



Centro de Pesquisa  
**Comunicação  
& Trabalho**



ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES  
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO



## RELATÓRIO DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Como trabalham os comunicadores  
em tempos de pandemia da Covid-19?

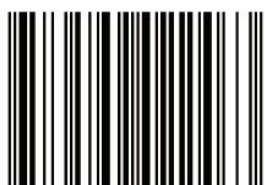
### Coordenação

Roseli Figaro

### Pesquisadores

Janaína Visibeli Barros  
Naiana Rodrigues da Silva  
Camila Acosta Camargo  
Ana Flávia Marques da Silva  
João Augusto Moliani  
Jamir Osvaldo Kinoshita  
Daniela Ferreira de Oliveira  
Fernando Felício Pachi Filho

ISBN: 978-65-990224-6-3



9 786599 022463

2020

## **EDIÇÃO FINAL**

Jamir Osvaldo Kinoshita

## **EDITORAÇÃO ELETRÔNICA/ PROJETO GRÁFICO**

Camila Acosta Camargo

## **CRÉDITOS DE IMAGENS**

Freepik

## **COORDENAÇÃO**

Prof<sup>a</sup> Dra. Roseli Figaro

[Currículo lattes](#) | [Orcid](#)

## **AUTORES**

Roseli Figaro

Janaina Visibeli Barros

Naiana Rodrigues da Silva

Camila Acosta Camargo

Ana Flávia Marques da Silva

João Augusto Moliani

Jamir Osvaldo Kinoshita

Daniela Ferreira de Oliveira

Fernando Felício Pachi Filho

## **EDITORA**

ECA-USP

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.

**Catálogo na Publicação**  
**Serviço de Biblioteca e Documentação**  
**Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo**

R382                      Relatório dos resultados da pesquisa [recurso eletrônico] : como trabalham os comunicadores em tempos de pandemia da Covid-19? / Roseli Figaro (Coord.). – São Paulo: ECA-USP, 2020.  
86 p.

ISBN 978-65-990224-6-3

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

CDD 23.ed. – 302.2  
Elaborado por: Lilian Viana CRB-8/8308

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

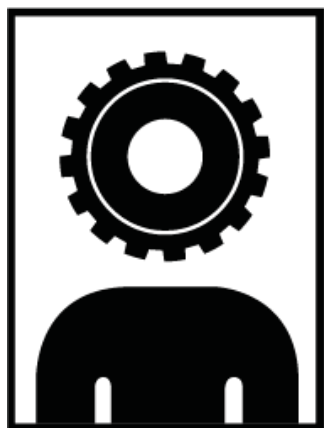
Av. Prof. Lucio Martins Rodrigues, 443, 2º andar, sala 229

Cidade Universitária – São Paulo/SP

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

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

E-mail [comunicacaoetrabalho@gmail.com](mailto:comunicacaoetrabalho@gmail.com)



# 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**

bolsista iniciação científica **Bruno Bernardo Francioni Finco**

Profª Ma. **Camila Acosta Camargo**

Profª Dra. **Claudia Nonato**

Profª Dra. **Claudia Rebechi**

Profª Ma. **Daniela Ferreira de Oliveira**

Prof. Dr. **Fernando Felício Pacchi Filho**

Profª Dra. **Janaína Visibeli Barros**

Prof. Me. **Jamir Osvaldo Kinoshita**

Prof. Dr. **João Augusto Moliani**

bolsista iniciação científica **Leonardo David Dias Cruz**

Profª Me. **Naiana Rodrigues da Silva**

Prof. Dr. **Rafael do Nascimento Grohmann**

Prof. Dr. **Thales Vilela Lelo**

# 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 2020, com apoio das seguintes instituições parceiras, às quais agradecemos:

- .: Associação Brasileira das Agências de Comunicação (Abracom);
- .: Associação Brasileira de Imprensa (ABI);
- .: Associação Brasileira de Jornalismo Investigativo (Abraji);
- .: Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor);
- .: Associação Brasileira de Pesquisadores de Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp);
- .: Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas da 2ª Região (Conrerp 2 - SP/PR);
- .: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom);
- .: Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj);
- .: Sindicato dos Jornalistas Profissionais no Estado de São Paulo;
- .: Sindicato dos Jornalistas no Ceará (Sindijorce);
- .: Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Paraná;
- .: Sindicato dos Jornalistas Profissionais de Minas Gerais;
- .: Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Distrito Federal (SJPDF);
- .: Sindicato dos Jornalistas do Rio Grande do Sul;
- .: Blogs e portais de notícias gerais e especializados, como os portais Imprensa, Jornalistas&Cia e Jornal da USP;
- .: Prefeituras de São Paulo e de Guarulhos (SP).

# SUMÁRIO

---

---

<b>REALIZADORES E APOIADORES</b>	<b>6</b>
<b>APRESENTAÇÃO</b>	<b>9</b>
<b>COMO TRABALHAM OS COMUNICADORES NA PANDEMIA DA COVID-19?</b>	<b>12</b>
<b>OBJETIVOS DA PESQUISA</b>	<b>12</b>
<b>METODOLOGIA</b>	<b>12</b>
<b>RESULTADOS</b>	<b>14</b>
<b>SEÇÃO I – UNIVERSO DE RESPONDENTES</b>	<b>15</b>
ESCOLARIDADE, FORMAÇÃO PROFISSIONAL, PROFISSÃO	16
QUAIS AS PRINCIPAIS ATIVIDADES QUE VOCÊ REALIZA?	19
<b>SEÇÃO II – PERFIL</b>	<b>24</b>
FAIXA ETÁRIA	24
GÊNERO	25
ESTADO CIVIL	26
FILHOS	27
<b>SEÇÃO III – ONDE TRABALHAM E CONDIÇÕES DE TRABALHO</b>	<b>28</b>
ONDE TRABALHAM?	28
SUPORTE TÉCNICO COM O QUAL TRABALHAM	29
AS MUDANÇAS NA ROTINA DO TRABALHO COM A COVID-19	30
HORAS DE TRABALHO DURANTE A PANDEMIA	34
<b>SEÇÃO IV – TRABALHO EM <i>HOME OFFICE</i> E RITMO DE TRABALHO</b>	<b>39</b>
SOBRE O RITMO DE TRABALHO	40
RITMO DE TRABALHO X ONDE SE TRABALHA	43

<b>SEÇÃO V – AS MUDANÇAS NAS ROTINAS DE TRABALHO</b>	<b>56</b>
<b>SEÇÃO VI – A RELEVÂNCIA DO SERVIÇO PRESTADO, OS MEDOS, O QUE FALTA E O FUTURO PARA OS COMUNICADORES</b>	<b>61</b>
VOCÊ CONSIDERA SEU TRABALHO ESSENCIAL? POR QUÊ?	61
O SENTIMENTO DOS COMUNICADORES NO TRABALHO	63
<b>CONSIDERAÇÕES</b>	<b>72</b>
<i>HOME OFFICE</i> E GÊNERO	73
A PROFISSÃO DE JORNALISTA E AS ATIVIDADES JORNALÍSTICAS	74
TRABALHO REMOTO E TRABALHO DIGITAL	75
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>78</b>
<b>ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES</b>	<b>80</b>
<b>SOBRE OS AUTORES</b>	<b>83</b>



# APRESENTAÇÃO

---

---

Esta pesquisa foi motivada pelo fato de já em março de 2020, no início da pandemia da Covid-19 no Brasil, haver notícias sobre as difíceis condições de trabalho vivenciadas pelos comunicadores em todo o país. Com a investigação em andamento, tivemos, no dia 14 de abril, a notícia da morte do jornalista José Augusto do Nascimento Silva<sup>1</sup>, empregado do SBT. Além dele, muitas outras vidas viriam a ser ceifadas pela doença<sup>2</sup>. Fatos lastimáveis como estes exigiam que soubéssemos mais sobre as condições de trabalho daqueles que atuam na área da comunicação.

Os comunicadores 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. São esses os profissionais que buscamos para saber como eles estão trabalhando durante a pandemia da Covid-19.

O afastamento social e o *home office* foram indicados como ações necessárias para diminuir o impacto da infecção pelo novo coronavírus. No entanto, nem todos os profissionais da comunicação podem manter o distanciamento social.

No exercício profissional, o serviço público da informação exige, muitas vezes, a apuração do fato *in loco*. Ou exige a pesquisa para que se produza a informação qualificada sobre o produto e a verificação dos dados para traçar políticas de comunicação para as instituições.

---

<sup>1</sup> A notícia pode ser consultada em: PERLINE, G. Antes de morrer por coronavírus, jornalista do SBT acusou emissora de negligência. **Notícias da TV**. Disponível em: <<https://noticiasdatv.uol.com.br/mobile/noticia/televisao/antes-de-morrer-por-coronavirus-jornalista-do-sbt-acusou-emissora-de-negligencia-35657>>. Acesso em: 15 abr. 2020.

<sup>2</sup> Ver notícias em: PITOMBO, J. P. Jornalista de afiliada da Globo no Maranhão morre. **Folha de S. Paulo**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2020/04/jornalista-de-afiliada-da-globo-no-maranhao-morre-de-covid-19.shtml>>. Acesso em: 22 abr. 2020.; REDAÇÃO G1 RN. Jornalista de 74 anos morre com coronavírus em Mossoró. **G1**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2020/05/02/jornalista-de-74-anos-morre-com-covid-19-em-mossoro.ghtml>>. Acesso em: 2 maio 2020.; G1 RIO. Jesus Chediak morre de Covid-19 no Rio de Janeiro. **G1**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2020/05/08/jesus-chediak-morre-de-covid-19-no-rio-de-janeiro.ghtml>>. Acesso em: 8 maio 2020.

Na divulgação científica, no setor de saúde, seja nos órgãos públicos ou privados, hospitais, Ministério, secretarias estaduais ou municipais ou no apoio institucional, os profissionais da comunicação estão atentos, atuantes, presentes.

### **CRISE NO SETOR DA COMUNICAÇÃO**

Para além da pandemia da Covid-19, os profissionais da comunicação têm enfrentado profundas mudanças no mundo do trabalho. A base sociotécnica dos meios de produção se transformou com os meios digitais e a internet. Esses eventos foram assimilados pelo mercado da comunicação na forma de ampliação da precarização do trabalho, da densificação do ritmo da atividade e do aumento das horas trabalhadas.

Ao contrário do que se imaginou no final do século XX, as maravilhas da comunicação digital e da internet causaram, pela forma da apropriação privada de seus lucros, transtornos para a classe-que-vive-do-trabalho (ANTUNES, 2018), caso dos profissionais da comunicação. Empresas de notícia, agências de comunicação e de publicidade e assessorias de comunicação transformaram-se no tocante à estrutura da planta empresarial e organizacional (FIGARO et al. 2013; 2018) e, com isso, as demissões e os contratos precários aumentaram consideravelmente.

Também a maneira de monetização da informação passou por mudanças. A verba publicitária para a internet tem valorizado as formas de atuação de plataformas como Google, Apple, Facebook, Amazon e Microsoft, entre outras. Isso faz com que as empresas tradicionais de mídia se tornem dependentes da lógica da visibilidade e da circulação configuradas por esses conglomerados de plataformas.

Assim, a pandemia da Covid-19 encontra o setor da comunicação em profunda crise, com um quadro bastante dramático para o mundo do trabalho dos comunicadores: demissões, contratos precários, rebaixamento salarial, densificação do trabalho, todo tipo de estresse, além do quadro de incertezas sobre o futuro.

Nesse cenário de crise pandêmica e de crise pelas transformações no mundo do trabalho, a informação é ainda mais essencial à vida e ao bem-estar das pessoas. Os profissionais da comunicação são destacados para atuar nessa área essencial, prestando serviços na

produção de informações relevantes em todos os âmbitos para que a população possa tomar atitudes em defesa de sua saúde física e mental.

São esses os motivos que nos fizeram propor a pesquisa cujos resultados passamos a apresentar.

**Roseli Figaro**

**Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho**

# COMO TRABALHAM OS COMUNICADORES NA PANDEMIA DA COVID-19?

---

## **OBJETIVOS DA PESQUISA**

A investigação identifica as condições de trabalho dos comunicadores no desempenho de suas funções durante a pandemia da Covid-19. No geral, as perguntas mais relevantes procuram saber em quais condições trabalham os profissionais da comunicação durante a pandemia, como estão se cuidando, quais meios de trabalho utilizam, como se dá a atividade exercida via *home office*, quantas horas trabalham e quais as principais aflições e os desafios para realizar o trabalho no quadro de pandemia.

## **METODOLOGIA**

A pesquisa 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 participar da continuidade dessa investigação.

As perguntas abordaram perfil dos respondentes (nome, idade, estado civil, filhos, local de moradia, escolaridade); dados profissionais (profissão, cargo/função, empresa, vínculo contratual); condições do exercício profissional (tipo de veículo/linguagens do trabalho, equipamentos, principais atividades, carga horária) e condições de trabalho na pandemia (carga horária, providências da empresa, organização da rotina de trabalho, como está se sentindo, principais medos e depoimento).

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. No período em que o questionário esteve aberto ao acesso dos comunicadores, de 5 a 30 de abril de 2020, foram alcançados 557 respondentes.

O primeiro balanço sobre o *status* da pesquisa deu-se no dia 22 de abril – havia 514 respondentes nesse período. Os pesquisadores do CPCT decidiram manter o questionário aberto até 30 de abril, data em que houve a totalização dos dados com 557 respondentes.

Das informações obtidas a partir do formulário da plataforma Google foi feita a transferência dos dados para uma planilha no programa Excel. Essa planilha teve tratamento categorial para padronização da grafia das respostas fechadas. Também foram padronizadas as categorias faixa etária e gênero.

As perguntas abertas tiveram as respostas organizadas em termos de proximidade de campos de sentidos e foram criadas nuvens de palavras das expressões mais usadas pelos comunicadores e, a partir dessas estratégias, foram formuladas categorias que nos permitem fazer afirmações sobre os respondentes.

# RESULTADOS

---

Os resultados foram organizados em quadros, tabelas, gráficos e sentenças analíticas que possibilitam perceber as condições em que trabalham os comunicadores nesse período de pandemia. Em termos gerais, podemos afirmar que a maioria trabalha em *home office* em condições desconfortáveis para a família e utilizando toda a infraestrutura própria em termos de equipamentos, suporte de energia elétrica, conexão com internet, uso de *softwares* e aplicativos necessários para a atividade. O trabalho, para a maioria, se intensificou e a organização da rotina laboral ocupou todo o espaço e o tempo da/na casa. No geral, trabalha-se mais horas, em ritmo mais intenso, em um quadro de incertezas sobre as condições de salário e emprego.

