% não responderam.

Dos 260 respondentes que vivenciaram a jornada mista (revezamento entre trabalho *home-office* e presencial), 47% adoeceram, 21% não adoeceram, 15% tiveram Covid-19; e 16% não responderam.

Dos 133 respondentes que estavam trabalhando presencialmente, 52% adoeceram, 23% não adoeceram, 24% tiveram Covid-19 e 1% não respondeu.

Gráfico 37: Proporcionalidade entre modalidade de trabalho e adoecimento



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Vê-se pelo Gráfico 37 que os comunicadores que estão trabalhando presencialmente foram os que mais se contaminaram por Covid-19. O que denota a eficácia do *home-office* como medida preventiva contra o contágio pelo novo coronavírus e o risco aos quais os trabalhadores que não puderam ficar na jornada remota tiveram de se submeter para realizar suas atividades de trabalho. Vide os jornalistas que trabalham em emissoras televisivas, os quais tiveram que enfrentar as ruas, realizando inclusive reportagens em hospitais e unidades de saúde. Apesar destes comunicadores terem lançado mão de saberes de prudência para evitar o adoecimento pela Covid-19 (como o uso de máscara durante as reportagens), a eficácia contra a pandemia só se completa com a vacina.

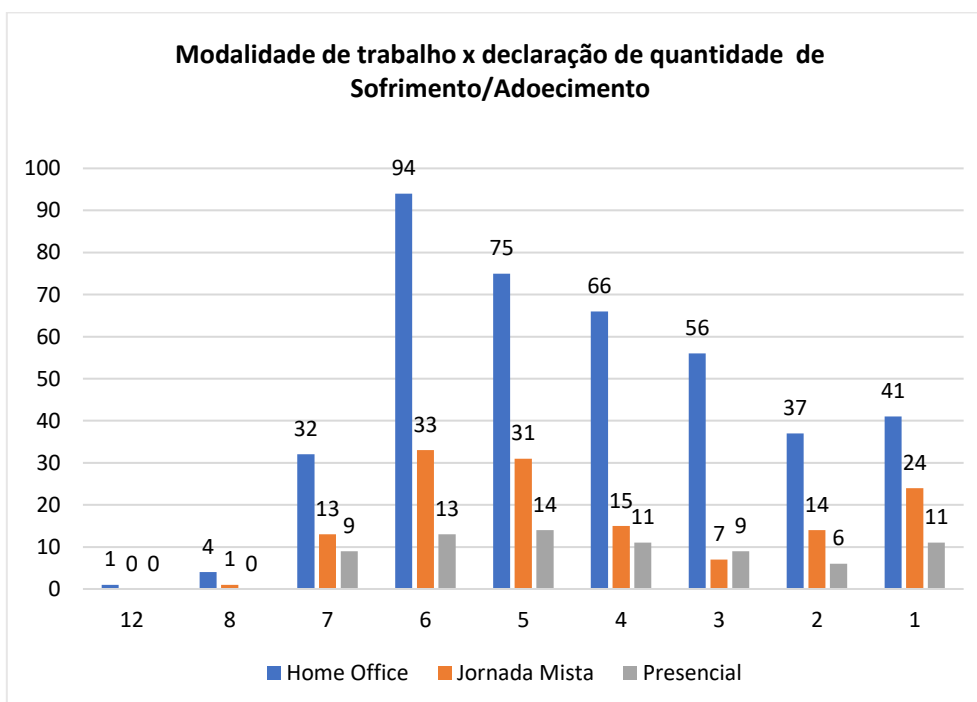
Com base no conjunto de todos os respondentes, verificamos quantos sintomas de sofrimento ou adoecimento indicam terem vivenciado durante um ano de pandemia. É interessante citar que a pergunta apresentava seis opções de condições de adoecimento, as quais poderiam ser escolhidas de forma múltipla, e ainda dava espaço para que os respondentes apontassem outras condições de sofrimento ou adoecimento durante o trabalho na pandemia. Portanto, sintomas como dor de cabeça, dor na lombar, dor nos ombros, alergias e até mesmo aborto espontâneo e câncer apareceram entre os relatos.

Dentro da categoria “Outros”, vale destacar sintomas e condições que podem ser diretamente associadas à realização da atividade de trabalho como dores de cabeça, na lombar, no pescoço e nos ombros, regiões que facilmente podem ser associadas à permanência dos comunicadores durante longas horas sentados em frente ao computador e a outros dispositivos tecnológicos como smartphones. As dores relatadas são algumas das consequências das jornadas de trabalho intensas, extensas e dependentes de plataformas digitais relatadas pelos comunicadores nas questões anteriores.

O Gráfico 38 mostra o cruzamento entre a modalidade de trabalho e o número de adoecimentos vivenciados pelos respondentes nessas condições. Ele revela que os comunicadores sofreram e adoeceram mais trabalhando em *home-office* e as causas para isso foram explicitadas nas discussões das questões anteriores da pesquisa, como intensificação do trabalho, extensão das jornadas de trabalho, cobrança excessiva por produtividade, sensação de disponibilidade irrestrita para o trabalho, má gestão do trabalho, plataformização do trabalho e conflitos entre trabalhos produtivos e reprodutivos no mesmo espaço e tempo.

A partir desses dados, é possível constatar que os sofrimentos e adoecimentos dos comunicadores resultam do conflito entre as diferentes racionalidades envolvidas no trabalho: a produtiva, a social e a subjetiva (DEJOURS, 1999). Conforme o autor, a degradação das condições de exercício dessas racionalidades no trabalho pode contribuir para a destruição das identidades dos trabalhadores e para a instauração de um quadro de doença física e psíquica. Pode-se, a partir dessa perspectiva, apontar que, durante a pandemia, a saúde e as identidades de trabalho dos comunicadores ficaram severamente ameaçadas pela degradação das condições, das relações e do tempo de trabalho no período.

Gráfico 38: Modalidade de trabalho e Declaração de quantidade de sofrimento/adoecimento



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Esses dados mostram que os comunicadores sofreram e adoeceram psíquica e fisicamente durante a pandemia. Mesmo que reconheçamos a inexistência de uma condição de saúde plena no trabalho, pois este é fonte de sofrimento e de prazer ao mesmo tempo (DEJOURS, 1999), o que os comunicadores nos dizem a partir de suas respostas é que o trabalho enquanto sofrimento se sobressaiu para muitos deles em comparação ao trabalho como prazer, como reconhecimento (identitário e de competências) e como atividade autêntica.

As informações dos respondentes durante o trabalho na pandemia devem ser compreendidas no cenário mais amplo de crise econômica geral. Essa crise fundada na política neoliberal que institui a redução dos direitos sociais, a desestruturação das entidades representativas dos trabalhadores e, sobretudo, dissemina o mantra do individualismo e da meritocracia, sem considerar as desigualdades.

A saúde física e mental está, portanto, diretamente relacionada às condições de vida e trabalho das populações. O contexto de trabalho dos comunicadores manifesta-se como aspecto da desestruturação mais geral das regulações trabalhistas, do desemprego dentro da área e fora dela e, sobretudo, do empobrecimento geral dos trabalhadores. A racionalidade neoliberal (DARDOT; LAVAL, 2016) aprofunda o mal estar (SENNETT, 2012), instaura a *sociedade do cansaço* (HAN, 2015) e abre todas as portas para o aumento da extração de mais valor (MARX, 2011) do conjunto da classe-que-vive-do-trabalho (ANTUNES, 2002).

OS MEDOS NO CONTEXTO DA PANDEMIA

Os dados dos respondentes trazem questões muito sérias que necessitam de uma ação ampla no sentido de reforma ao nível das políticas públicas e de projeto de país para que os direitos, não só dos comunicadores, mas do conjunto da população, sejam respeitados: o direito à saúde, à qualidade de vida, ao trabalho decente e à renda adequada para uma vida em condições dignas.