A redução salarial<sup>3</sup> e de horas de trabalho também aparece como uma grande preocupação. No entanto, os comunicadores que trabalham sem vínculo empregatício, em sistema de *freelancer* ou pessoa jurídica, microempreendedor individual (MEI) etc., são os que têm mais incertezas sobre a situação imediata, o amanhã, que bate à porta, e não têm perspectivas de continuidade das atividades e da fonte de recursos. As condições de trabalho, já bastante precárias, são um agravante, mas é a crise da Covid-19 que atormenta os corações dos comunicadores. Elas e eles sofrem, como todos os demais trabalhadores; no entanto, a especificidade de seu trabalho os faz enfrentar o dilema de serem aqueles que trabalham com os discursos de orientações duvidosas e diversionistas que o Estado, empresas e outras instituições disseminam. Elas e eles nem sempre têm condições de optar por ações de comunicação esclarecedoras.

---

<sup>3</sup> Após a coleta de dados, publicaram-se diversas notícias sobre a redução salarial na área da comunicação. Seguem algumas delas: Grupo RBS demite 31 jornalistas da tevê, rádio e jornais. **Jornal Já**. Disponível em: <<http://www.jornalja.com.br/geral/grupo-rbs-demite-31-jornalistas-da-teve-radio-e-jornais/>>. Acesso em: 24 abr. 2020.; PADIGLIONE, C. Novas demissões são esperadas na Globo, Record, SBT, RedeTV! e Band nesta semana. **Folha de S. Paulo**. Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/cristina-padiglione/2020/04/novas-demissoes-sao-esperadas-na-globo-record-sbt-redetv-e-band-nesta-semana.shtml>>. Acesso em: 26 abr. 2020.; RICCO, F. Band vai cortar salários dos apresentadores, repórteres e diretores. **UOL**. Disponível em: <<https://tvefamosos.uol.com.br/colunas/flavio-ricco/2020/04/20/band-vai-cortar-salarios-dos-apresentadores-reporteres-e-diretores.htm>>. Acesso em: 20 abr. 2020.



O sofrimento ético (LELO, 2019) é notável quando esses profissionais manifestam suas preocupações com o esgotamento do sistema de saúde, com a necessidade do afastamento social, com a morte, com o contágio que podem provocar a seus familiares. Também faz parte desse sofrimento a adaptação às novas rotinas produtivas, às formas de reinventar o trabalho, mantendo a qualidade da informação oferecida aos cidadãos. Nas seções seguintes, apresentamos os dados e as análises das respostas dos 557 respondentes desta pesquisa.

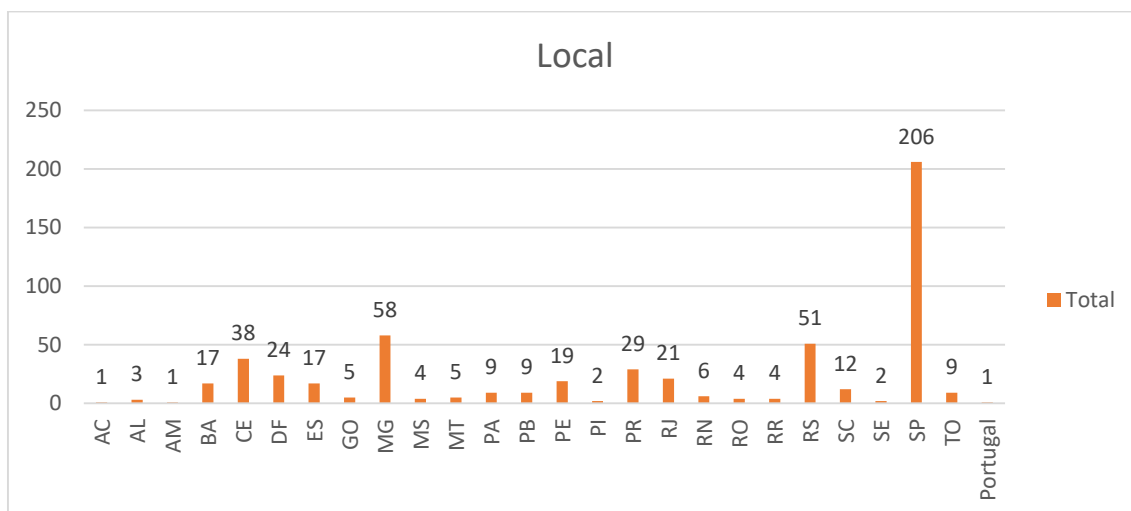
## SEÇÃO I – UNIVERSO DE RESPONDENTES

Total = 557 respondentes – respostas voluntárias  
**Abrangência = 24 Estados + DF + Portugal**

O questionário alcançou o total de 557 respondentes no período de 5 a 30 de abril de 2020. Conforme o GRÁFICO 1, pode-se verificar a abrangência dos participantes. São Paulo obteve 206 participantes, coerente com a maior concentração desse perfil profissional no país, bem como com a tradição de pesquisas do CPCT-ECA-USP. Minas Gerais, com 58 respondentes; Rio Grande do Sul, com 51; Ceará, com 38; e Paraná, com 29 participantes da pesquisa, revelam também a extensão das atividades de pesquisa do CPCT bem como a presença profissional dos comunicadores.

O Estado do Rio de Janeiro, com 21 respondentes, tem número expressivo de trabalhadores da comunicação, embora não tenhamos obtido maior participação. Em Portugal, tivemos um respondente. É importante destacar que a pesquisa não tem finalidade de representação de amostra quantitativa e estatística, pois trata-se de um estudo qualitativo, não-probabilístico, cujo objetivo é identificar, de maneira exploratória, os elementos que compõem o quadro de enfrentamento que os profissionais têm articulado para se manterem em atividade de trabalho durante a pandemia da Covid-19.

GRÁFICO 1 - LOCAL

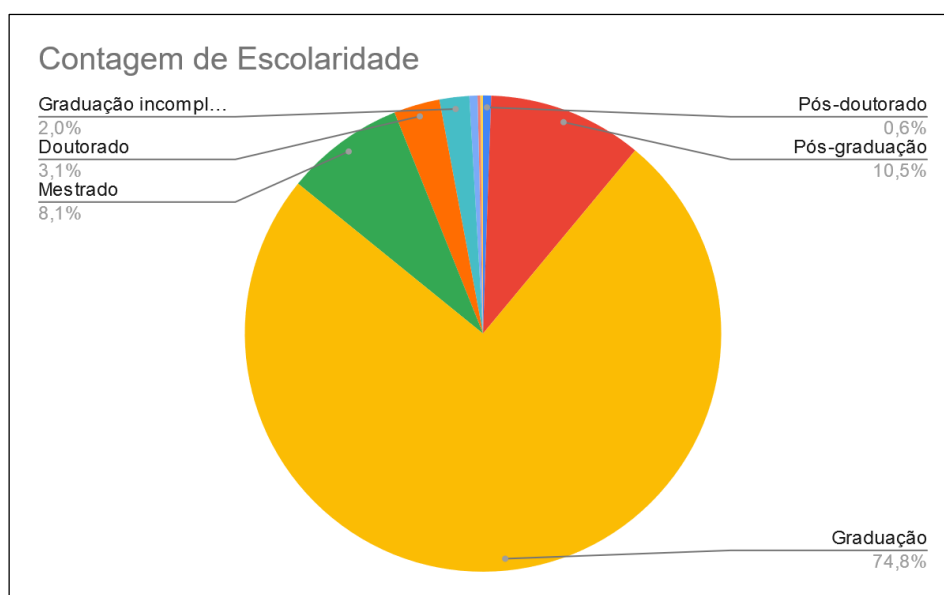


Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

### ESCOLARIDADE, FORMAÇÃO PROFISSIONAL, PROFISSÃO

O questionário buscou conhecer o perfil dos respondentes em relação à escolaridade, formação profissional e profissão. A maioria absoluta dos respondentes tem graduação completa. Apenas um número inexpressivo (2%) declarou ter ensino médio ou formação superior incompleta. Entre esses estão os estudantes que, no momento, cursam a graduação e fazem estágio. Conforme mostra o GRÁFICO 2, há formação pós-graduada *stricto sensu* – mestrado e doutorado – entre mais de 20% dos respondentes.

GRÁFICO 2 - ESCOLARIDADE



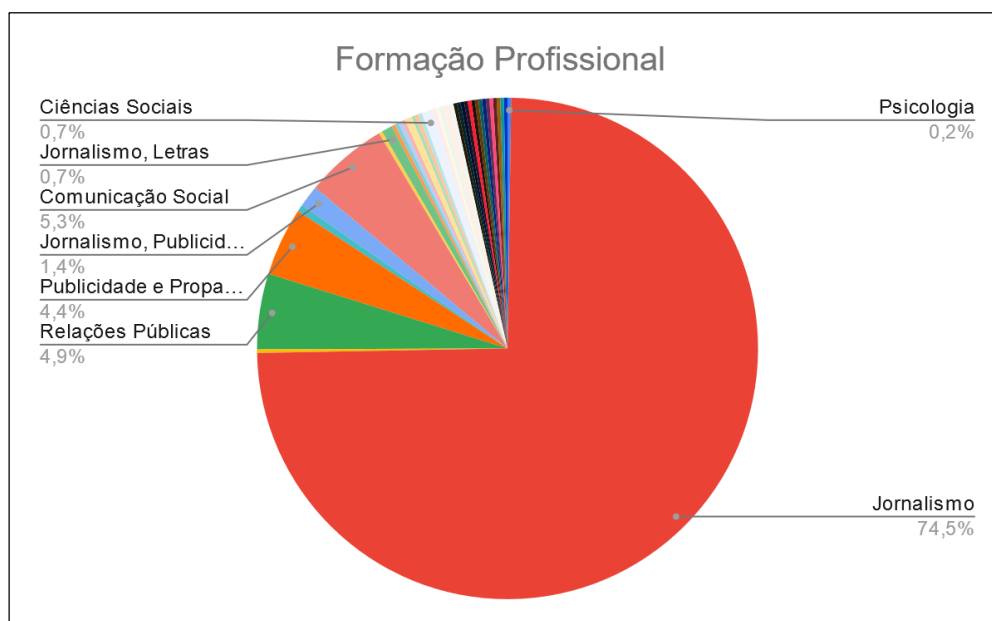
Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?



A formação profissional, para 74,5% dos respondentes, conforme mostra o GRÁFICO 3, deu-se em cursos de bacharelado em Jornalismo (Comunicação Social – Jornalismo). Os demais também se formaram na área de comunicação em Relações Públicas, Radialismo ou Publicidade e Propaganda. Há respondentes com duas graduações: Jornalismo e História e Jornalismo e Letras são cursos declarados. Há declaração de formados em outras áreas: Psicologia, Geografia, Direito, Administração, Engenharia e Marketing. Em seus percursos profissionais, buscaram especializações, pós-graduação para adentrarem na área da comunicação. Os pós-graduados, com mestrado e doutorado e mesmo pós-doutorado, dedicam-se à vida universitária ao ensino e à pesquisa.

É relevante comentar que a formação graduada na área de comunicação teve em diversas universidades a entrada como curso em Comunicação Social, cujo bacharelado era em Jornalismo, Relações Públicas ou Publicidade e Propaganda. Esse formato de oferecimento do curso de graduação tem deixado de existir na perspectiva de curso básico<sup>4</sup> e suas ênfases, tornando-se muito mais uma nomenclatura.

GRÁFICO 3 – FORMAÇÃO PROFISSIONAL



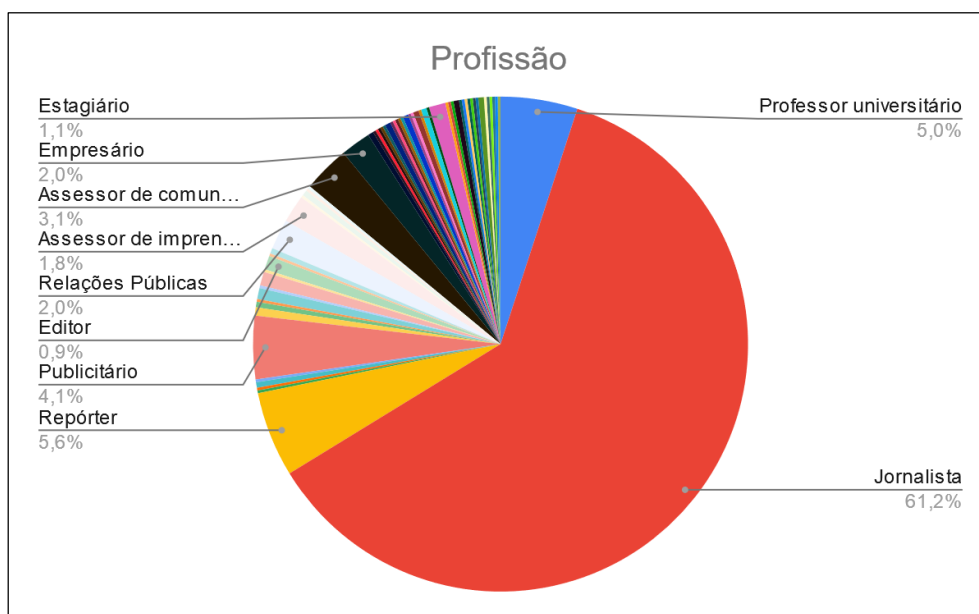
Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

<sup>4</sup> No caso do Jornalismo, desde 2016 a entrada é direta para o curso em Jornalismo. A diretriz curricular entrou em vigor em 27 de setembro de 2013 e deu dois anos para adaptação. Sendo assim, desde 2016 todos os cursos já tiveram entrada como curso de Jornalismo. O mesmo está em processo para Relações Públicas e para Publicidade e Propaganda.

Sobre a profissão, o GRÁFICO 4 mostra que 61,2% dos respondentes da pesquisa afirmam trabalhar como jornalistas. Esse dado, sobretudo quando se verificam as informações sobre formação acadêmica, mostra a amplitude de papéis profissionais que esses respondentes desempenham a partir da sua formação. Há um número expressivo de comunicadores publicitários, relações públicas e professores (5%). Estes últimos vêm de uma formação em comunicação e são profissionais do ensino e da pesquisa na área da comunicação, seja na graduação ou na pós-graduação.

É interessante destacar que 5,6% dos respondentes afirmaram ser repórteres e há mesmo aqueles que se declaram empresário ou disseram ter mais de uma profissão, como é o caso de jornalistas e professores, jornalista e pesquisador, jornalista e servidor público. Há entre os respondentes também aqueles que se declararam assessores de comunicação ou assessores de imprensa. Essa multiplicidade de profissões declaradas será mais bem compreendida ao verificarmos como esses respondentes nomeiam a atividade que atualmente desenvolvem.

GRÁFICO 4 – PROFISSÃO



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

## QUAIS AS PRINCIPAIS ATIVIDADES QUE VOCÊ REALIZA?

Quando os respondentes declaram as atividades que desempenham na atualidade, vê-se a multiplicidade de funções e responsabilidades e como elas vão muito além do quadro tradicional descritivo para a formação em comunicação, seja em Jornalismo, Publicidade e Propaganda ou Relações Públicas. Podemos identificar como funções tradicionais da área as seguintes declaradas pelos participantes:

QUADRO 1 – PROFISSÃO, CARGO E ATIVIDADE (1)

<b>Profissão</b>	<b>Cargo atual</b>	<b>Atividade que desenvolve</b>
Professor universitário	Professor	Docência, pesquisa, orientação, extensão
Jornalista	Editor	Produção e edição de notícias
Repórter	Repórter	Produção de texto para impresso e site
Jornalista	Redator	Redação de textos para blog
Repórter fotográfico	Fotojornalista	Reportagens diversas
Jornalista	Repórter	Reportagem
Jornalista	Jornalista	Elaboração de <i>releases</i> , fotografia e vídeo de operações, contato com repórteres

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Nessas declarações já se apresentam a prática da escrita para a internet, sites e blogs, o que configura a escrita hipertextual, com múltiplas linguagens e multiplataforma. Também há o jornalista que se declara como tal e produz *releases*, fotos, vídeos e faz contato com repórteres. Essas são típicas funções de assessoria de comunicação ou assessoria de imprensa. Eles também trabalham com uma escrita multiplataforma, linguagens diversas (escrita, audiovisual, fotográfica) e o gerenciamento de contatos para que o discurso produzido alcance os canais da grande mídia.

Essa tipologia de declaração repete-se em grande parte dos respondentes, ora aprofundando as atividades identificadas como de assessoria de comunicação – marcas, clientes, políticos – ora intensificando o perfil jornalístico da reportagem, da cobertura *in loco*, sobretudo dos profissionais de televisão. Pode-se dizer que o perfil mais estabilizado de atividades se dá entre os professores, muito embora as nomenclaturas “ensino”, “pesquisa” e “extensão” acobertem uma gama de funções que vão do didático-pedagógico ao editor de revistas científicas, do gestor institucional ao prospector de

novas áreas e recursos e ao acompanhamento do desenvolvimento profissional de estagiários, entre outras.

A profissão de publicitário é uma das que mais se alterou no período recente com a internet 2.0 e as redes sociais. Uma nova gama de linguagens e de *mediums* surgiram, diversificando as possibilidades de atuação de empresas, produtos e instituições. Além disso, a globalização levou ao desaparecimento do modelo de negócio das antigas agências de publicidade (CASAQUI et al., 2011), tornando-as braços de grandes conglomerados internacionais da área.

Com o advento da publicidade programática, ou seja, aquela vinculada aos perfis dos internautas em sites e redes sociais captadas pelo Google, Facebook etc., as receitas e o modelo do negócio da publicidade também se transformaram profundamente, mais ainda os perfis desses profissionais. No entanto, não é esse aqui o tema de nossa discussão. Passemos no QUADRO 2 à declaração da profissão, cargo e atividade desempenhada por alguns dos publicitários que responderam à pesquisa. Podemos dizer que a tendência das respostas se mantém no conjunto conforme mostra o QUADRO 2.

QUADRO 2 – PROFISSÃO, CARGO E ATIVIDADE (2)

Profissão	Cargo atual	Atividade que desenvolve
Publicitário	Diretor de criação	Supervisão e coordenação dos projetos da criação, interlocução com clientes, gerenciamento da equipe de criação, contratações e seleção de profissionais.
Publicitário	Analista	Análise de performance, veiculação e compra de mídias digitais.
Publicitário	Redator	Criação de textos publicitários.
Publicitário	Atendimento	Capto o <i>briefing</i> do cliente e internalizo as demandas, acompanhando o trabalho do início ao fim. É responsabilidade do atendimento garantir o sucesso do cliente e da agência, bem como ter todas as informações sobre a conta, incluindo rentabilidade.
Publicitário	Atendimento	Contato com cliente e criação de <i>briefings</i> .
Publicitário	Gerente	Gerencio equipe de finalização e finalizo produtos gráficos.
Publicitário	Gerente	Estudo de rentabilidade dos clientes, distribuição da pauta e estudo da produtividade da equipe.
Publicitário	Analista	Análises de cenário e desenvolvimento de estratégias de comunicação.

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Uma pequena amostra das declarações sobre profissão, cargo e atividade dos profissionais de Relações Públicas que participaram da pesquisa também revela uma profissão cujo leque de atividades se mantém mais estabilizado. Apesar das novas mídias e do digital, os profissionais atuam em atendimento, gerenciamento de contas, comunicação organizacional, assessoria a eventos, planejamento institucional entre outras atividades. O marketing digital apareceu como novidade nos anos 2000.

QUADRO 3 – PROFISSÃO, CARGO E ATIVIDADE (3)

Profissão	Cargo atual	Atividade que desenvolve
Relações Públicas	Atendimento	Atendimento a clientes da agência.
Relações Públicas	Diretor	Consultoria de comunicação.
Relações Públicas	Gerente	Gerência do departamento com X pessoas nas frentes de comunicação corporativa, interna e digital, projetos sociais, relações com imprensa, marketing e eventos.
Relações Públicas	Relações Públicas	Gestão da comunicação organizacional.
Relações Públicas	Relações Públicas	Gestão de site institucional e mídias sociais <i>online</i> ; produção de comunicação visual; atendimento a necessidades de comunicação interna; assessoria de imprensa; gestão de projetos de comunicação.
Relações Públicas	Analista de marketing digital	Planejamento, redação, criação de conteúdo para canais digitais.
Relações Públicas	Relações Públicas	Assessoria e eventos.
Relações Públicas	Head de marketing digital	Estratégia e planejamento digital.
Relações Públicas	Responsável pela comunicação do portal	Gerenciamento da comunicação interna e externa, planejamento e execução das estratégias de comunicação e mídias, ministrar aulas sobre o assunto.

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Por outro lado, a profissão de jornalista, além das transformações no mundo do trabalho que já discutimos em inúmeras pesquisas e publicações (FIGARO; GROHMANN; NONATO, 2013; LIMA, 2015), tem peculiaridades que precisam ser mais bem estudadas. As declarações no QUADRO 4 mostram profissionais nomeando-se jornalistas e exercendo cargos cujas atividades estão distantes daquelas tradicionais pensadas e teorizadas como jornalismo.

Esses profissionais executam tarefas de marketing, assessoria de comunicação, administração, mas continuam se identificando com a profissão de jornalista. Há até mesmo profissionais de outras áreas do conhecimento, como no exemplo do QUADRO 4, um antropólogo, que se identifica como profissional da Antropologia, mas que tem a função de produtor de conteúdo e descreve sua atividade cotidiana da seguinte forma: “Criar pauta, escrever roteiros, escrever reportagens, criar material para site e textos para descrição de vídeos, agendar entrevistas com convidados, dirigir a gravação das entrevistas, criar roteiro de edição e supervisionar a edição de vídeos e gerenciar as ações de marketing em redes sociais.” Como se lê, essa descrição é típica de uma função jornalística.

Certamente, as habilidades e competências pessoais no âmbito do desenvolvimento da formação superior, bem como da experiência, carregam as histórias profissionais para deslocamentos nem sempre planejados. Também as circunstâncias das mudanças no parâmetro dos meios de produção na área da comunicação e a profunda crise do setor ajudam a explicar esses deslizamentos entre formação, profissão e exercício profissional.

No entanto, chama atenção que são os jornalistas aqueles que, segundo nossas pesquisas, mais têm transitado para funções cujo resultado não é jornalismo. A tese de doutorado de João Augusto Moliani (2020) faz estudo minucioso sobre as atividades de trabalho dos assessores de imprensa/comunicação. Aqui apenas apontamos esses temas, que merecem aprofundamento em oportunidade mais adequada.

QUADRO 4 – PROFISSÃO, CARGO E ATIVIDADE (4)

Profissão	Cargo atual	Atividade que desenvolve
Jornalista	Gerente	Coordenação e gestão de recursos humanos e técnicos, além do fechamento e apresentação de uma revista eletrônica.
Jornalista	Professor	Planejamento e execução de aulas.
Jornalista	Consultor	Desenvolvo e implemento estratégias de comunicação, ações de marketing, dou treinamento e faço a gestão das mídias sociais.
Jornalista	Analista de marketing	Produção de ações, trabalho em dia de jogos, licenciamento, produção de conteúdo, captação de patrocinadores e parceiros...
Jornalista	Consultor	Desenvolvo e implemento estratégias de comunicação, ações de marketing, dou treinamento e faço a gestão das mídias sociais.
Jornalista	Analista de Marketing	Produção de conteúdo e estratégias de gestão de marketing e comunicação.
Jornalista	Coordenador de projetos	Atendimento direto ao cliente e coordenação da equipe criativa para produção dos projetos.
Jornalista	Gerente, analista institucional	Gero conteúdo especializado e matriz <i>stakeholders</i> aos clientes da agência.
Jornalista	Assistente de conteúdo	Planejamento de campanhas de comunicação e ações de incentivo para comunicação interna; criação de conteúdos para canais/veículos internos dos clientes e peças para campanhas específicas.
Jornalista	Professor	Ensino
Jornalista	Assistente de conteúdo	Produção de matérias e pautas, execução de SEO e pesquisa de conteúdo sobre finanças pessoais e produtos bancários.
Jornalista	Fundador (empresa)	Prospecção de cliente e produção de conteúdo para pequenas e médias empresas e organizações da sociedade civil na área de sustentabilidade e saúde.
Jornalista	Captadora de doadores de sangue	Atendimento ao público, realização de palestras de sensibilização e orientação e organização de campanhas de doação de sangue.
Jornalista	Diretor de comunicação	Estratégia e gestão.
Jornalista	Diretor de atendimento	Atendimento ao cliente, coordenação de equipe, roteiros de vídeo, edição de publicações.
Jornalista	Gerente	Gestão do número de WhatsApp; envio de <i>newsletters</i> ; definição de estratégias de conteúdo; gestão do programa para apoiadores (assinatura); desenvolvimento de projetos especiais.
Jornalista	Professor	Aulas, supervisão de produção experimental de alunos.
Jornalista	Diretor presidente	Gerencio a empresa, assegurando as condições de trabalho para a equipe.
Jornalista	Chefe de divisão técnica	Assessoria técnica de gestão de projetos, pessoas e negócios na área da saúde.
Antropólogo	Produtor de conteúdo	Criar pauta, escrever roteiros, escrever reportagens, criar material para site e textos para descrição de vídeos, agendar entrevistas com convidados, dirigir a gravação das entrevistas, criar roteiro de edição e supervisionar a edição de vídeos e gerenciar as ações de marketing em redes sociais.

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?



## SEÇÃO II – PERFIL

Nesta seção apresentamos os dados relativos ao perfil do trabalhador da comunicação respondente da pesquisa. Dos 557 participantes, como vimos na seção anterior, a maioria são jornalistas. Aqui teremos mais dados sobre faixa etária, gênero, estado civil e composição familiar, como presença de filhos ou não.

### FAIXA ETÁRIA

A TABELA 1 mostra que quase a metade dos respondentes estão na faixa etária de 30 a 39 anos. Temos apenas um respondente com 19 anos, estagiário e estudante de Jornalismo. Na faixa de 20 a 29 anos, o número de respondentes também é grande, 120. Ou seja, dos 19 aos 39 anos temos mais de 60% dos respondentes. Chama atenção, no entanto, que diferentemente de outras pesquisas que já realizamos, os respondentes das faixas de 50 a 69 anos – 101 participantes – mostraram-se bastante engajados em responder sobre seu trabalho.

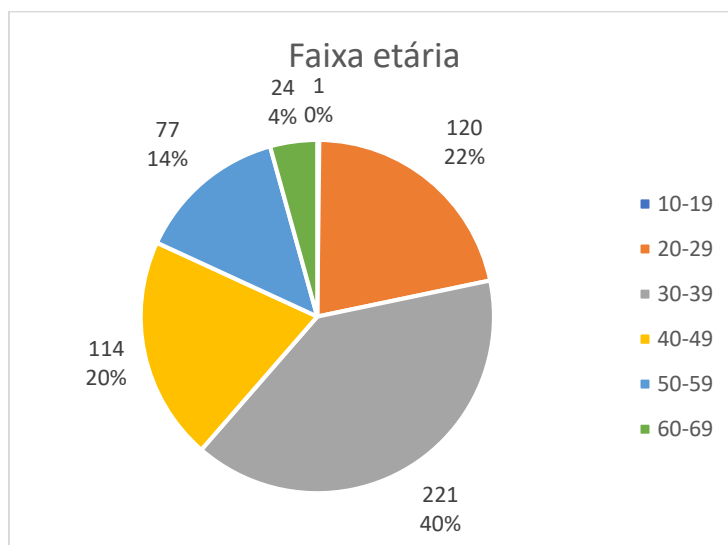
TABELA 1 - FAIXA ETÁRIA

Faixa etária	Contagem
<b>10-19</b>	1
<b>20-29</b>	120
<b>30-39</b>	221
<b>40-49</b>	114
<b>50-59</b>	77
<b>60-69</b>	24
<b>Total Geral</b>	<b>557</b>

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?



GRÁFICO 5 – FAIXA ETÁRIA

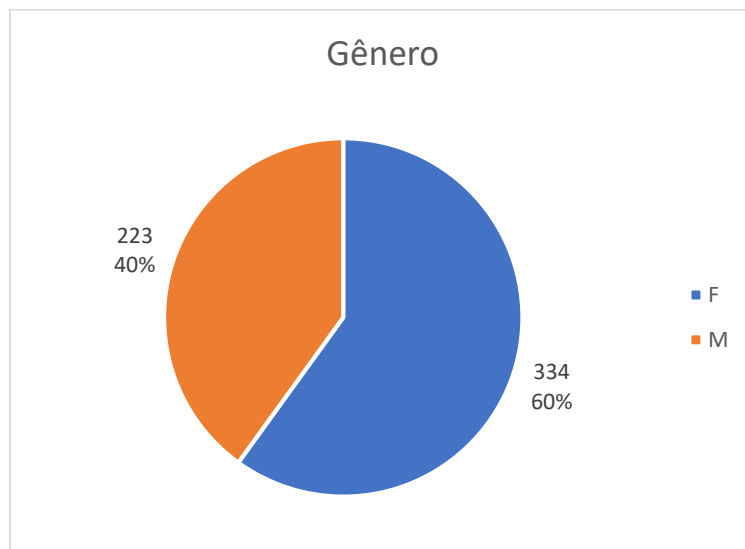


Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

## GÊNERO

Entre os respondentes, identificamos 334 nomes femininos e 223 nomes masculinos. Dado que se mostra coerente com a identidade de gênero que os profissionais da área da comunicação vêm apresentando nas pesquisas desde a primeira década dos anos 2000. A feminização da profissão tem sido estudada por diferentes abordagens, sobretudo aquelas que problematizam as questões do assédio e da violência sexual no trabalho, a diferença salarial entre os sexos, as jornadas estendidas com as tarefas da casa e com os filhos. Este último aspecto, as duplas e triplas jornadas, entre as mulheres comunicadoras também aparece nos relatos dos respondentes desta pesquisa e será discutido mais adiante.