Para apurar os sentimentos dos comunicadores nesse momento de pandemia e de recrudescimento de todas as dificuldades no que diz respeito ao trabalho e à saúde, a pesquisa indaga *Quais são os principais medos na situação atual da pandemia?* Pergunta aberta com o objetivo de colher os enunciados pessoais dos respondentes, dando-lhes oportunidade para manifestarem seus sentimentos.

Do total de 994 respondentes da pesquisa deste ano, 893¹³ deixaram relatos sobre seus temores e receios. E a partir de uma leitura pormenorizada de cada uma das centenas de respostas, buscamos evidenciar possíveis categorias de análise com base nos agrupamentos de campos semânticos temáticos representativos dos referidos relatos.

Considerando o caráter qualitativo deste nosso percurso metodológico, as referidas categorias de análise e seus agrupamentos temáticos podem ser compreendidos como mostram as tabelas a seguir. Nas tabelas, temos as aglutinações tematizadas em categorias, cujos enunciados sintetizam as manifestações dos respondentes.

¹³ Repetimos aqui: 100 respondentes mantiveram-se até a pergunta 18, porque manifestaram não ter atividade de trabalho no período da pesquisa.

Tabela 42: Medo de adoecimento e morte por causa da Covid-19

Categoria I - Medos relacionados ao adoecimento e à morte por causa da Covid-19
De ser contaminado(a) com o vírus da Covid-19, adoecer e morrer;
Da contaminação de algum parente do núcleo familiar;
Da morte de familiares, entes queridos por causa da Covid-19;
De transmitir o vírus da Covid-19 para familiares (principalmente) e outras pessoas;
De adoecer com Covid-19 e ter que ser hospitalizado/a; de precisar recorrer a um hospital;
Medo de precisar de uma internação em UTI, falta de atendimento hospitalar;
De adoecer com Covid-19 e ter sequelas;
De morrer por causa da Covid-19 e deixar filhos e pais desamparados sem assistência financeira e de cuidados;
De ser infectado(a) (ou alguém da família) com o vírus da Covid-19 ou com novas variantes do vírus;
De novos vírus e/ou novas cepas da Covid-19.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Tabela 43: Medos relacionados ao trabalho devido à pandemia

Categoria II - Medos relacionados ao trabalho devido à pandemia
Do desemprego;
De ser contaminado/a com o vírus por causa do trabalho presencial que realiza atualmente;
De ter que voltar ao trabalho presencial antes da vacinação;
De não conseguir dar continuidade aos projetos profissionais, de não conseguir buscar clientes, de não conseguir pagar as contas da empresa; da empresa própria falir, de ter que demitir pessoas;
De não conseguir novas oportunidades de trabalho e ter que ficar no atual emprego;
Do excesso de trabalho.

Fonte: CPCT/ECA-USP – Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano de pandemia da Covid-19?

Tabela 44: Medos relacionados à situação econômica e política do Brasil

Categoria III - Medos relacionados à situação econômica e política do Brasil
De crise e recessão econômicas;
Do governo e da conjuntura política do país;
Da falta de orientações e medidas adequadas do governo quanto ao controle da pandemia; medo da continuidade da pandemia em razão das ações do governo brasileiro;
Do aumento da miséria e da fome no país.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Tabela 45: Medos relacionados à vida pessoal

Categoria IV Medos relacionados à vida pessoal
Prejuízos sociais e intelectuais próprios ou de familiares devido ao isolamento prolongado;
De adoecer mentalmente, ser acometido/a por depressão e aumento de ansiedade;
De perder ou não conseguir alguma renda;
Instabilidade financeira;
Medo por não ter um plano de saúde.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Tabela 46: Medos relacionados ao controle da pandemia por parte do Governo

Categoria V - Medos relacionados ao controle da pandemia por parte do Governo
Da pandemia demorar a ser controlada; da incerteza; medo de que a pandemia se prolongue ainda mais;
Da demora da vacinação e de não haver vacina para todas as pessoas;
Do colapso no sistema de saúde pública.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

É importante esclarecer que nenhuma dessas categorias de análise foi criada a partir de respostas isoladas. Os relatos registrados pelos(as) comunicadores(as) exprimem muitos medos comuns, sentidos pelos(as) comunicadores(as) no contexto atual da pandemia de Covid-19.

A seguir, apresentamos alguns (dentre muitos) desses relatos representativos das categorias criadas a partir das respostas da pergunta *Quais são os principais medos na situação atual da pandemia?*, e que deram origem às categorias antes enunciadas nas Tabelas 42, 43, 44, 45 e 46.

Categoria I - Medos relacionados ao adoecimento e à morte por causa da Covid-19

Respondente 57: "Meu maior medo é morrer ou perder algum familiar e amigo. Em seguida vem o medo de perder o emprego de uma hora pra outra, de não ser capaz de concretizar o mestrado e o medo do Brasil sucumbir com a péssima gestão do presidente e governadores que se negam a fazer um lockdown nacional em meio a tanto desemprego e aumento da fome. Viver tem sido sinônimo de angústia."

Respondente 88: "Tenho medo de perder meus pais, familiares e amigos para esse vírus, tenho medo de morrer, medo de perder meu emprego, que as coisas demorem a normalizar."

Respondente 383: "Meu maior medo continua sendo a doença. Medo de ficar doente. Meus pais já foram imunizados, o que tranquiliza um pouco mais. Mesmo assim, medo. Muito medo da doença. Aproveito aqui para desabafar, contar que quando fui levar meu pai para tomar a primeira dose fiquei muito emocionada. Tive uma crise mesmo, de choro, na saída da unidade de saúde. Saímos eu e meu pai, abraçados, andando pela rua, e eu soluçando. Foi o maior alívio da vida, e um choro guardado de meses. Meses relatando mortes de pessoas próximas, mortes de autoridades, casos e casos de Covid-19."

Respondente 615: "Meus principais medos são primeiro pegar a doença e não resistir, depois que algum familiar também pegue a doença. Além disso, por conta da instabilidade política e da má gestão do governo, tenho medo de perder meu emprego."

Categoria II - Medos relacionados ao trabalho devido à pandemia

Respondente 205: "Colapso financeiro do país e mundo, pessoas com sistema nervoso muito abalado, desemprego, fome, miséria, retrocesso."

Respondente 599: "Primeiramente, medo de contrair a doença, perder familiares. Os efeitos emocionais afetam diretamente o rendimento do trabalho e existe o risco da empresa não conseguir entender a situação."

Respondente 766: "De forma geral, o maior medo é ver pessoas que amo adoecendo. No âmbito profissional, o maior medo é perder mais clientes e precisar realizar mais demissões, ou até mesmo falir."

Respondente 844: "Tenho medo de voltar ao trabalho presencial sem a segurança necessária e ser submetido ao risco de ser reinfectado com o vírus, desenvolvendo sintomas mais graves (...)"

Categoria III - Medos relacionados à situação econômica e política do Brasil

Respondente 151: "Além do medo da contaminação, temo que o vírus siga em propagação e com isso a economia volte à recessão que tivemos em 2020, com isso, tenho muito medo de perder meu emprego."

Respondente 552: "Que a vacinação muito lenta se torne inócua com a mutação incessante do vírus, o que levará a um ciclo ininterrupto de estagnação econômica, levando a uma quebra maior no comércio, demissão em massa, aumento da violência e desigualdade, concentração de renda."

Respondente 848: "Alta nos números de transmissão e de mortes. Incompetência e ausência de gestão do Governo Federal nas ações de prevenção, controle e tratamento dos doentes. Descontrole financeiro do país e agravamento do empobrecimento da população mais vulnerável. Evasão escolar, principalmente de adolescentes e jovens. Negacionismo de parte da população. Falta de respeito pelo próximo. Uso político da pandemia."

Respondente 863: "O prolongamento do cenário de incerteza que pode levar a uma crise econômica ainda maior. E claro, a ausência do controle da pandemia e de vacinação que podem gerar ainda mais mortes, inclusive de pessoas próximas. Estamos todos correndo risco."

Categoria IV - Medos relacionados à vida pessoal

Respondente 37: "Eu ou alguém da minha família morrer ou ter sequelas da doença. Não temos planos de saúde. Não temos nenhuma garantia de aposentadoria no futuro."

Respondente 85: "Perder mais algum parente ou amigo para a Covid-19 e ter um surto no trabalho, devido à pressão. Tive de procurar um psiquiatra e estou tomando remédio controlado para poder dormir e dar conta do estresse e da ansiedade."

Respondente 268: "Que meu filho tenha prejuízo intelectual e social por causa das aulas à distância na fase de alfabetização e por ele não conviver com outras crianças. Não conseguir retomar o contato com os meus amigos. Que meus parentes venham a falecer por complicações ou falta de leitos."

Respondente 859: "Ser contaminado e perder amigos, familiares e pessoas próximas, principalmente meus pais, avó e sogros, que estão no grupo de risco. Perder minha fonte de renda, que não é garantida, por trabalhar como freelancer."

Categoria V - Medos relacionados ao controle da pandemia por parte do Governo.

Respondente 88: "Tenho medo de perder meus pais, familiares e amigos para esse vírus, tenho medo de morrer, medo de perder meu emprego, que as coisas demorem a normalizar."

Respondente 312: "Contrair novamente a doença, perder familiares para a doença, vivenciar um novo colapso na saúde em meu estado que impeçam qualquer pessoa de buscar hospitais por qualquer tipo de problema de saúde."

Respondente 323: "Em relação à saúde. A crise sanitária está muito descontrolada e o acesso aos serviços de saúde cada vez mais limitados."

Respondente 361: "Temor em relação à Covid-19, receio de mãe e irmãos sejam infectados e corram algum risco de saúde. Além disso, o temor de que essa situação se prolongue até o fim de 2022."

Para auxiliar na compreensão das respostas fornecidas à pergunta *Quais são seus principais medos na situação atual da pandemia?*, também nos apoiamos no método da Análise de Conteúdo (BARDIN, 1979), com auxílio da ferramenta de contagem de palavras e criação de nuvens WordArt¹⁴. A contagem inicial foi de 8.741 palavras mencionadas uma ou mais vezes nos relatos dos comunicadores. Isso significa que, em média, cada respondente valeu-se de 8,78 palavras para expressar seus maiores temores.

Da contagem geral de palavras, realizamos a limpeza de termos conectores, sendo subtraídos 3.542 destes. O resultado foi 5.199 palavras citadas uma ou mais vezes, sendo que os respondentes utilizaram, no total, 895 palavras diferentes para relatar os principais medos na pandemia. Tais palavras formam a nuvem da Figura 5.

Figura 5: Medos na situação de pandemia



Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

As dez palavras mais citadas aparecem na seguinte ordem: “perder” (1º); “não” (2º); “medo” (3º); “Covid” (4º); “pessoas” (5º); “pegar” (6º); “emprego” (7º); “família” (8º); “morrer” (9º); “doença” (10º). Nesse sentido, os destaques apontam para temores relacionados a perdas - de pessoas, familiares e emprego -, além do medo de pegar a doença e morrer. Chama ainda atenção o fato de o advérbio “não” ser a segunda palavra mais citada. Tendo seu campo de sentidos ligado à negação e à recusa, infere-se que os comunicadores utilizam o modo de negar

¹⁴ WordArt. Word Cloud Art Creator. Disponível em <https://wordart.com/>. Acesso em 01/06/2021.

para expressar seus principais temores; aquilo que eles não desejam que aconteça nunca, de jeito nenhum.

Ampliando o olhar para as 20 palavras mais citadas, percebemos que os sentidos desses temores prosseguem, sendo mencionados em outros termos semelhantes, conforme a Tabela 47. Destaque para os medos relacionados ao trabalho e aos amigos, além do medo do vírus em si.

Tabela 47: Lista das 20 palavras mais citadas sobre os medos na pandemia

	Palavra	Menções
1	Perder	180
2	Não	178
3	Medo	176
4	Covid	167
5	Pessoas	98
6	Pegar	93
7	Emprego	89
8	Família	88
9	Morrer	82
10	Doença	70
11	Adoecer	65
12	Trabalho	61
13	Familiares	60
14	Morte	51
15	Vírus	50
16	Amigos	50
17	Doente	49
18	Saúde	48
19	Contaminar	45
20	Pandemia	43

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Entretanto, ao estender a análise para as 100 palavras mais citadas, nota-se a repetição de termos derivativos, pertencentes ao mesmo campo semântico/lexical (ULLMANN, 1973). Isso pode ser visto na filtragem feita a partir do radical da palavra “doença”, como mostra a Tabela 48.

Diante disso, comparando a contagem original com o resultado da contagem por agrupamentos em campos lexicais e semânticos, notam-se mudanças importantes nas 20 palavras mais citadas, sendo que seis delas ampliaram sua relevância entre os termos mais utilizados pelos comunicadores para referirem-se aos seus principais temores. São as palavras, em destaque azul, na Tabela 49, “doença” (1º), “morrer” (5º), “família” (7º), “contaminar” (8º), “vírus” (13º) e “pandemia” (19º).

Tabela 49: Lista das 20 palavras mais citadas - Agrupamentos

	Palavra	Menções
1	Doença	212
2	Perder	209
3	Medo	181
4	Não	180
5	Morrer	179
6	Covid	168
7	Família	168
8	Contaminar	131
9	Pegar	109
10	Pessoas	103
11	Emprego	90
12	Trabalho	78
13	Vírus	65
14	Desemprego	65
15	Vacina	58
16	Amigos	55
17	Próximo	55
18	Saúde	50
19	Pandemia	45
20	Falta	43

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Cabe, assim, analisar que os agrupamentos lexicais e semânticos permitiram o destaque de três palavras que crescem tanto em relevância, que passaram a figurar entre as 20 mais citadas nos relatos dos respondentes. São elas, em destaque amarelo na Tabela 49: “desemprego” (14º); “vacina” (15º); “falta” (20º).

Nesse sentido, concluiu-se que os principais medos dos comunicadores dizem respeito não apenas aos riscos da doença - para si mesmos, familiares e amigos - ou a possíveis perdas ocasionadas pela pandemia. Os comunicadores temem também o desemprego, que ameaça suas condições de vida. E mais: eles temem pela condução da crise sanitária no país, diante da falta de vacinas e do lento processo de imunização dos brasileiros, que impede o controle efetivo de casos e mortes em decorrência da Covid-19. Trata-se, portanto, de medos que se relacionam à vida pessoal e profissional dos comunicadores, mas também revelam grandes preocupações desses trabalhadores com a coletividade e os impactos da doença na sociedade, de forma ampla.

RELATO DE EXPERIÊNCIA DE TRABALHO EM COMUNICAÇÃO DURANTE A PANDEMIA

Ao final do questionário, foi solicitado aos respondentes que escrevessem um breve relato sobre a sua experiência de trabalho em comunicação durante a pandemia de Covid-19. Incentivamos que os(as) comunicadores(as) comentassem as decisões tomadas pela organização/instituição nas quais eles(as) atuam, e também as suas decisões próprias, suas angústias e expectativas durante esse período. Vale lembrar que os questionários foram respondidos durante o mês de abril de 2021, ou seja, após um ano de continuidade da pandemia de Covid-19 no país.

Do total de 994 respondentes da pesquisa, 867 apresentaram suas considerações. E a partir de uma leitura minuciosa de cada resposta, criamos agrupamentos temáticos sobre todo o conteúdo disponível, os quais evidenciaram possíveis categorias de análise.

É importante esclarecer que nenhuma dessas categorias de análise foi criada a partir de respostas isoladas. Os relatos registrados pelos(as) comunicadores(as) expressaram muitas vivências, experiências, angústias e expectativas comuns quanto ao contexto de seu trabalho durante a pandemia de Covid-19.