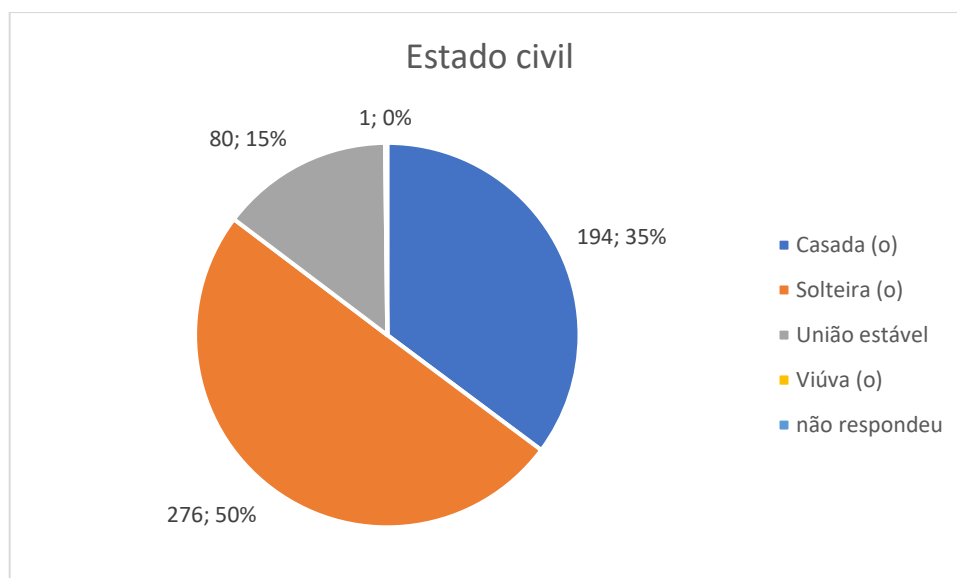
GRÁFICO 6 – GÊNERO



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

## ESTADO CIVIL

GRÁFICO 7 – ESTADO CIVIL



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores na pandemia da Covid-19?

A maioria dos respondentes se declara solteiro em relação ao estado civil. No entanto, quando agregamos os dados dos declarantes casados e dos que mantêm união estável, observamos que os números se equiparam, como mostra o GRÁFICO 7.

## FILHOS

GRÁFICO 8 – FILHOS



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

O GRÁFICO 8 mostra que 44% dos respondentes têm filhos. Dado importante quando se avaliam as condições de trabalho, vínculos empregatícios e níveis salariais<sup>5</sup> das categorias da área da comunicação. A questão da organização da família com filhos demanda custos maiores e tempo para acompanhar a formação e educação das crianças. Os profissionais da área da comunicação, sobretudo jornalistas e publicitários, têm longas jornadas de trabalho, bem como rotinas bastante estressantes, que precisam ser consideradas ainda mais em situação de afastamento social. Há vários relatos de mães e de pais que estão encontrando maior dificuldade nas atividades em *home office* devido à necessidade de ocuparem-se também com os afazeres vinculados às crianças.

---

<sup>5</sup> Nossa pesquisa não perguntou sobre nível salarial dos respondentes, mas vale destacar os pisos salariais das categorias. No caso dos jornalistas, a Fenaj disponibiliza os valores em: <https://fenaj.org.br/sindicatos/convencoes-e-acordos-coletivos/pisos-salariais-atuais/>. A indicação da média salarial dos relações públicas no Brasil pode ser obtida em: <https://www.salario.com.br/profissao/relacoes-publicas-a-cbo-142325/>. Em relação aos publicitários, o site do Sindicato dos Publicitários do Estado de São Paulo traz os valores em: <http://www.sindicatopublicitariosp.com.br/web/pisos-salariais/>.

### SEÇÃO III – ONDE TRABALHAM E CONDIÇÕES DE TRABALHO

#### ONDE TRABALHAM?

TABELA 2 – ONDE TRABALHAM?

<b>LOCAL DE TRABALHO</b>	<b>556</b>
<b>Agência de comunicação, marketing e publicidade</b>	85
<b>Assessoria de comunicação</b>	114
<b>Empresa privada</b>	16
<b>Organizações não governamentais</b>	23
<b>Serviço público</b>	16
<b>Mídia tradicional + serviço público</b>	1
<b>Mídia tradicional</b>	167
<b>Mídia alternativa/independente/comunitária/sindical</b>	55
<b>Instituição de ensino, pesquisa e extensão</b>	69
<b>Editora</b>	2
<b>Autônomo</b>	8

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

O questionário da pesquisa aborda o respondente sobre onde trabalha, o nome da empresa, jornada de trabalho, ritmo e intensidade do trabalho, providências tomadas em relação à pandemia entre outras questões a serem aqui tratadas. No tocante ao local de trabalho, pode-se identificar 11 categorias de respostas, conforme ilustra e informa a TABELA 2.

Entre os respondentes do questionário, 167 declararam trabalhar em mídia tradicional; seguidos por 114 que declararam trabalhar em assessoria de comunicação. Três outras declarações de respondentes em relação ao local de trabalho mostram números expressivos: 85 trabalham em agência de comunicação, marketing e publicidade; 69 trabalham em instituições de ensino, pesquisa e extensão; e 55 trabalham em mídia alternativa/independente/comunitária/sindical. Desse modo, a abrangência de perfis de

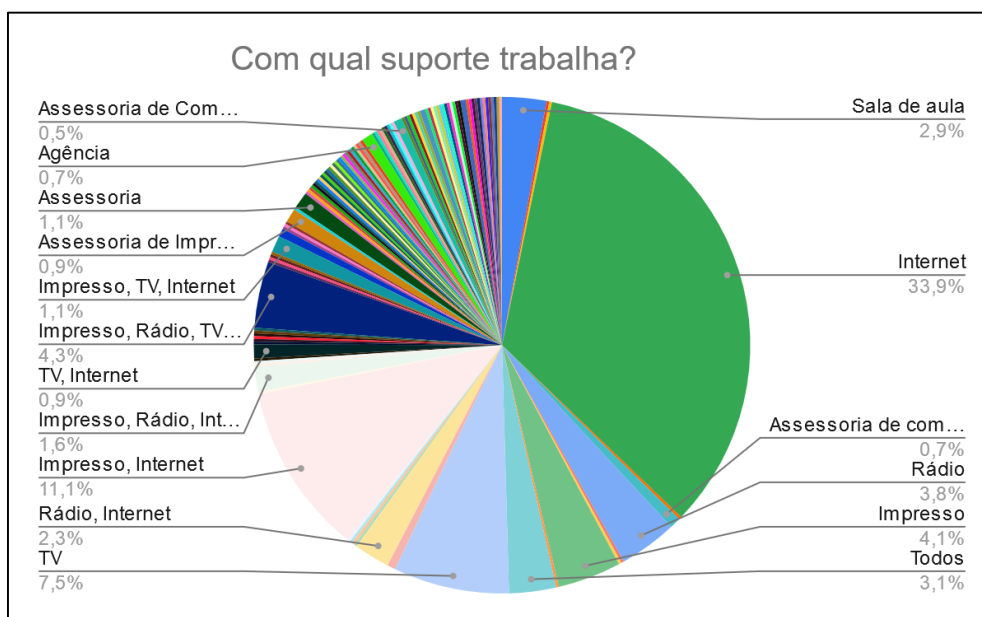
organizações e de atividades é bastante satisfatória para dar ideia da realidade de onde trabalham os comunicadores. Um respondente não identificou o local de trabalho.

#### SUORTE TÉCNICO COM O QUAL TRABALHAM

Vimos a diversidade de funções exercidas pelos comunicadores conforme mostram os Quadros de 1 a 4; também o QUADRO 5 demonstra as categorias de instituições a que estão vinculados os comunicadores. Neste item é importante destacar os suportes técnicos ou as ambiências com as quais trabalham os comunicadores. Há uma miríade de declarações pelo tipo de associação que fazem os profissionais ao utilizarem suportes do impresso, do áudio, do vídeo, da internet e suas combinações possíveis, mas aqui foram destacadas as mais numerosas e a internet é a ambiência em que 33,9% dos respondentes declaram trabalhar.

Essa ambiência comporta inúmeras linguagens e combina veículos como sites, grupos de WhatsApp, Facebook, Twitter, Instagram, dentre outros. A combinação de impresso e internet corresponde a 11% das respostas; em televisão trabalham 7,5% dos respondentes. Há respondentes que trabalham com rádio (3,8%); há os que trabalham somente com impresso (4,1%); impresso, rádio e TV, 4,3% dos respondentes; rádio e internet são 2,3%. O leque de combinações é variado e chama atenção os respondentes professores que declaram a ambiência de sala de aula (2,9%) como o suporte para seu trabalho, conforme mostra o GRÁFICO 9.

GRÁFICO 9 – COM QUAL SUPORTE TRABALHA?



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

### AS MUDANÇAS NA ROTINA DO TRABALHO COM A COVID-19

Selecionamos aleatoriamente alguns enunciados declarados para a questão “O que mudou em sua rotina de trabalho com a Covid-19?”. Há respostas como a da redatora de um blog: “Na prática, nada. Já fazia *home office*.” E a de uma repórter: “Passei a fazer *home office* por ter um filho pequeno.” No QUADRO 5, destacamos alguns desses enunciados.

QUADRO 5 – MUDANÇAS NA ROTINA DE TRABALHO

Função	Mudanças na rotina de trabalho
<b>PROFESSOR</b>	Após uma semana de aulas suspensas e treinamento intensivo <i>online</i> , retomamos as aulas e outras atividades acadêmicas por meio da plataforma Zoom. Estamos aos poucos aprendendo a realizar as muitas adaptações necessárias para o ensino remoto.
<b>SUBEDITOR</b>	Agora trabalho em casa, o que dificulta a concentração com filho em casa, além do estresse maior e ansiedade por estar o tempo todo lendo, ouvindo e acompanhando informação sobre a Covid19.
<b>REPÓRTER</b>	Passamos a trabalhar de casa, isso porque nos juntamos e exigimos do dono do jornal que fizéssemos em <i>home office</i> , uma vez que havia risco de contágio muito grande por causa da aglomeração na redação e ao fato de muitos de nós virem de transporte público.
<b>REPÓRTER</b>	Impedimento à apuração em campo.

<b>AUXILIAR DE ASSESSORIA</b>	Migramos as atividades para o modelo <i>home office</i> . Sigo fazendo as mesmas atividades, mas em casa, falando com a equipe e as fontes através do telefone e chamadas de vídeo.
<b>REPÓRTER</b>	Entramos num esquema de plantão, onde só precisamos ir presencialmente na redação uma vez na semana. Apenas um repórter trabalha na rua por vez. Um pela manhã/tarde e outro pela tarde/noite. O restante trabalha de casa, num ritmo bem corrido de <i>home office</i> .
<b>REPÓRTER</b>	Estou fazendo <i>home office</i> desde que voltei das minhas férias (há uma semana, aproximadamente). Desde então o trabalho é totalmente <i>online</i> . Produzo e fecho reportagens da minha casa e mando os materiais gravados para os técnicos da rádio colocarem no ar. A comunicação com a equipe é feita por mensagens de WhatsApp ou e-mails.
<b>EDITOR CHEFE</b>	Tive muitos colegas demitidos e agora há uma sobrecarga de trabalho.
<b>PRODUTOR</b>	Revezamento em <i>home office</i> é cuidados de higiene dentro da redação.
<b>PRODUTOR DE CONTEÚDO</b>	Meu fluxo de trabalho inicialmente aumentou pela demanda dos meus clientes na área de saúde, a partir da terceira semana o fluxo diminuiu, além de começar a receber contatos de que não sabiam se teriam como me pagar no próximo mês.
<b>RELAÇÕES PÚBLICAS</b>	Estamos trabalhando 24 horas (em revezamento) para cobrir a pandemia, a estratégia do portal é analisar e discutir os artigos científicos que saem sobre o assunto, trazendo suporte científico a jornalistas e comunicadores, além de materiais de fácil entendimento para ser direcionado à sociedade.
<b>REPÓRTER</b>	As reportagens passaram a ser feitas de casa. Apenas produtores e alguns âncoras continuam se deslocando até a sede da emissora. Entrevistamos as fontes por telefone e usamos sonoras feitas a partir de áudios de WhatsApp. Vamos para a rua apenas em casos excepcionais e sempre com motorista.
<b>RADIALISTA</b>	Apenas na questão sanitária já que temos álcool em gel no estúdio para higienização das mãos e o álcool isopropílico para limpar os <i>hardwares</i> . Claro que durante o programa eu falo sempre sobre a pandemia de uma forma mais leve, mas alertando sobre os perigos do coronavírus.
<b>PUBLICITÁRIO/ HEAD DE OPERAÇÕES</b>	Gerir equipes <i>home office</i> é um desafio, ainda mais em tempos de crise. Os clientes mudam a cada segundo os planos sobre como e o que vão comunicar, as demandas são muitas com prazos exíguos. Não raro ficamos parados a manhã toda esperando um direcionamento para os trabalhos, que só vem à tarde. O resultado são longas jornadas de trabalho e uma equipe esgotada e tensa.
<b>RELAÇÕES PÚBLICAS</b>	Adotamos sistema de rodízio no trabalho e trabalho remoto nos dias não-presenciais. Reforçamos higienização e passamos a fazer uso das máscaras de proteção.



**ATENDIMENTO PUBLICITÁRIO** O meu trabalho, em relação à função, continua o mesmo. O que mudou foram que as relações se tornaram digitais, tanto com o cliente, quanto com a equipe da agência. O maior impacto que senti foi o de trabalhar em casa junto com filho.

**CEO/ PUBLICITÁRIO** Foi bem complicado organizar um time com mais de 150 pessoas em casa. Tivemos que criar processos de *status* todos os dias pela manhã e em alguns dias no final do expediente, para entender se tudo foi entregue como combinado e quais demandas teremos para o próximo dia. Achei que seria mais complicado, mas como 100% das pessoas da agência trabalham com o *notebook*, foi mais fácil implementar o VPN e fazer tudo à distância. Apenas algumas pessoas da criação que possuem um Mac "grande", enviamos por uma empresa de segurança, para que tudo funcionasse em perfeito estado.

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Entre as inúmeras contribuições dos respondentes, existem relatos sobre o novo momento de reorientação das ações, aprendizado de novas ferramentas e métodos, como o caso do professor que afirma: "Após uma semana de aulas suspensas e treinamento intensivo *online*, retomamos as aulas e outras atividades acadêmicas por meio da plataforma Zoom. Estamos aos poucos aprendendo a realizar as muitas adaptações necessárias para o ensino remoto." Para além dos aprendizados, existem mudanças efetivas nas formas de gerenciamento de equipes, agora mediadas por ferramentas como o WhatsApp e por sistemas de segurança de conexão e produção como o Virtual Private Network (VPN).

Também a reportagem passa a ser reinventada à distância, sem meios de apuração presencial, os recursos que estão disponíveis passam pela internet e, assim, o repórter afirma: "Impedimento à apuração em campo." E há mesmo todo um exercício para manter pelo menos o mínimo de atividades presenciais, com todos os cuidados necessários, conforme relata outro repórter: "Entramos num esquema de plantão, onde só precisamos ir presencialmente na redação uma vez na semana. Apenas um repórter trabalha na rua por vez. Um pela manhã/tarde e outro pela tarde/noite. O restante trabalha de casa, num ritmo bem corrido de *home office*."

Mais este repórter conta sua experiência: "Estou fazendo *home office* desde que voltei das minhas férias (há uma semana, aproximadamente). Desde então o trabalho é



totalmente *online*. Produzo e fecho reportagens da minha casa e mando os materiais gravados para os técnicos da rádio colocarem no ar. A comunicação com a equipe é feita por mensagens de WhatsApp ou e-mails.” Os enunciados desses profissionais atuam no sentido da produção de um discurso que enfatiza a necessidade de adaptação às novas condições frente à Covid-19, e eles e elas não medem esforços para manter seu trabalho em dia, aperfeiçoando o uso de ferramentas já usadas, mas agora imprescindíveis para o trabalho.

A atividade industriosa (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007) de todo o ser humano demanda o uso integral de si desde o planejamento de como se faz até o momento mesmo do fazer, do ato a realizar. Isso se denomina gestão de si no trabalho, e para esse exercício também é necessária a gestão do outro, dos tempos, das entregas, dos envios do material produzido. Há um reinventar-se no trabalho, daí certo desconforto, cansaço e o sentido do estresse.

Para além da gestão das equipes de trabalho que necessitam readequar o ritmo, o relacionamento, há também que se realizar a gestão do ambiente e dos entes familiares. São muitos os enunciados que marcam a mudança da rotina também pela gestão dos filhos: “Agora trabalho em casa, o que dificulta a concentração com filho em casa, além do estresse maior e ansiedade por estar o tempo todo lendo, ouvindo e acompanhando informação sobre a Covid-19.” Aqui o enunciador é subeditor de um veículo e, embora tenha sido deslocado para o *home office*, parece que o estresse aumentou devido às implicações óbvias da pandemia, mas, sobretudo, porque o espaço da casa é o espaço da família, e a presença do filho interfere na concentração necessária para o trabalho. Não é o filho que atrapalha, é o trabalho que está fora de lugar.

Também o publicitário, na função de atendimento, relata sua rotina destacando a presença do filho: “O meu trabalho, em relação à função, continua o mesmo. O que mudou foram que as relações se tornaram digitais, tanto com o cliente, quanto com a equipe da agência. O maior impacto que senti foi o de trabalhar em casa junto com filho.” O impacto de trabalhar em casa junto com o filho quer nos dizer algumas coisas, que talvez possamos inferir: impacta porque a criança requer a atenção dos pais; impacta porque trabalhar em casa precisa de espaço adequado, considerando e preservando o

espaço da criança e do companheiro; impacta porque o trabalho em casa pode descarrilar o tempo, fazendo-nos atrelados ao trabalho e desfocados de outras atividades fundamentais para o convívio em um lar. A vigilância e a disciplina para delimitar tempo de trabalho e tempo da família é um aprendizado que passa a ser fundamental nesse período. O estresse do convívio sem respeito ao tempo e ao espaço de cada um provoca desentendimentos, sofrimentos e pode gerar violência.

Há ainda enunciados que informam sobre a necessidade de reivindicar o direito ao afastamento social; e para os que precisam estar no local de trabalho, há necessidade de produtos de higiene e de proteção pessoal. Por outro lado, há empresas que garantiram o *home office* com equipamentos da empresa, para que *softwares* e sistemas de comunicação e controle pudessem permitir maior “normalidade” de condições para a produção.

Esses poucos enunciados selecionados entre os 557 respondentes da pesquisa revelam o esforço dos profissionais para manterem-se em atividade, para entregarem seu trabalho da melhor maneira possível, sobretudo porque o produto com o qual trabalham é a informação, material de muito valor quando tem qualidade, em momentos de crise e de risco à saúde pessoal e coletiva, como nesse caso de pandemia.

#### HORAS DE TRABALHO DURANTE A PANDEMIA

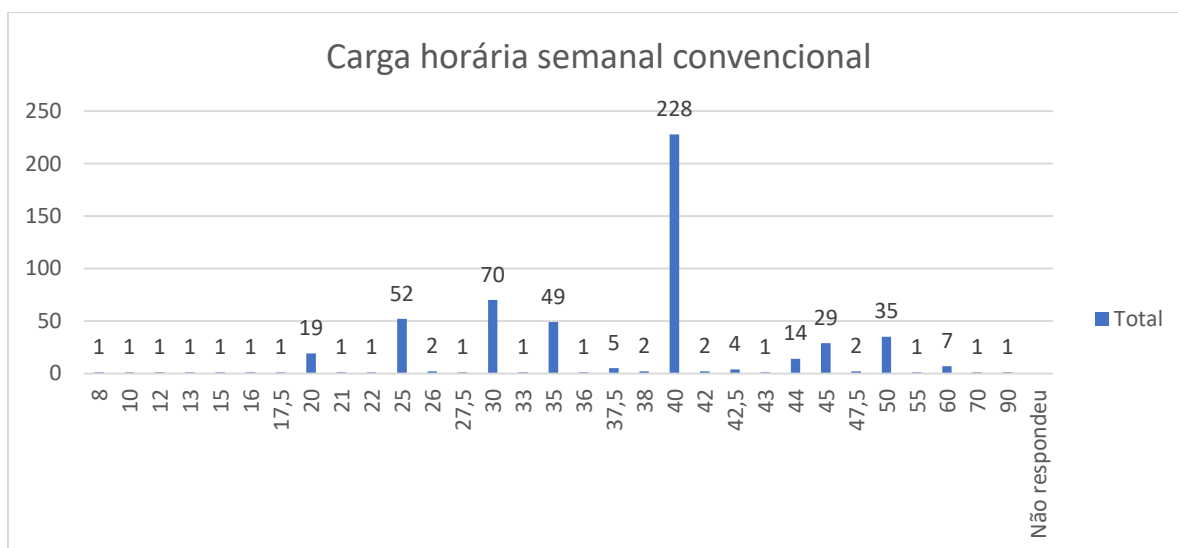
Solicitamos aos respondentes declararem sobre a jornada semanal de trabalho que praticam normalmente (GRÁFICO 10) e também a declararem se a jornada de trabalho foi alterada (GRÁFICO 11) durante esse período de pandemia. As respostas surpreendem ao indicarem o número elevado de horas semanais trabalhadas em tempos normais. Dado que merece um estudo à parte com o cruzamento dos dados sobre salário e vínculo empregatício.

Nosso levantamento, nesse caso, não permite aprofundamentos, mas denota a constatação de que o volume de horas merece estudo específico. Ao compararmos os dados daqueles que tiveram jornadas ampliadas durante a pandemia e aqueles que tiveram jornadas reduzidas (GRÁFICO 12 e GRÁFICO 13) verifica-se que o aumento do

número de horas está entre duas e quatro horas diárias, dado absolutamente representativo da alteração da jornada de trabalho e que, certamente, contribui para o aumento da produtividade.

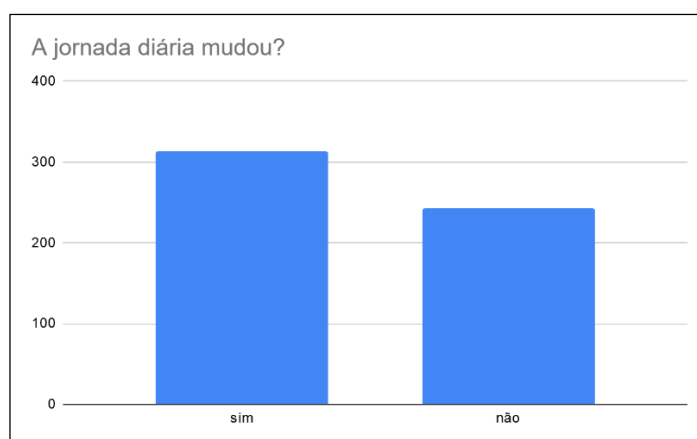
O acréscimo de tarefas a serem feitas e renormalizadas (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007) e a ampliação da carga horária, devido a novos procedimentos de gestão de si e de outros no trabalho etc., aumentam a densificação do trabalho e o estresse. Mas há também aqueles que tiveram a carga de trabalho reduzida ou mesmo cortada (caso das reduções de oito horas). A redução da jornada mostrada no GRÁFICO 13 aponta que a diminuição se deu de uma a quatro horas diárias. Esse corte de horas também implica redução salarial e ou de ganhos advindos de prestação de serviços.

GRÁFICO 10 – CARGA HORÁRIA SEMANAL CONVENCIONAL



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 11 – CARGA HORÁRIA ALTERADA DURANTE A PANDEMIA



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

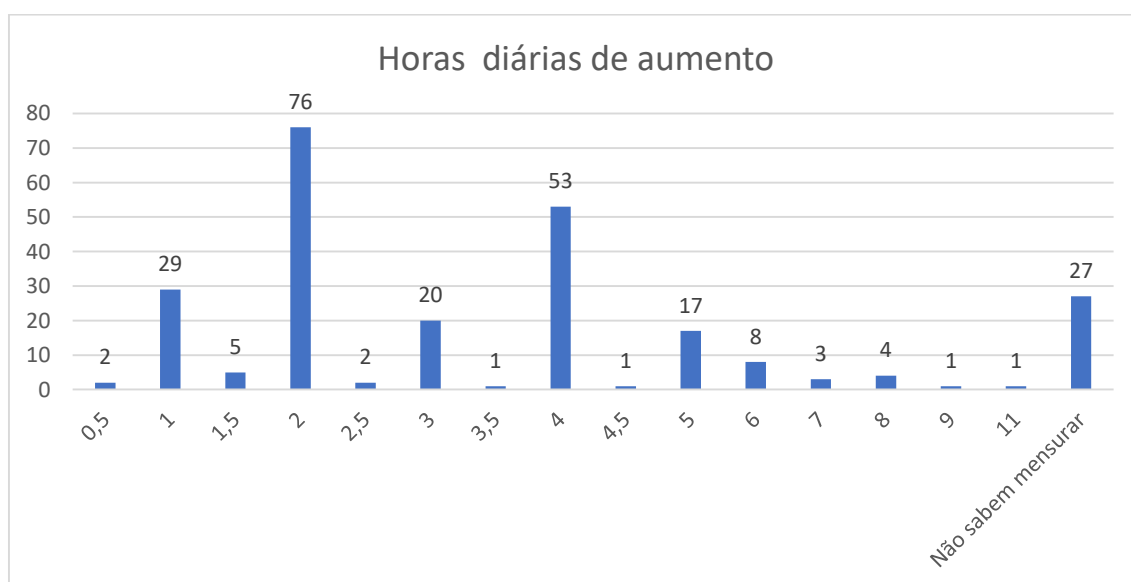
Conforme mostram as TABELA 3 e TABELA 4 e os GRÁFICO 12 e GRÁFICO 13, entre os respondentes, 307 tiveram jornadas de trabalho alteradas durante a pandemia. Destes, 250 tiveram acréscimo de horas em suas jornadas convencionais e 57 tiveram redução. Observando-se os dados de cada respondente, podemos detalhar os dados em que 27 pessoas reconhecem que a carga horária aumentou, mas não conseguem mensurar o aumento; 114 pessoas tiveram suas jornadas aumentadas de meia hora a duas horas e meia; 100 pessoas tiveram suas jornadas aumentadas de três a seis horas, somando 40%; e nove pessoas tiveram suas jornadas aumentadas de sete a 11 horas, somando 3,6%.

TABELA 3 - TEMPO DE AUMENTO DA JORNADA DIÁRIA

Horas diárias de aumento	Contagem de respondentes
0,5	2
1	29
1,5	5
2	76
2,5	2
3	20
3,5	1
4	53
4,5	1
5	17
6	8
7	3
8	4
9	1
11	1
<b>Não sabem mensurar</b>	<b>27</b>
<b>Total Geral</b>	<b>250</b>

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 12 – AUMENTO DA JORNADA DE TRABALHO DIÁRIA



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Dentre os comunicadores cujas jornadas de trabalho sofreram mudanças durante a pandemia, 57 pessoas tiveram redução da carga horária (TABELA 4 e GRÁFICO 13), somando 10% da amostra dos comunicadores que tiveram suas jornadas de trabalho alteradas; 50

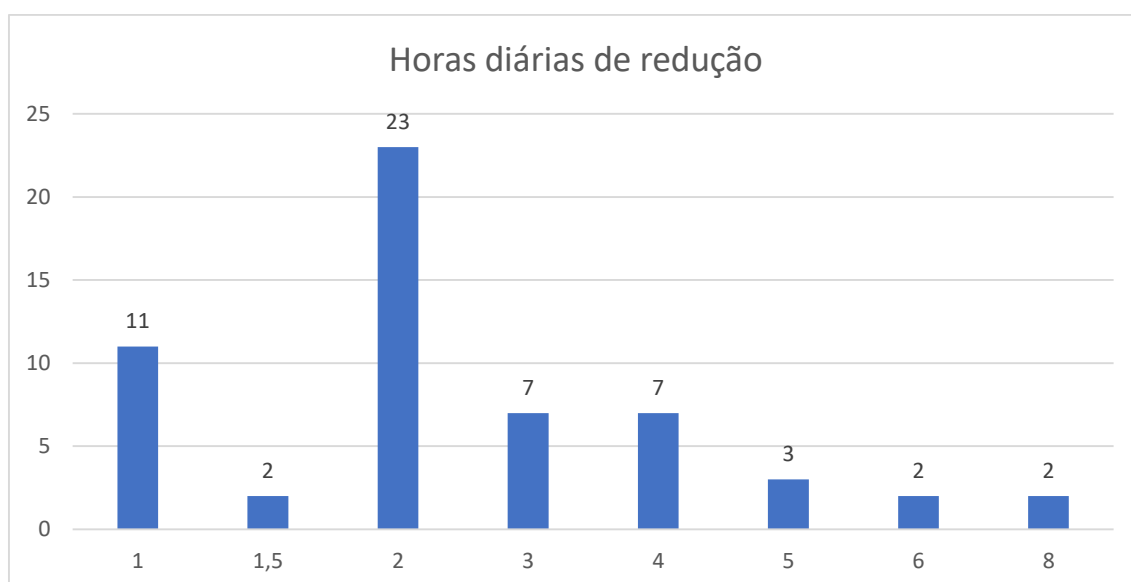
peçoas tiveram uma redução de carga horária de um a quatro horas, somando 88% dos comunicadores que tiveram suas cargas horárias de trabalho reduzidas; sete pessoas tiveram uma redução de carga horária de cinco a oito horas, somando 12,3% dos comunicadores que tiveram suas cargas horárias de trabalho reduzidas.