Levando em conta o caráter qualitativo deste nosso percurso metodológico, as referidas categorias de análise e seus agrupamentos temáticos podem ser compreendidos conforme apresentamos nas Tabelas, seguidas de alguns (dentre muitos) relatos representativos das categorias criadas a partir dos enunciados dos respondentes.

Tabela 50: Categoria I Desafios e vivências do trabalho remoto durante a pandemia de Covid-19

Categoria I - Desafios e vivências do trabalho remoto durante a pandemia de Covid-19
Mudança do trabalho para o <i>home-office</i> durante a pandemia;
Dificuldades de adaptação ao trabalho <i>home-office</i> ;
Falta de apoio da empresa para o trabalho em <i>home-office</i> ;
Dificuldades em lidar simultaneamente com o <i>home-office</i> e os cuidados com a família e com a casa;
Relação entre trabalho remoto e vida pessoal;
Apoio da empresa para a realização do trabalho <i>home-office</i> ;
Visão positiva do trabalho remoto.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Categoria I - Desafios e vivências do trabalho remoto durante a pandemia de Covid-19

Respondente 35: "Vem sendo um processo solitário. A empresa sempre deixou o meu setor muito autônomo, o que afastou ele de todos os outros funcionários pelo distanciamento do Home-office. Isso tirou a possibilidade de participar de outras atividades e tornou meu trabalho muito mais técnico, chato e estressante."

Respondente 44: "A instituição estabeleceu trabalho remoto, mas em algumas situações, não tem como jornalista fazer seu trabalho remotamente, especialmente assessor de imprensa. A equipe com quem trabalho é bem coesa, o que contribui para a execução das tarefas. Mas não tem como não ter medo de ficar doente e precisar de internação. A expectativa é que a vacinação aumente o ritmo para que logo possamos voltar ao normal."

Respondente 55: "Home-office com bebês em casa é muito difícil. Também aumenta muito os cuidados com a casa porque há maior circulação de pessoas e há que se equilibrar trabalho e tarefas domésticas. Há muita tensão por mostrar produtividade e comprovar."

Respondente 72: "Não tive nenhuma assistência especial por parte da agência. Organizei o meu espaço de forma ergonômica por conta própria. A principal decisão que eu tomei por mim é estabelecer um limite para parar de trabalhar. Não é por estar em casa que tenho que estar disponível. Infelizmente, levei praticamente um ano para aprender isso. A minha principal angústia é ter que estar bem e ser produtiva com todo o cenário que estamos vivendo. A minha expectativa é que a pandemia regrida, quero continuar trabalhando no sistema home-office, mas também não descarto um retorno "misto". Minha prioridade é passar mais tempo em casa que no escritório."

Respondente 107: "A empresa colocou a maioria dos funcionários em home-office, mas não providenciou nenhum equipamento para que a gente possa fazer esse trabalho em casa. Eu tenho tentado fazer o melhor e não me expor. De casa, sinto que a gente acaba trabalhando mais tempo e que é mais difícil ter esse controle do tempo."

Tabela 51: Categoria II Impactos na saúde dos trabalhadores

Categoria II Impactos na saúde dos trabalhadores
Adoecimento por causa da maior intensidade do trabalho remoto;
Morte de colegas de trabalho por causa da Covid-19.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Categoria II - Impactos na saúde dos trabalhadores

Respondente 210: "Tenho trabalhado muito mais horas e aos finais de semana, com a demanda de pedidos e cobranças por meio de WhatsApp. Há uma ansiedade para que o trabalho seja disponibilizado. Essa cobrança e ansiedade dos outros tem me causado também ansiedade e suas consequências, irritabilidade, depressão, cansaço excessivo."

Respondente 575: "Relatei um pouco acima a falta de estratégia da empresa e a contaminação em massa, com falecimento de colega. O fato desgastou os profissionais da redação e os reflexos ainda são sentidos. Iniciamos 2021 sem esperança, exaustos física e mentalmente, e em luto pela(s) perda(s). Decidi que trabalharei em home-office e vou estabelecer estratégia para oferecer produção de reportagens sem que precise estar na redação, não só para o veículo onde atuo, como também para outros veículos. O cenário crítico também me fez perceber a necessidade de ter mais qualidade de vida, mais contato com a natureza e estabelecer planos para que possa ter um negócio próprio. É angustiante ver tantos colegas contaminados (porque é uma realidade em diversos veículos do estado) e as empresas omitindo os casos e sem tomar providências. É desgastante ver que muitos de nós estão perdendo suas vidas. As empresas precisam repensar o

momento. Os sindicatos (e digo o Sindicato daqui também), precisam adotar posicionamentos firmes. As associações de jornalismo, Fenaj, e outras, precisam se articular, urgente, para expor o que ocorre nas redações. Os jornalistas estão pedindo socorro em silêncio, com medo de denunciarem sozinhos, correndo o risco de perder empregos por conta disso. Nós precisamos de mais proteção e de estratégias como atendimento psicológico, por exemplo."

Respondente 930: "Esta resposta estará 100% comprometida pelo cansaço. Estou sem férias há mais de um ano, vivenciei a pandemia desde o início, aqui no Ceará. Atuar como repórter num cenário assim, tendo de acessar a dor do outro todos os dias, é desafiador. Não nos é dado o benefício de desconectar: ficar sem saber de todas as desgraças não é uma opção, e isso nos deixa exaustos. Além disso, ver tantos colegas demitidos - a empresa adotou a redução de jornada por muitos meses, mas não cumpriu o período de estabilidade e demitiu mais de 20 pessoas só na redação - é um golpe na saúde mental."

Tabela 52: Categoria III -Questões relacionadas à renda, ao emprego e às perspectivas profissionais

Categoria III -Questões relacionadas à renda, ao emprego e às perspectivas profissionais
Redução de salário e da equipe, sem a devida redução de carga horária e/ou intensidade do trabalho, pressão por produtividade;
Falta de perspectiva de um salário melhor, de oportunidades melhores/ insegurança profissional;
Demissão;
Mudanças de emprego positivas.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Categoria III - Questões relacionadas à renda, ao emprego e às perspectivas profissionais

Respondente 26: "No início da pandemia a Editora (assim como outros jornais grandes) decidiu aderir à jornada temporária, o que cortou nossos salários em 25%. Mesmo assim, continuou a exigência como um todo."

Respondente 348: "De forma geral cresceu a demanda pelo trabalho de jornalistas, o que é positivo do ponto de vista pessoal, porque gera mais trabalho, mas também angustiante porque vemos redações mais enxutas, muitas demissões e o volume de trabalho crescendo sempre. Além disso, parece ser grande o número de pessoas ao meu redor com sintomas de ansiedade ou de depressão em função especificamente do trabalho que exercem (especialmente entre jornalistas, lidando tão de perto com relatos dolorosos e repetitivos de mortes etc.). No contexto macro, a empresa em que eu trabalhava manteve os funcionários pelo tempo que conseguiu, reduzindo jornadas e salários, mas sem optar pela demissão até que não foi mais possível. Minha equipe tinha perto de 300 pessoas e em sete meses de pandemia (março a outubro 2020) foi reduzida a 3 e, depois, eliminada completamente. Isso colocou muitos profissionais na rua e em busca de trabalho em um momento difícil para achar trabalho. Como alternativa tenho me dedicado à atividade freelancer, escrevendo e reportando sobre a pandemia e sobre a situação político-econômica do país para uma agência internacional de notícias e para publicações brasileiras."

Respondente 471: "O jornalismo foi e é importante para o controle da pandemia. Mesmo com dados sendo ocultados pelo governo, as empresas se uniram para mostrar a verdade e os fatos que estão acontecendo. Eu sinto orgulho de poder viver isso e tristeza por todos nós, jornalistas, que não somos valorizados. Fui despedido do trabalho sem justificativas, mas pude construir contatos em outras emissoras e isso tá ajudando a segurar as pontas. Viver na instabilidade de um freelancer é muito difícil, causa muita ansiedade, mas é o que a pandemia possibilitou para mim."

Tabela 53: Categoria IV - Angústias e dilemas profissionais causadas pelas ações de empregadores e do governo

Categoria IV - Angústias e dilemas profissionais causadas pelas ações de empregadores e do governo
Angústias e dilemas profissionais devido ao comportamento negacionista da empresa em relação à pandemia;
Desmotivação e angústias por causa do não controle da pandemia pelo governo;
Ausência de protocolos sanitários bem definidos na empresa;
Dificuldades com o trabalho presencial durante a pandemia.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Categoria IV - Angústias e dilemas profissionais causadas pelas ações de empregadores e do governo

Respondente 18: "Muitas decisões da empresa foram tomadas sem considerar a ciência, por impulso ou focada na realidade local, onde há uma pressão pela manutenção da liberação das atividades. Tentei fugir disso, mas em muitas situações fui obrigado a seguir essa linha editorial/ideológica. Diante de tudo isso, me sinto frustrado por ter que fazer algo que não considero o correto/científico para não perder o emprego, minha única fonte de renda e de sobrevivência. Apesar disso, acho que tenho conseguido, dentro do possível, fazer um bom trabalho, considerando a realidade do interior. Isso me motiva a seguir em frente até tudo isso passar."

Respondente 460: "A companhia que trabalho não adaptou as minhas atividades ao home-office, sendo que muitas atividades eram e podem ser realizadas de casa. Fui exposta a momentos de aglomeração pois o dono da empresa quer que todos os funcionários trabalhem normalmente e também porque é imprescindível para ele ver todos os colaboradores todos os dias na empresa. Porém, com isso, tive Covid, fiquei muito mal, minha mãe ficou hospitalizada. Não saí, pois preciso do emprego. Enfim, não respeitaram o momento e nem olharam para os funcionários com empatia e dignidade."

Respondente 725: "Por mais que alguns comentários das redes sociais tentem deslegitimar HORAS ou DIAS de apuração de dados e contatos com especialistas, creio que a maior parte da população e até mesmo o poder público se oriente ou tome decisões pelas informações que ajudo a divulgar. É esse papel que me torna perseverante, apesar da saudade da redação, do contato próximo com os colegas e das apurações na rua, e apesar de todo o sofrimento ao qual estou exposto diariamente em contato com famílias em sofrimento por parentes infectados. Esperava que a categoria dos jornalistas também fosse contemplada pela campanha prioritária de vacinação, já que muitos colegas se expõem diretamente ao vírus em portas de hospitais, mas não houve sinalização quanto a essa possibilidade."

Respondente 798: "Em um dos trabalhos houve período de distanciamento depois tudo voltou ao normal, menos eu que continuei de home-office, pq já estava nessa modalidade antes da pandemia. A empresa não segue as orientações de segurança, todos os trabalhadores ficam sem máscara, em ambiente fechado, sem distanciamento. Só é respeitado algum distanciamento quando a prefeitura baixa decreto ou quando alguém ou algum familiar fica com suspeita. Mas logo tudo volta como era antes. Sinto que parte disso é porque a gestão da empresa não conseguiu se adaptar com o acompanhamento das tarefas a distância. No outro trabalho, todas as medidas são respeitadas, toda equipe está de home-office desde de março de 2020. Nunca mais tivemos nada presencialmente, nem internamente. Duas pessoas inclusive mudaram de cidade e não sei como será no pós-pandemia, porque são pessoas de alto cargo dentro da organização. Inicialmente a equipe se reunia virtualmente para compartilhar o que estava desenvolvendo, mas foi só no primeiro mês, depois nos distanciamos. O volume de trabalho não diminuiu, principalmente pra comunicação. No início houve uma demanda enorme e todas as pessoas queriam mais velocidade e quantidade na produção, todas demandavam. Depois foi acalmando. Mas ainda assim o volume

aumentou e o recurso diminuiu. Eu comecei a desativar ainda mais a internet do celular à noite e nos finais de semana. Também desativei as notificações do e-mail pelo celular. Tentei delimitar o espaço de trabalho dentro de casa. Me distanciei ainda mais das telas."

Tabela 54: Categoria V - Sofrimentos no trabalho e na vida pessoal devido à pandemia de Covid-19

Categoria V - Sofrimentos no trabalho e na vida pessoal devido à pandemia de Covid-19
Angústia, ansiedade e medos relacionados à COVID-19 ou ao confinamento;
Sentimentos de desmotivação, cansaço, culpa, ansiedade, desrespeito no trabalho, exploração e falta de produtividade.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Categoria V - Sofrimentos no trabalho e na vida pessoal devido à pandemia de Covid-19

Respondente 315: "Situação angustiante. Trabalho árduo com situação de risco de contaminação. Combate a fake news e enfrentamento aos posicionamentos do governo federal com afrontas aos profissionais da área. Redução de salário."

Respondente 427: "A pandemia é um desafio para o corpo e para mente. É uma sensação constante de medo. Medo de adoecer, de perder alguém especial, de morrer. É o isolamento que parece infinito. É insegurança, saudade e incerteza. O trabalho, assim como tudo, entra nesse pacote de angústias. A cabeça não está conectada como estaria em outros tempos para realizar as atividades."

Respondente 436: "Cansativo ter que lidar com mudanças trabalhistas, demissões, reduções e ser cobrado por aumento da produtividade numa situação em que estamos exaustos com o que está acontecendo com o mundo. Ter que ver todos os dias desigualdades aumentando e lideranças preocupadas com as próprias agendas enquanto definhamos como sociedade. E as cobranças da sociedade continuam as mesmas, como se todos estivessem bem. É demais! (Apenas consigo imaginar como não deve ser para profissionais da saúde). Pessoalmente, descontamos ansiedade e frustrações em vícios como comer e beber, sem de fato conseguir ser produtivo ou funcional como éramos antes."

Respondente 593: "Ter contato com informações sobre a pandemia por muitas horas do dia tem sido muito desgastante. Como jornalista de uma empresa que divulga informações on-line sobre a Covid-19, preciso estar conectada o tempo todo com os dados a respeito da pandemia, para me manter informada e divulgá-los corretamente. Isso gera ansiedade, tristeza, estresse, cansaço mental e físico. Em 2020, a empresa em que trabalho aderiu à possibilidade de cortar salários e cargas horárias, autorizada pelo governo federal. Como eu relatei acima, tive o salário - que já é baixo - reduzido em 25%, mas a carga horária, na prática, continuou a mesma, fazendo horas extras, sem nunca receber por elas. E sempre com cobranças abusivas, com tratamento desrespeitoso e desumano pelas chefias. A ideia que demonstrar ter é de que temos que estar agradecidos por estarmos empregados e aceitar tudo o que nos é imposto. Isso é muito ruim. Detona a autoestima de qualquer pessoa. E, sim, ainda houve momentos em que tive medo de perder o emprego, porque ouvi ameaças, não a mim, diretamente, mas veladas."

Respondente 715: "Bom ânimo falta quase todo dia para trabalhar, a rotina de trabalho fica maior devido ao tempo dentro de casa que é total basicamente. Os conteúdos estão quase que o tempo todo precisando se adequar devido a pandemia, não pode falar assim ou não da pra fazer isso mais, muda estratégia e o processo criativo esta lento. A agência sempre foi home-office porém existia flexibilidade ou algo assim, óbvio que assim que eu puder trabalhar em um lugar físico irei".

Tabela 55: Categoria VI - O trabalho na área da comunicação

Categoria VI - O trabalho na área da comunicação
Exemplos de modificações na rotina de trabalho na área de comunicação;
Maior valorização do trabalho da comunicação;
Desencanto e mudança de área;
Preocupações relacionadas ao combate às <i>fake news</i> e à desinformação.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Categoria VI - O trabalho na área da comunicação

Respondente 85: "Diversas medidas foram adotadas: jornalistas ficaram impedidos de entrar no hospital onde atuo e só poderiam fazer entrevistas na recepção ou em frente ao prédio; elaboração de orientações para emissão de nota de falecimento envolvendo funcionários ou pacientes; produção de boletim informativo específico sobre a pandemia; produção de banners, vídeos e conteúdo para site institucional com objetivo de orientar funcionários sobre o enfrentamento da Covid-19; produção de notas para rebater fake news; criação de perfil no Instagram (antes só estávamos no Facebook) etc."