TABELA 4 - TEMPO DE REDUÇÃO DA JORNADA DIÁRIA

Horas diárias de redução	Contagem de respondentes
1	11
1,5	2
2	23
3	7
4	7
5	3
6	2
8	2
<b>Total Geral</b>	<b>57</b>

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 13 – REDUÇÃO DA JORNADA DE TRABALHO DIÁRIA



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

A situação de pandemia da Covid-19 mexeu com a vida dos comunicadores, com a vida no trabalho e com a vida da família para além dos cuidados com a prevenção com o afastamento social. Houve, para a maioria absoluta, mudanças na jornada de trabalho,

compondo aumento de horas de atividade e, para um número menor, redução da jornada. Essas alterações incidem nas rotinas diárias do trabalhador e de sua família, exigem a reorganização da vida coletiva e implicam, muitas vezes, em intensificação do trabalho e em maior estresse e preocupações.

Para aqueles cuja jornada de trabalho em termos de horas não foi afetada, as declarações assumem diferentes espectros: desde aqueles que estão habituados ao *home office* mas agora têm de enfrentar o distanciamento social com a presença da família em casa e com a dificuldade de encontrar e/ou visitar clientes, até aqueles que estão pela primeira vez em *home office* e para cumprir a jornada de trabalho, fazendo as entregas dentro dos prazos e com qualidade, têm de reorganizar suas rotinas, refazer a gestão de si e das equipes envolvidas.

Há, em todos os casos, mudança e aumento das atividades a serem reorganizadas e geridas tanto na perspectiva do ciclo de atividades quanto na perspectiva das relações de comunicação a serem renormalizadas. Outro aspecto que precisa ser verificado e passamos a discuti-lo é o que diz respeito ao ritmo de trabalho.

#### **SEÇÃO IV – TRABALHO EM *HOME OFFICE* E RITMO DE TRABALHO**

O contexto de pandemia da Covid-19 certamente acelerou a transição que alguns setores já ensaiavam de transmutar o local de trabalho para a residência do trabalhador. A situação de emergência em prol da saúde coletiva passou a justificar, desse modo, a forma improvisada com que muitos tivemos que assumir o trabalho em casa. O imprevisto é de toda ordem: equipamentos inadequados, falta de *softwares*, falta de apoio técnico, falta de acesso a banco de dados (imagens, som, documentos), falta de uma rotina organizada que se precisa inventar, inadequação de móveis e local não ergonômicos, lugar/espço/ambiente inadequado porque sobreposto à ambiência que pertence ao espaço privado da casa, do lar.

O isolamento social também retira do trabalho algo fundamental que é a coletividade. A gestão do trabalho, o conhecimento, os processos, mesmo que não identificados como tal, são sempre geridos e necessitam do coletivo de trabalho. O aluno, a secretária, a

fonte, o chefe, o colega de um setor ou de outro fazem parte do que Schwartz e Durrive (2007) denominam de Entidades Relativamente Pertinentes (ERP). Essas entidades, por vezes, parecem invisíveis; no entanto, garantem a sociabilidade e a realização do trabalho. Os manuais, os descritivos, o como fazer são normas antecedentes que no ambiente de trabalho são renormalizados no calor da atividade de trabalho, no seio do mundo do trabalho.

Mudar o trabalho do local de trabalho para o local de moradia não é um simples deslocamento físico, geográfico. Existem aí implicações no fazer que alteram rotinas (mesmo que todo o tempo renormalizadas no coletivo), que exigem uma reconstrução do mundo do trabalho, agora alargado para a casa, o lugar privado do trabalhador. Reconstituir a rotina e refazer as dimensões desse mundo do trabalho colocam para os que estão em atividade uma série de novos dilemas. Como reconstruir as relações com as Entidades Relativamente Pertinentes? Quais procedimentos permanecem válidos para a execução da atividade ou quais devem ser reorganizados? Como gerir a si próprio em termos das relações com o trabalho e com a casa? Como reconstruir a gestão de si em relação ao outro no trabalho em casa?

Essas são algumas questões que merecem um estudo aprofundado a partir da observação das situações de trabalho em casa. Aqui nos restringiremos a alguns apontamentos que os dados nos demandam.

#### SOBRE O RITMO DE TRABALHO

Quando perguntados sobre o ritmo de trabalho no contexto do isolamento social devido à pandemia, 70% dos respondentes afirma que o ritmo está um pouco mais pesado ou muito mais pesado. Os demais respondentes, conforme mostra a TABELA 5, informam que não mudou nada; um pouco mais tranquilo; muito mais tranquilo. As respostas estão diretamente vinculadas ao tipo de atividade que cada qual desempenha, à experiência anterior com o *home office* e mesmo à condição do microempresário individual e do freelancer que já atuavam em casa. O GRÁFICO 14 mostra a distribuição do ritmo de trabalho em *home office*.

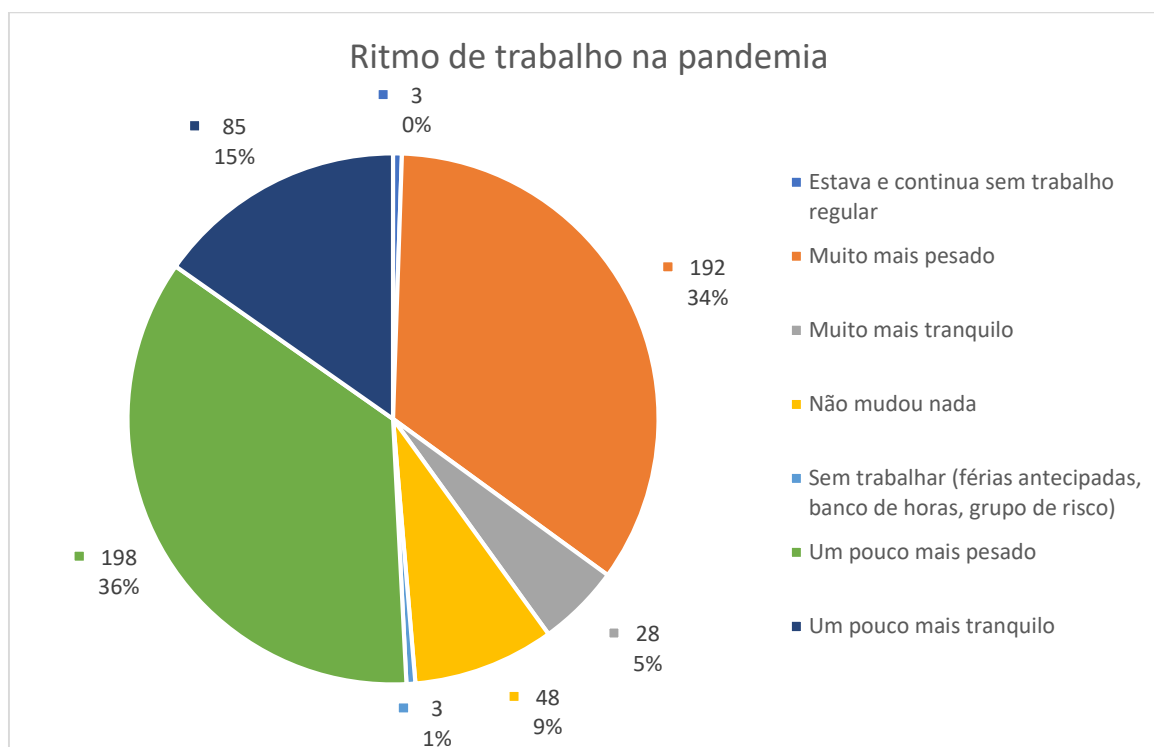


TABELA 5 - COMO VOCÊ ESTÁ SE SENTINDO EM RELAÇÃO AO RITMO DE TRABALHO COMPARATIVAMENTE EM RELAÇÃO AO PERÍODO ANTES DA PANDEMIA?

Ritmo de trabalho na pandemia	Contagem de respondentes
<b>Estava e continua sem trabalho regular</b>	3
<b>Muito mais pesado</b>	192
<b>Muito mais tranquilo</b>	28
<b>Não mudou nada</b>	48
<b>Sem trabalhar (férias antecipadas, banco de horas, grupo de risco)</b>	3
<b>Um pouco mais pesado</b>	198
<b>Um pouco mais tranquilo</b>	85
<b>Total Geral</b>	<b>557</b>

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 14 – RITMO DE TRABALHO NA PANDEMIA



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

A temática da reconfiguração de tempo e do ritmo de trabalho com o *home office* incide em todas as atividades, porém é percebido de maneiras diferentes a depender da função e da responsabilidade que se tem no desempenho do trabalho.

Para os repórteres de televisão, a jornada mista, ou seja, parte em casa parte na redação ou na rua, além do agravante e do estresse da exposição, comporta a dubiedade de situações e das ausências de equipamentos, colegas, infraestrutura para a produção. A TABELA 6 mostra as diferenças da percepção do ritmo de trabalho em jornada mista, jornada no local de trabalho, jornada em *home office*. Em todas as situações, a marca do aumento do ritmo de trabalho durante a pandemia está declarada.

TABELA 6 - TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO

<b>Trabalho <i>home office</i> X ritmo de trabalho</b>	<b>Contagem</b>
<b>Jornada mista (parte <i>home office</i> e parte na empresa ou em cobertura externa)</b>	<b>61</b>
Muito mais pesado	17
Muito mais tranquilo	2
Não mudou nada	9
Um pouco mais pesado	23
Um pouco mais tranquilo	9
(vazio)	1
<b>Não</b>	<b>47</b>
Muito mais pesado	18
Não mudou nada	5
Um pouco mais pesado	10
Um pouco mais tranquilo	9
(vazio)	5
<b>Sim</b>	<b>449</b>
Muito mais pesado	156
Muito mais tranquilo	26
Não mudou nada	34
Um pouco mais pesado	165
Um pouco mais tranquilo	67
(vazio)	1
<b>Total Geral</b>	<b>557</b>

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Entre os participantes da pesquisa é possível comprovar a quase totalidade da adesão ao trabalho remoto, seja de forma parcial ou integral. Para 80% dos respondentes (449), o *home office* é a realidade do trabalho durante a pandemia. Entretanto, para esses comunicadores, trabalhar em casa não significa trabalhar menos, pois 71,5% dos respondentes (321) percebem um aumento na carga de trabalho, sendo que 156 apontam que o trabalho está “um pouco mais pesado” e 165 que está “muito mais pesado”.

No mesmo sentido, entre os profissionais que estão realizando jornada mista (61), 65,5% dos respondentes (40) sinalizam um aumento na carga de trabalho. Desses, 23 afirmaram que o trabalho está “um pouco mais pesado” e 17 que está “muito mais pesado”.

Por fim, entre os comunicadores que não estão trabalhando em *home office* ou jornada mista (47), 60% dos respondentes (28) percebem um aumento na carga de trabalho. Desses, 10 responderam que o trabalho está “um pouco mais pesado” e 18 apontaram que o trabalho está “muito mais pesado” no período da pandemia. Neste grupo, três dos respondentes apontam que estão sem trabalhar e dois já estavam sem emprego antes da pandemia.

#### RITMO DE TRABALHO X ONDE SE TRABALHA

Quando se verifica onde o comunicador trabalha e se observa a declaração sobre o ritmo de trabalho, os dados surpreendem porque continuam mostrando que houve intensificação no ritmo de trabalho. Na TABELA 7, temos a declaração daqueles que estão em *home office* e trabalham em agências de comunicação, marketing e publicidade e, dos 85 respondentes, 46 afirmam que o ritmo está mais pesado ou muito mais pesado. Nas assessorias de comunicação o ritmo também se intensificou, conforme mostra a TABELA 8.

Dos 107 respondentes que trabalham em assessoria de comunicação, 82 declaram que o trabalho se intensificou.