Respondente 210: "Tenho trabalhado muito mais horas e aos finais de semana, com a demanda de pedidos e cobranças por meio de WhatsApp. Há uma ansiedade para que o trabalho seja disponibilizado. Essa cobrança e ansiedade dos outros tem me causado também ansiedade e suas consequências, irritabilidade, depressão, cansaço excessivo."

Respondente 297: "A rotina mudou com a interdição de gravações presenciais e a introdução de novos processos, como entrevistas por Skype ou Zoom e dirigir entrevistados em vídeos - imagens de cobertura para matérias de televisão, que deixaram de ser feitas por profissionais e passaram a ser captadas pelos próprios entrevistados em alguns casos. Noto mais cansaço, beirando à exaustão pela cobertura ostensiva do tema. Percebo enrugamento das equipes, sem retorno a um padrão anterior ao da pandemia. A cobrança de bons resultados e criatividade cresceu. A empresa em que eu trabalho tomou boas medidas para evitar a contaminação, mas não prestou muito apoio aos colaboradores em home-office, a não ser aos que obrigatoriamente, pela regra da empresa, precisavam estar - idosos e comorbidades."

Respondente 719: " Mesmo saindo tudo bem, cada passo teve sempre ressaltado suas falhas ou coisas a serem melhoradas - vieses muito pessimistas e desmotivadores para tudo, nenhum estímulo dado às pessoas que ali estavam trabalhando por 12h ao dia, ganhando metade do salário. Eu tomei poucas decisões, apenas na minha vida pessoal consegui estipular algumas práticas pra regulação emocional visando não colapsar. Minha maior angústia, desde que tudo isso começou, é que acabe. É que eu consiga encontrar um emprego melhor, talvez mais focado em jornalismo - porque o marketing não é algo que eu domino, tenho muita dificuldade e me sinto completamente exaurida -, ou qualquer coisa mais segura do que um local em que não sou clt e sou cobrada como se a vida do planeta dependesse do meu post no instagram. Nível: "Você não ia postar às 17h50? São 17h54": isso REALMENTE aconteceu. Só queria não ter medo de não conseguir pagar as minhas contas, de ficar tão vulnerável (embora saiba que estou ainda num local de privilégio), e que, com relação ao trabalho, poder encontrar e abrir novas portas."

Respondente 821: "Eu já vinha num processo de desencantamento com a profissão, principalmente pelas condições de trabalho como freelancer. Ao mesmo tempo que não me via numa posição fixa em agência, me via acumulando jobs pelo medo de não ter no próximo mês, aproveitando cada oportunidade por puro pânico da escassez. Por um lado, isso me ajudou durante a pandemia, porque havia conseguido juntar um dinheirinho que me foi muito útil nos primeiros meses. No decorrer do período, fui fazendo alguns cursos e ajudando meu marido na área dele (mercado imobiliário). Quando vi, já estava tirando o CRECI e já estava dedicando 80% do meu

tempo às redes sociais do perfil de corretor dele e vendendo o meu primeiro apartamento. Com relação aos meus clientes, alguns me salvaram... Jobs surgiram quando eu menos esperava e graças a Deus até agora nada me faltou, mas o ritmo caiu muito. Não tenho mais como me manter apenas da redação em agências. A minha mudança de área foi/está sendo gradual, mas estou chegando no momento da despedida definitiva do mercado publicitário. Muito decepcionada, por sinal, infelizmente. Espero que o mercado imobiliário me acolha e que os meus conhecimentos durante os meus 21 anos de formada como publicitária sejam o diferencial. Não tenho medo do trabalho."

Tabela 56: Categoria VII - Percepções positivas de trabalhadores sobre a atuação de seus empregadores quanto à pandemia de Covid-19

Categoria VII - Percepções positivas de trabalhadores sobre a atuação de seus empregadores quanto à pandemia de Covid-19
Apoio e conscientização da empresa em relação à pandemia.

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Categoria VII - Percepções positivas de trabalhadores sobre a atuação de seus empregadores quanto à pandemia de Covid-19

Respondente 313: "As decisões tomadas pela instituição onde trabalho são as mais coerentes possíveis, como home-office durante todo o tempo e raríssimos encontros virtuais. Sei que sou privilegiada. Até ano passado, eu trabalho em um jornal diário, o que me colocava em risco, pois era repórter de rua e cobria saúde. Fui demitida e contratada por um sindicato, o que me permitiu um esquema de trabalho mais tranquilo em relação à exposição. Eu escolhi também me preservar, evito as saídas (só em situações essenciais e caminhadas, pois sou grupo de risco pela questão de obesidade). Minhas angústias são os meus medos, relatados acima. Não tenho muitas expectativas, por enquanto prefiro viver um dia de cada vez."

Respondente 880: "Cheguei para trabalhar na Instituição que estou no dia 20/03/2020, no meio da pandemia. Dias antes, foi criado um Comitê de Enfrentamento à Covid-19, tendo como um dos pilares a comunicação e informação. Desde esse dia participo das principais reuniões e fóruns de tomada de decisão. A presença e papel da comunicação nesse cenário foi e é essencial. A agilidade, objetividade e capacidade de traduzir o que é técnico para uma linguagem que acolhe a diversidade é estratégica e inclusiva. Além disso, campanhas de conscientização sobre a doença e formas de proteção ainda estão sendo foco de minha atuação."

Tendo em vista que as categorias anteriormente identificadas fazem parte de um campo de sentidos bastante amplo, procuramos obter outras inferências válidas que apoiem as análises qualitativas. Dessa forma, a análise quantitativa das palavras mencionadas pelos respondentes permitiu uma aproximação semântica dos relatos. Portanto, a compreensão dos sentidos atribuídos à "experiência de trabalho em comunicação durante a pandemia da Covid-19", recorreremos à Análise de Conteúdo, valendo-se da ferramenta de contagem de palavras e criação de nuvens WordArt¹⁵.

A contagem inicial foi de 37.755 palavras mencionadas uma ou mais vezes nos relatos dos respondentes. Da contagem geral de palavras, partimos para a limpeza de termos conectores, sendo subtraídos 21.438 destes. O resultado foi de 16.337 termos citados uma ou mais vezes, sendo que os respondentes utilizaram, no total, 805 palavras diferentes para relatar a

¹⁵ WordArt. Word Cloud Art Creator. Disponível em <https://wordart.com/>. Acesso em 01/06/2021.

Tabela 57: Lista das 20 palavras mais citadas sobre experiência de trabalho na pandemia

	Palavra	Menções
1	Trabalho	744
2	Pandemia	354
3	Empresa	285
4	Home	239
5	Office	237
6	Pessoa	179
7	Comunicação	172
8	Casa	154
9	Tempo	154
10	Dia	138
11	Momento	126
12	Trabalhar	114
13	Ano	107
14	Funcionário	104
14	Equipe	102
16	Período	101
17	Atividade	98
18	Presencial	94
19	Falta	91
20	Covid	87

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Ainda entre as 20 mais citadas, chama a atenção a palavra “falta” (19ª). Este é o primeiro termo qualitativo que aparece e, como tal, revela um pouco da estrutura e das condições de trabalho dos comunicadores. O campo semântico desse termo diz respeito à ausência, à inexistência ou à privação de algo, assim como à carência, à necessidade, à escassez, ao desprovido. Por outro lado, “falta” também tem sentido de erro, falha, negligência. Resta então a pergunta: o que está faltando no trabalho dos comunicadores no contexto da pandemia?

Ao ampliar a análise para as 100 palavras mais citadas, nota-se a frequente repetição de termos derivativos, pertencentes ao mesmo campo lexical. Isso pode ser exemplificado na filtragem feita a partir do radical da palavra trabalho, como mostra a Tabela 58.