TABELA 7 - TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO EM AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E PUBLICIDADE

<b>Agência de comunicação, marketing e publicidade</b>	<b>78</b>
Muito mais pesado	20
Muito mais tranquilo	7
Não mudou nada	4
Um pouco mais pesado	26
Um pouco mais tranquilo	21

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

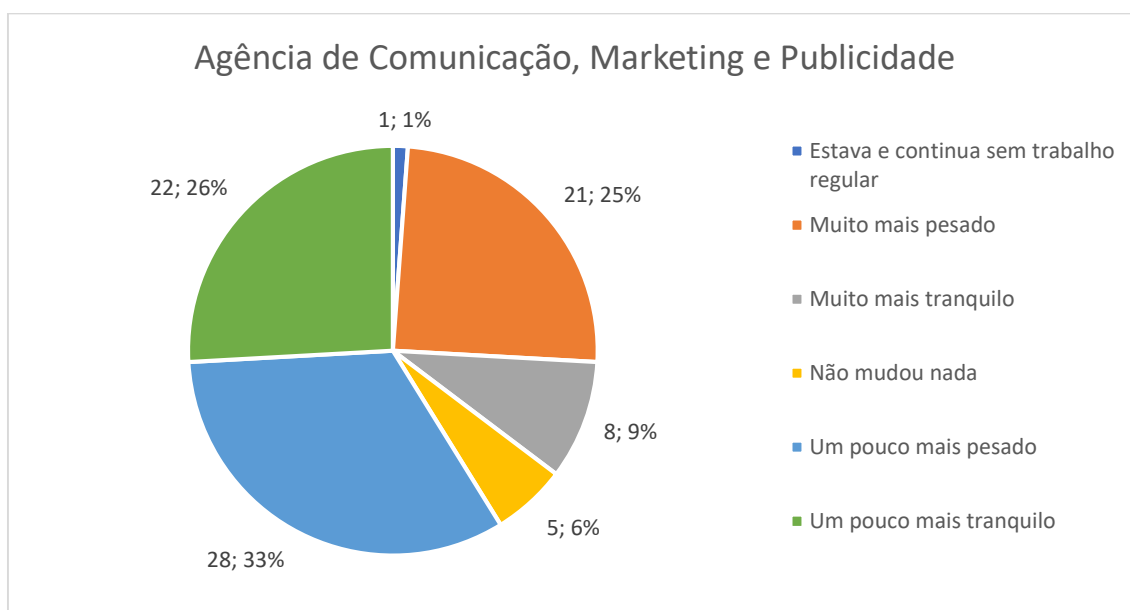
TABELA 8 - TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO EM ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Assessoria de comunicação	107
Muito mais pesado	46
Muito mais tranquilo	4
Não mudou nada	4
Um pouco mais pesado	36
Um pouco mais tranquilo	17

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

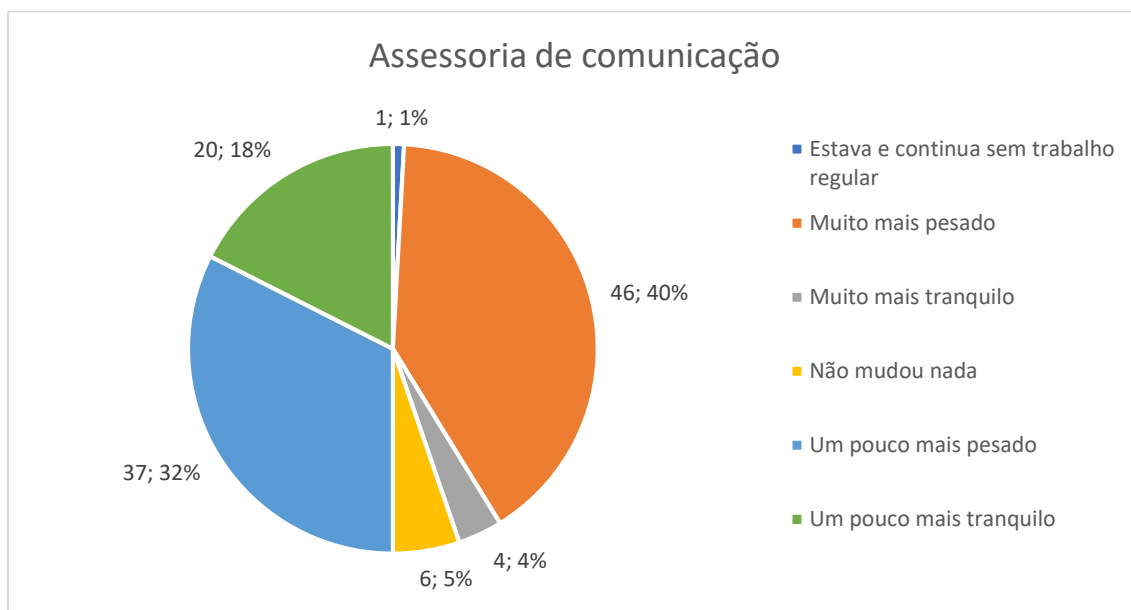
Os GRÁFICO 15 e GRÁFICO 16 ilustram a intensificação do ritmo de trabalho na situação de pandemia no setor das agências de comunicação, marketing e publicidade e das assessorias de comunicação. À primeira vista, o leitor leigo poderia inferir que esse tipo de atividade estaria mais tranquila e sem o estresse cotidiano; no entanto, não é isso que os profissionais revelam.

GRÁFICO 15 – RITMO DE TRABALHO EM AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E PUBLICIDADE



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 16 – RITMO DE TRABALHO EM ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

TABELA 9 - TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO EM MÍDIA ALTERNATIVA/INDEPENDENTE/COMUNITÁRIA/SINDICAL

Mídia alternativa/independente/comunitária/sindical	55
Muito mais pesado	20
Muito mais tranquilo	4
Não mudou nada	5
Um pouco mais pesado	20
Um pouco mais tranquilo	6

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

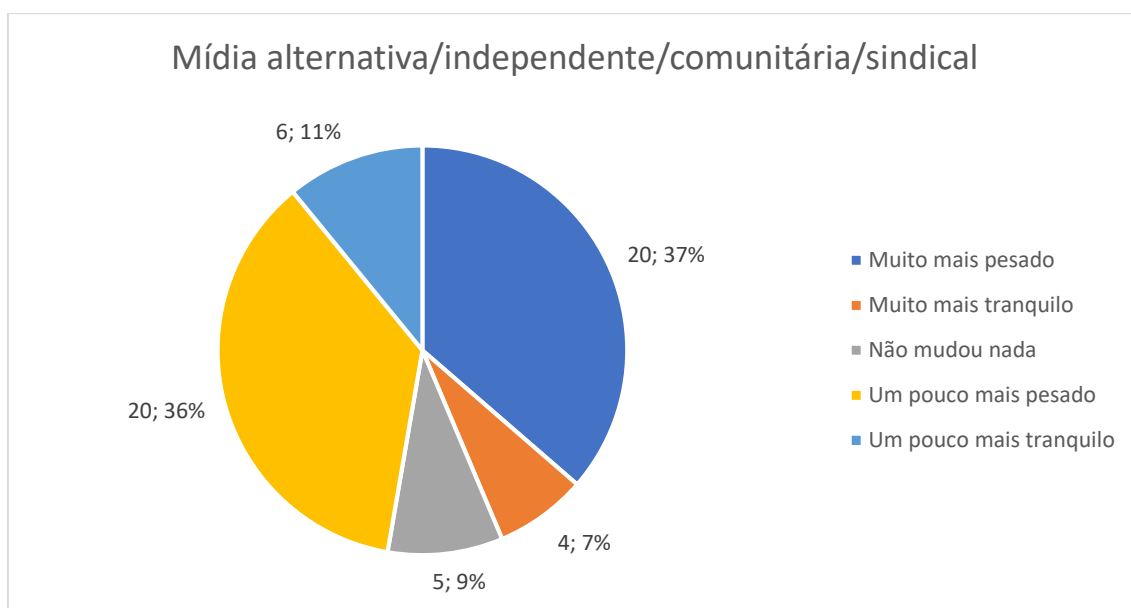
Os comunicadores que se dedicam à mídia alternativa/ independente/ comunitária/ sindical, conforme mostra a TABELA 9, também declaram majoritariamente que tiveram seu ritmo de trabalho intensificado. Compreende-se essa declaração quando se observa o tipo de atividade que esses comunicadores realizam: produção e distribuição de informação com finalidade não comercial. O primeiro eixo motivador da existência dessa mídia é o seu compromisso com uma comunidade, uma instância de cidadania iminente e intrínseca ao seu modo de existência. Por exemplo, a mídia sindical deve estar com atribuições maiores devido às condições de saúde e trabalho de seus públicos a serem vigiadas, defendidas e preservadas, inclusive esclarecendo os trabalhadores, papel que o governo federal se absteve de desempenhar.

A mídia comunitária segue o mesmo padrão, temos visto o empenho de muitos na produção de conteúdos de apoio a coleta de cestas básicas, denúncias sobre a falta de assistência médica para as comunidades. Da mesma forma há intensificação do ritmo de trabalho para os comunicadores da mídia alternativa/independente porque eles assumem como suas as atividades de informar o que não está sendo informado pela mídia tradicional, sobretudo no que diz respeito a outros pontos de vista, outras vezes que precisam aparecer na cena discursiva.

Elas e eles têm a missão de informar a uma população que não tem como assumir as prescrições de ficar em casa porque as moradias são precárias; de atender a prescrição de usar álcool gel e lavar as mãos muitas vezes ao dia porque não têm água encanada e não têm recursos para produtos de higiene na quantidade necessária. São milhões de brasileiros que vivem à margem do mínimo civilizatório e carecem, sobretudo, de informação concreta que lhes possa orientar.

Todos(as) têm complexificadas as condições de trabalho devido ao distanciamento social e à crise pandêmica porque, na maioria das vezes, são mais carentes em relação a equipamentos, infraestrutura, condições de sustentação e infraestrutura no *home office*.

GRÁFICO 17 – RITMO DE TRABALHO NA MÍDIA ALTERNATIVA/INDEPENDENTE/COMUNITÁRIA/SINDICAL



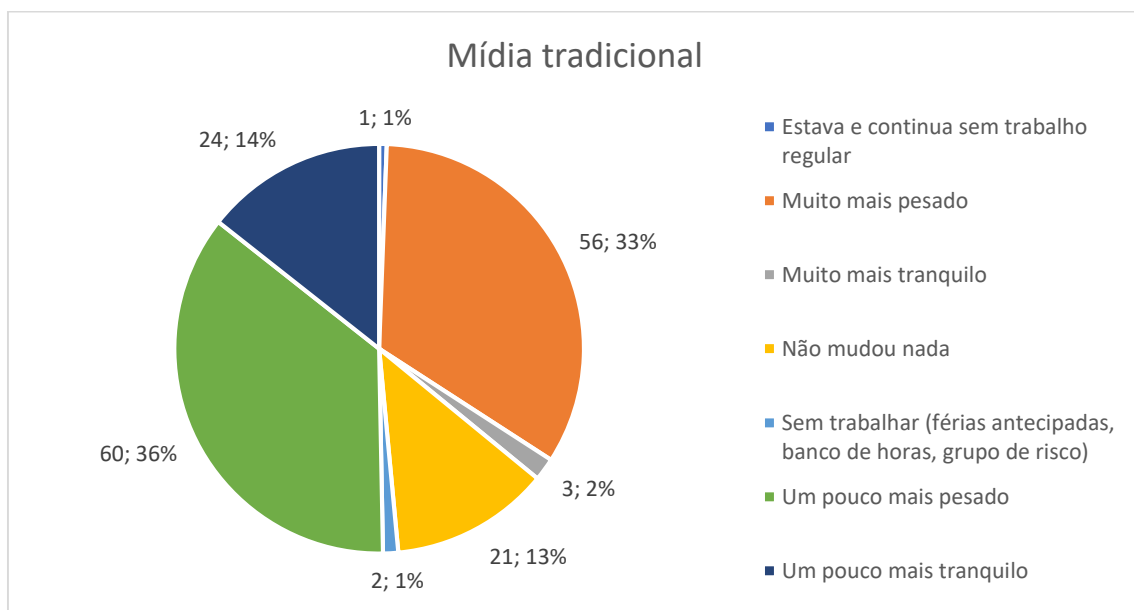
Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

TABELA 10 - TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO EM MÍDIA TRADICIONAL

Mídia tradicional	167
Estava e continua sem trabalho regular	1
Muito mais pesado	56
Muito mais tranquilo	3
Não mudou nada	21
Sem trabalhar (férias antecipadas, banco de horas, grupo de risco)	2
Um pouco mais pesado	60
Um pouco mais tranquilo	24

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores na pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 18 – TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO EM MÍDIA TRADICIONAL



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

É de se supor que os comunicadores que atuam em empresas de comunicação da mídia tradicional tenham mais condições de infraestrutura para o trabalho, embora as injunções dos interesses do negócio sempre tragam problemas. Mas também eles sentem as dramáticas (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007) do mundo do trabalho quando a atividade é deslocada para o *home office* ou em forma híbrida.

A TABELA 10 traz os dados sobre o ritmo de trabalho desses comunicadores. A maioria absoluta declara que as atividades se intensificaram com o *home office*. Dramáticas do trabalho é um conceito criado na abordagem ergológica (SCHWARTZ; DURRIVE, 2007) para indicar os embates cotidianos que todos nós enfrentamos, muitas vezes sem nos darmos conta, para a realização da atividade. Todo tipo de interferência incide nessa

relação em que o trabalho prescrito e o trabalho real se encontram e desencontram, renormalizando a atividade.

A intensificação do ritmo de trabalho interfere nos processos de gestão de si no trabalho, com implicações nas relações de comunicação e na saúde do trabalhador. Para a empresa, a lucratividade aumenta sem que isso reverta em benefício para o comunicador.

Fizemos o levantamento das declarações dos comunicadores que trabalham em empresas privadas de outras áreas que não tenham a atividade fim na comunicação. Também aí repetiu-se a resposta de que o ritmo de trabalho se intensificou. O mesmo se repete em instituições de ensino, pesquisa e extensão. Os professores estão também trabalhando com atividades de aulas e pesquisas mediadas por computador, muitos estão passando por treinamento para poderem adequarem-se às ferramentas do ensino remoto. As TABELA 11 E TABELA 12 e os GRÁFICO 19 e GRÁFICO 20 mostram os dados dos respondentes.