Tabela 58: Exemplo de Termos Derivativos sobre experiência de trabalho na pandemia

Palavra	Menções
trabalho	714
trabalhar	114
trabalhando	47
trabalhos	30
trabalhava	27
trabalhadores	20
teletrabalho	18
trabalhei	16
trabalha	14
trabalhado	8
trabalhamos	7
trabalham	7

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Considerando que compartilham do mesmo sentido, é possível, então, o agrupamento desses derivativos em um único termo, nesse caso, “trabalho”. O resultado é o crescimento do número de menções: antes, as menções ao termo “trabalho” eram 744; com o agrupamento dos derivativos, passam para 1.027 menções, um incremento de 38%. Isso não ocasiona uma mudança na posição da palavra; “trabalho” continua sendo a mais mencionada. Entretanto, tal agrupamento revela a real dimensão das referências às atividades de trabalho nos relatos dos respondentes.

Além do agrupamento lexical, é possível ainda agrupamentos por campos semânticos, como no caso dos correlatos “funcionários” e “colaboradores”, além de palavras compostas que foram escritas separadamente, como “*home-office*”. No total, esses agrupamentos ocorreram em 27 das 100 palavras mais citadas, o que gerou novos campos de sentido, conforme a nuvem resultante abaixo.

Tabela 59: Lista das 20 palavras mais citadas - Agrupamentos

	Palavra	Menções
1	Trabalho	1027
2	Pandemia	354
3	Empresa	285
4	Home-office	239
5	Pessoa	233
6	Comunicação	202
7	Presencial	176
8	Casa	154
9	Tempo	154
10	Funcionário	141
11	Dia	138
12	Momento	126
13	Novo	120
14	Difícil	119
15	Decisões	117
16	Ano	107
17	Horário	103
18	Equipe	102
19	Angústia	102
20	Período	101

Fonte: Pesquisa CPCT, 2021, Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano da pandemia de Covid-19?

Importa, ainda, que os agrupamentos lexicais e semânticos permitiram desvelar cinco palavras que crescem em relevância e passam a constar entre as 20 mais citadas nos relatos dos respondentes. São elas: “novo” (13º), “difícil” (14º), “decisões” (15º), “horário” (17º) e “angústia” (19º). Nesse sentido, a crise sanitária trouxe situações novas e dificuldades que exigem tomadas de decisões organizacionais, profissionais e pessoais. O reforço à questão da temporalidade na pandemia, já em destaque na primeira contagem, reaparece no termo “horário”. Por fim, a palavra “angústia”, que passa a fazer parte das 20 palavras mais citadas, é reveladora do trabalho dos comunicadores no contexto da pandemia da Covid-19, sendo suas condições marcadas por sofrimento e sujeição.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A saúde está no cerne da crise multidimensional desencadeada pelo coronavírus. Manter-se saudável foi um grande desafio enfrentado pelos comunicadores ao longo deste mais de um ano de convivência com a pandemia. Contudo, o estar saudável não implicou apenas em não adoecer pela Covid-19, mas em não sucumbir diante de problemas materiais, físicos, emocionais e sociais desencadeados pelas novas condições de vida e de trabalho instauradas em 2020 e mantidas em 2021.

A pesquisa *Como trabalham os comunicadores no contexto de um ano de pandemia da Covid-19?* cumpriu o objetivo de levantar e analisar informações sobre as atividades dos comunicadores no período. As respostas dos 994 participantes revelaram um cenário desafiador, com dramáticas que não se restringem a uma localidade e espraiam-se no território nacional. A pesquisa coletou informações de comunicadores em todos os estados brasileiros, Distrito Federal e teve respondentes no México e na Holanda.

Os comunicadores brasileiros vivem, no contexto da pandemia, a radicalização de transformações produtivas que já se insinuam no horizonte do trabalho desde o final dos anos de 1990 encontram, agora, condições para se instaurar com mais ênfase às custas do tempo de vida e até mesmo da saúde emocional dos trabalhadores. O trabalho remoto e a dependência das plataformas digitais para a realização das atividades de trabalho são duas mudanças que ganharam fôlego nos anos de 2020 e 2021. O WhatsApp e o email são ferramentas de trabalho que extrapolam o tempo/espço regulado pelas leis trabalhistas e invadem a vida e a casa de todos.

Para os comunicadores, o trabalho remoto, realizado em casa, é uma condição contraditória, pois, ao passo em que garante segurança contra o risco de contágio pela Covid-19, impõe aos trabalhadores, sobretudo às mulheres, o dilema da conciliação das atividades produtivas com o trabalho de cuidados do lar e da família. A confluência entre o *home* e o *office* foi a deixa para que muitas organizações se eximissem de suas responsabilidades, legando para o trabalhador o ônus pelas adaptações do trabalho, o qual pode ser dimensionado quantitativamente nos custos com equipamentos e energia elétrica. Qualitativamente, o trabalho remoto, para os comunicadores, tem significados contraditórios: solidão; constrangimentos; adoecimentos emocionais; flexibilidade de horários; proximidade familiar; qualidade de vida; inovação etc., impactando suas vidas de diferentes formas.

Impactos tão dolorosos que muitos não veem a hora do retorno seguro para o trabalho presencial ou misto, mas, ao mesmo tempo, confortáveis para aqueles que comungam com uma visão positiva não só do *home office* (tido como inovador e inevitável), mas da presença das plataformas digitais nas atividades de trabalho.

O trabalho e a vida de um modo geral vividos pelas telas tornaram ainda mais visível a imbricação da comunicação com nossa existência social. As profissões da comunicação foram reconhecidas pelos participantes da pesquisa como essenciais, sobretudo mediante uma crise global e inédita na História. Porém, isso não implica que a relevância da comunicação para a sociedade legitime a intensificação das atividades dos comunicadores e a degradação de suas condições de trabalho.

A essencialidade da comunicação no cenário contemporâneo deve ser um argumento dos trabalhadores para a luta por condições mais dignas de trabalho no mundo da comunicação, de modo que o desemprego não seja uma ameaça constante e a ansiedade e o estresse parceiros

inseparáveis. Afinal, se a saúde no trabalho não deve ser entendida apenas como a ausência de doenças, mas como a capacidade de enfrentar as adversidades, de sanar os dilemas inerentes ao encontro das normas antecedentes com a realidade do trabalho, para que os comunicadores estejam saudáveis, é preciso mais do que isolá-los em casa sob o risco da Covid-19.

Até porque, mesmo sendo um privilégio para muitos, trabalhar de casa não impediu que os comunicadores adoecessem em razão do excesso de trabalho e de preocupações. Nem afastou os temores e medos relativos ao desenvolvimento da pandemia, ao desemprego, à crise econômica e política do País e à morte de familiares e amigos. Ou evitou assédios morais, a invasão de privacidade e experiências constrangedoras de diferentes ordens.

Todas essas vivências singulares dos comunicadores, partilhadas em suas respostas, permitem o desenho de um cenário particular dessas profissões, no qual as condições objetivas e subjetivas de trabalho e de vida colocaram os trabalhadores no limiar da precarização e da fragilidade. Sob essa perspectiva, para que os comunicadores gozem de saúde e de uma vida autêntica, é urgente defender seus direitos sociais, a partilha de responsabilidade pelo trabalho com as organizações, a necessidade de tempo livre para socializar e construir afetividades e a construção de um ambiente livre de constrangimentos e de um sentido humano para o trabalho.

Por fim, a título de deixar algumas indicações para a ação, com base nas respostas aqui analisadas, podemos afirmar que durante este ano de pandemia as jornadas de trabalho aumentaram e o ritmo de trabalho se intensificou. Os custos do trabalho em *home office* recaíram para os trabalhadores: energia elétrica, internet, equipamentos, mobiliário são itens que corroem o salário já defasado desses profissionais. Esses são elementos importantes para constar de pautas de negociações coletivas de trabalho.

Outra questão que se coloca é a do espaço da residência. Se o trabalho em casa vier para ficar, temos que adensar às pautas sociais a questão da moradia. Não se pode aceitar como natural que o espaço privado da casa passe a ser administrado pela lógica da empresa ou organização onde ou para quem se trabalha. Os que vivem da venda de sua força de trabalho, desde o fim da escravidão, lutam para ter seu espaço privado de cultivo da vida pessoal e familiar. Faz parte da liberdade, do livre arbítrio, é fundamental para a democracia o respeito pelo espaço privado.

A pesquisa também contribui com dados bastante impactantes em relação ao perfil dos profissionais da comunicação. Entre a formação profissional, o cargo e as atividades realmente exercidos existem miríades de tarefas que confrontam deontologias das respectivas profissões da área, atravessam suas finalidades e seus valores e criam uma grande fragmentação que, para além das inovações e potencialidades, desespecializam o trabalho do comunicador.

Se a maioria dos comunicadores entende sua profissão como essencial para a sociedade democrática e, sobretudo neste momento, para a garantia do direito do cidadão à informação, é preciso resistir à precarização e a desespecialização, ambas andam juntas e avançam nesse contexto de um ano da pandemia de Covid-19.

O alerta que os resultados da pesquisa sinalizam demanda organização coletiva dos trabalhadores da comunicação. O aumento da jornada de trabalho, a intensificação do ritmo das atividades, o aumento dos custos pessoais e familiares para a realização do trabalho, os adoecimentos advindos do estresse, do medo, dos constrangimentos sofridos no âmbito das relações de trabalho exigem uma mudança de mentalidade de gestores e de trabalhadores.

Os avanços tecnológicos são conquistas da humanidade. A forma de se apropriar das tecnologias não é inerente ao conhecimento que as criou. Os usos e apropriações dos artefatos da cultura são escolhas históricas fundadas em interesses econômicos e políticos (PINTO, 2005; FOLCHER, RABARDEL, 2007). O determinismo tecnológico é uma falácia a serviço dos poucos que lucram à

custa da saúde e do tempo de vida de milhões de trabalhadores. Os comunicadores estão à mercê dessa lógica destrutiva. A criatividade e a inovação são facetas inerentes ao trabalho humano e o desenvolvimento tecnológico deve estar a serviço do conjunto da sociedade. O trabalho remoto em casa, sem o distanciamento social imposto pela Covid-19, pode ser uma modalidade que traga benefícios aos trabalhadores desde que regulado em instâncias coletivas e democráticas de negociação entre capital e trabalho.

A gestão algorítmica do trabalho via os aplicativos e outros tipos de software também precisa ser regulamentada. A mediação algorítmica funciona como um aspirador de dados pessoais, familiares do espaço e do tempo do lar. Mais do que servir como ferramenta de trabalho, os aplicativos entram na vida privada dos profissionais e extraem o conjunto de informações que servem a finalidades pouco claras que vão para além da atividade profissional e da publicidade programática. Esse assunto urge entrar em todas as pautas de negociações e exigem políticas públicas regulatórias.

REFERÊNCIAS

ABREU, Alice Rangel de Paiva; HIRATA, Helena; LOMBARDI, Maria Rosa. (Org.). **Gênero e trabalho no Brasil e na França: perspectivas interseccionais**. São Paulo: Boitempo, 2016.

ANTUNES, Ricardo. **Os sentidos do trabalho**. Ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. 6.ed. São Paulo: Boitempo, 2002.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa : Edições 70, 1977.

BRASIL DE FATO. Entrevista com Sílvia Federici, 28 mar .2021. Disponível em: <https://www.brasildefato.com.br/2021/03/28/pandemia-tornou-mais-dramatico-o-que-sempre-existiu-diz-filosofo-silvia-federici>> Acesso em: 30 jun. 2021.

CARTA CAPITAL. SP: Domésticas, motoristas e pedreiros estão entre as principais vítimas da Covid-19. Carta Capital. São Paulo, 1 de junho de 2021. Disponível em: <http://twixar.me/TrBm>

CRARY, Jonathan. 24/7. **Capitalismo tardio e os fins do sono**. São Paulo: Ubu, 2016.

DARDOT, Pierre; LAVAL, Christian. **A nova razão do mundo**. Ensaio sobre a sociedade neoliberal. São Paulo: Boitempo, 2016.

DEJOURS, Christian. **Conferências brasileiras. Identidade, reconhecimento e transgressão no trabalho**. São Paulo: Fundap: EASP/ FGV, 1999.

FENAJ. Dossiê jornalistas vitimados pela Covid-19. Abril de 2021. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/04/DOSSIE-FENAJ-COVID19_MARCO_2021.pdf

FIGARO, Roseli et.al. **Como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia da Covid-19?**. São Paulo: CPCT-ECA-USP, 2020. ISBN Disponível em: <http://twixar.me/pH8m>

FIGARO, Roseli. Atividade de comunicação e de trabalho. **Revista Trabalho, Educação, Saúde**. Fiocruz, Jun. 2008a. <https://doi.org/10.1590/S1981-77462008000100007>

_____. **Relações de comunicação no mundo do trabalho**. São Paulo: AnnaBlume, 2008b.

FOCHER, Viviane; RABARDEL, Pierre. Homens, artefatos, atividades: perspectiva instrumental. In: FALZON, Pierre. (ed) **Ergonomia**. São Paulo: Blucher, 2007.

GENRO FILHO, Adelmo. **O segredo da pirâmide**. Para uma teoria marxista do jornalismo. Florianópolis: Insular, 2012.

HAN, Byung-Chul. **A sociedade do cansaço**. Petrópolis: Vozes, 2015.

MARX, Karl. **O Capital**. Livro I. São Paulo: Boitempo, 2011.

MOLIANI, João Augusto. **O trabalho em agências de comunicação: processos produtivos e densificação da atividade no jornalismo de rabo preso com o cliente**. Tese doutorado. ECA_USP, 2020. Disponível em: <https://nuvem.utfpr.edu.br/index.php/s/SMxJwJm5X3kD2zg>

MOROZOV, Evgeny. **Big tech**. A ascensão dos dados e a morte da política. São Paulo: Ubu, 2020.

PINTO, Álvaro Vieira. **O conceito de tecnologia**. Vol. I. Rio de Janeiro: Contraponto, 2005.

REIMBERG, Cristiane. **O exercício da atividade jornalística na visão dos profissionais: sofrimento e prazer na perspectiva teórica da psicodinâmica do trabalho.** Tese doutorado. ECA-USP, 2015.

RIBEIRO, A. **O que é hierarquia urbana?**. Brasil Escola. Junho de 2020. Disponível em: <https://brasilecola.uol.com.br/o-que-e/geografia/o-que-e-hierarquia-urbana.htm>

SCHWARTZ, Yves. Motivações do conceito de corpo-si: corpo-si, atividade, experiência. In: **Letras de Hoje**. Porto Alegre, v. 49, n. 3, p. 259-274, jul.-set. 2014.

SCHWARTZ, Yves.; DURRIVE, Louis. (Org.). **Trabalho & Ergologia: conversas sobre a atividade humana.** 2. ed. Niterói: EdUFF, 2007.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter.** O desaparecimento das virtudes com o novo capitalismo. Rio de Janeiro: Bestbolso, 2012.

TELLES, Ana Luiza; ALVAREZ, Denise. Interfaces ergonomia - ergologia: uma discussão sobre trabalho prescrito e normas antecedentes. In FIGUEIREDO, Marcelo; ATHAYDE, Milton; BRITO, Jussara; ALVAREZ, Denise (orgs). **Labirintos do Trabalho.** Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

TRAQUINA, Nélon. **Teorias do jornalismo.** Vol.II A tribo jornalística. Uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

ULLMANN, Stephen. **Semântica.** Uma introdução à ciência do significado. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1973.

ZUBOFF, Shoshana. Big other: capitalismo de vigilância e perspectivas para uma civilização da informação. In: BRUNO, F., et al. **Tecnopolíticas da vigilância.** Perspectivas da margem. São Paulo:Boitempo, 2018.