TABELA 11 - RITMO DE TRABALHO NA PANDEMIA X EMPRESA PRIVADA

<b>Empresa privada</b>	<b>16</b>
<b>Muito mais pesado</b>	6
<b>Muito mais tranquilo</b>	3
<b>Não mudou nada</b>	1
<b>Um pouco mais pesado</b>	6

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

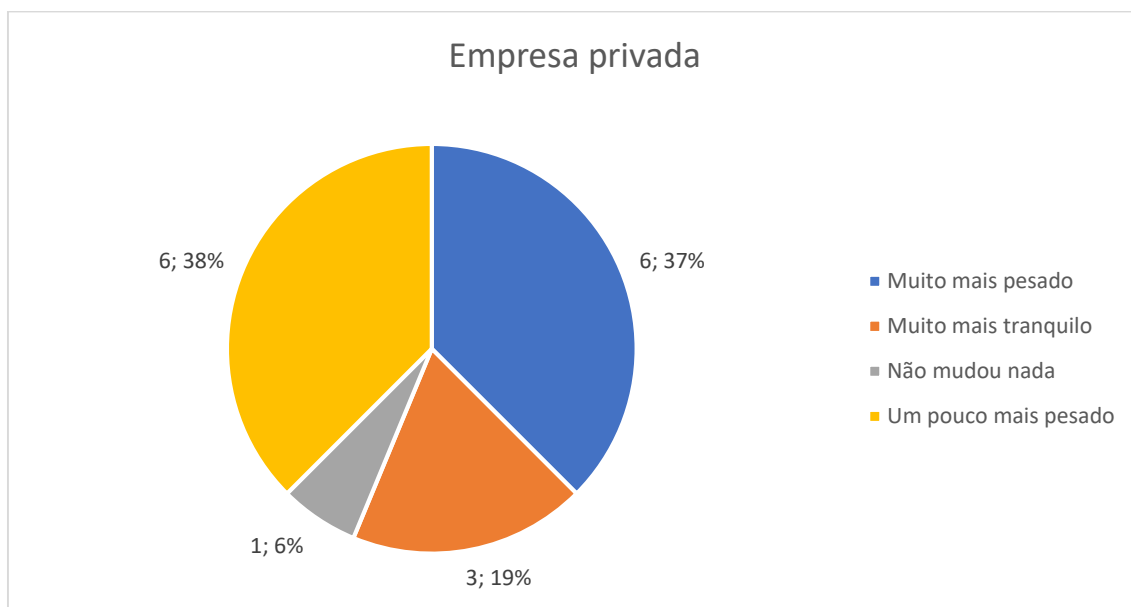
TABELA 12 - RITMO DE TRABALHO NA PANDEMIA X INSTITUIÇÃO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO

<b>Instituição de ensino, pesquisa e extensão</b>	<b>69</b>
<b>Muito mais pesado</b>	24
<b>Muito mais tranquilo</b>	4
<b>Não mudou nada</b>	4
<b>Um pouco mais pesado</b>	28
<b>Um pouco mais tranquilo</b>	8
<b>Sem trabalhar (férias antecipadas, banco de horas, grupo de risco)</b>	1

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

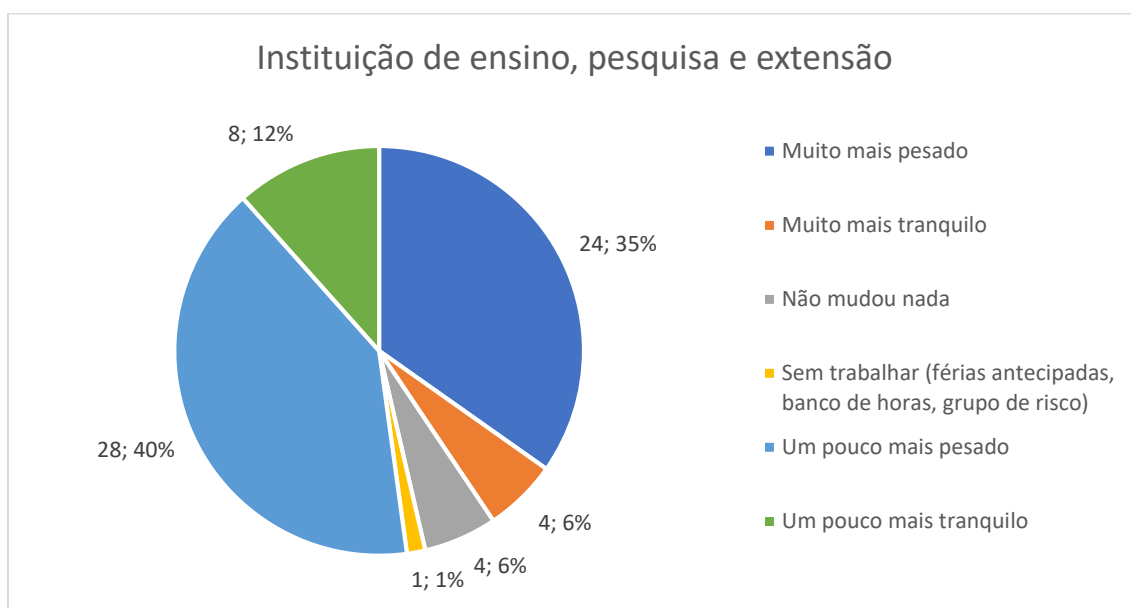


GRÁFICO 19 – TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO EM EMPRESA PRIVADA



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 20 – TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO EM INSTITUIÇÃO DE ENSINO, PESQUISA EXTENSÃO



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Nas organizações não governamentais (ONGs) e no serviço público a intensificação do trabalho com o *home office* em contexto de pandemia também se mostra presente, conforme se lê nas TABELA 13 e TABELA 14 e nos GRÁFICO 21 e GRÁFICO 22. Aí poder-se-ia repetir a inferência de que o trabalho em ONGs e no serviço público são mais tranquilos

e não demandam tanto o envolvimento do comunicador. Vã ilusão. Sabemos que as demandas nesses setores também são largas, sobretudo porque a característica de vínculo com os recursos públicos incide em constantes ações de gestão para garantir políticas públicas, aprovações, liberação de editais e verbas, sempre exigindo produções de discursos comunicacionais que requerem a *expertise* de um profissional.

TABELA 13 - RITMO DE TRABALHO X ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS

<b>Organizações não governamentais</b>	<b>23</b>
<b>Muito mais pesado</b>	9
<b>Muito mais tranquilo</b>	1
<b>Não mudou nada</b>	2
<b>Um pouco mais pesado</b>	10
<b>Um pouco mais tranquilo</b>	1

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 21 – TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO EM ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS



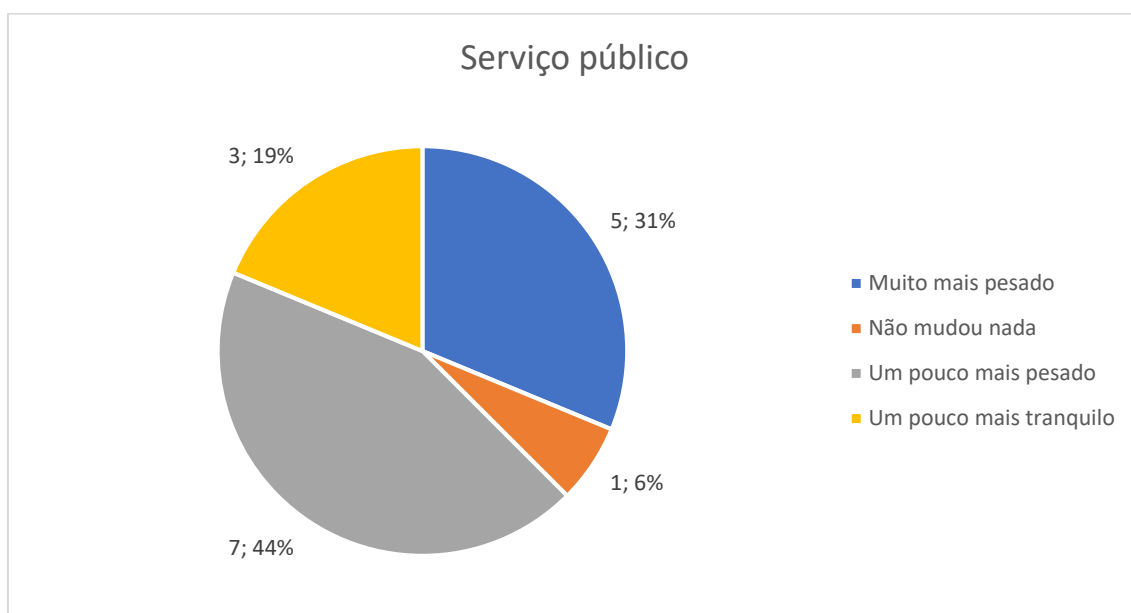
Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

TABELA 14 - TRABALHO *HOME OFFICE* X SERVIÇO PÚBLICO

Serviço público	16
Muito mais pesado	5
Não mudou nada	1
Um pouco mais pesado	7
Um pouco mais tranquilo	3

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

GRÁFICO 22 – TRABALHO *HOME OFFICE* X RITMO DE TRABALHO NO SERVIÇO PÚBLICO



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

É imperativo destacar nesse quadro de intensificação do ritmo de trabalho em *home office* dois aspectos: as tecnologias e o maior número de horas dedicadas ao trabalho, pois no espaço da casa não se perde tempo com o transporte e com outras atividades e intervalos regulamentados, ou seja, os tempos mortos para o capital.

O aumento da jornada de trabalho e a aceleração dos ritmos de trabalho são dois processos clássicos para a obtenção de maior produtividade e de mais valor, aumentando a lucratividade para o sistema do capital. Também é conhecimento clássico que a tecnologia no mundo do trabalho acelera processos e reduz a quantidade de trabalhadores necessária à medida que otimiza procedimentos no processo produtivo.

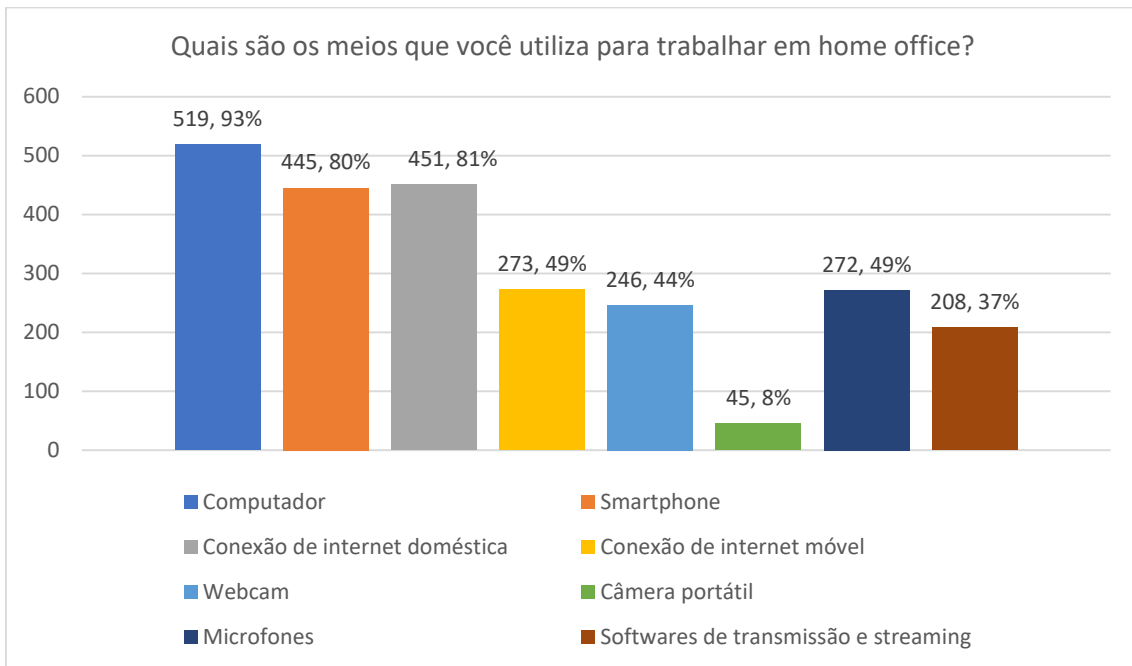
Não é preciso recorrer a Marx e a outros economistas para fazer tais afirmações, elas estão no campo do conhecimento já comprovado, experienciado e vivido por milhões

de trabalhadores desde a implantação da grande indústria. Estamos experimentando em tempo recorde a reorganização do mundo do trabalho para atender a um novo paradigma industrial, o da chamada economia 4.0.

Os *hardwares*, os *softwares*, aplicativos, redes e todo o material pesado envolvido nessa larga transmutação (fios, cabos, antenas, satélites, minérios, terras-raras entre outros) compõem uma cadeia produtiva que demanda formação profissional, reorganização do mundo do trabalho e, sobretudo, reorganização da vida em sociedade: da casa ao espaço público. É nessa perspectiva que precisamos entender os processos de trabalho que estão sendo implementados com o distanciamento social (e mesmo antes dele) agora intensificados.

É nessa perspectiva também que olhamos para os dados (GRÁFICO 23) sobre a propriedade dos meios de trabalho dos comunicadores. Ter um computador, com capacidade de memória para conexão de internet capaz de suportar aplicativos, *softwares* específicos de edição e de transmissão, com câmera e áudio adequados não custa barato, é preciso fazer um investimento. É como a caixa de ferramenta de um trabalhador, sem ela não é possível produzir. No entanto, o custo é completamente onerado do ganho desse trabalhador que, convenhamos, conforme mostram os pisos salariais (nota 3), é bem insuficiente.

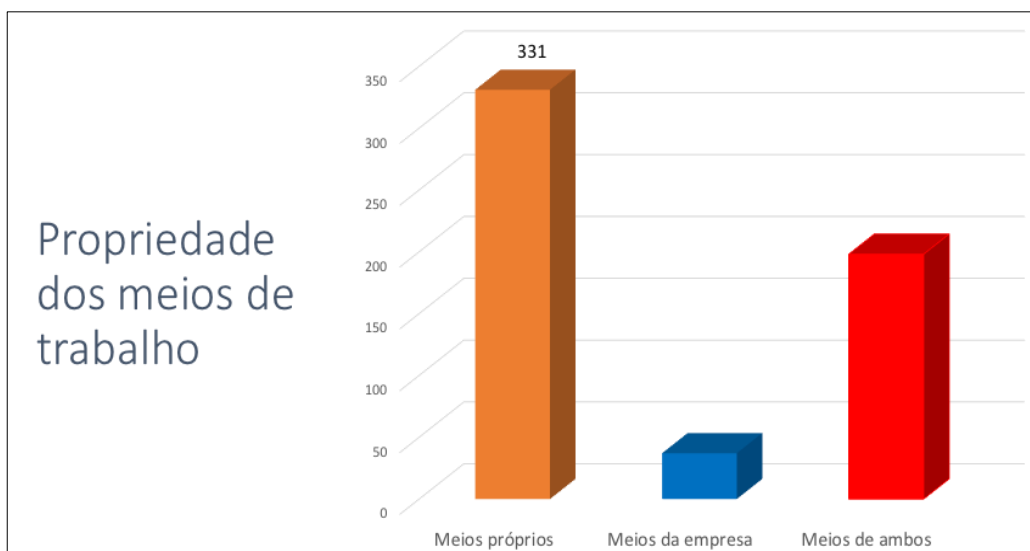
GRÁFICO 23 – MEIOS PARA TRABALHO EM *HOME OFFICE*



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

A realidade mostra que são os comunicadores que suprem sua caixa de ferramentas. Rara foi a empresa que forneceu equipamentos para o trabalho em *home office* nesse período, conforme mostra o GRÁFICO 24.

GRÁFICO 24 – PROPRIEDADE DOS MEIOS DE TRABALHO



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Se os meios de produção para o trabalho representam uma caixa de ferramentas básica às expensas dos comunicadores, é preciso ter claro o que é esse ferramental: computador, conexão à internet, *softwares* etc. não basta. Esses meios não o tornam dono do produto de seu trabalho, autonomia por muitos imaginada, sobretudo pelos que são autônomos, possuem MEIs etc., ou seja, microempresários de si mesmos.

A conexão à internet com ampla capacidade para transmissão e retransmissão é fundamental para a conexão às redes virtuais de gestão do trabalho. Sejam redes sistêmicas da própria empresa, sejam redes das empresas de plataforma como Google, Facebook, Amazon e os aplicativos WhatsApp, Trello, Instagram, Telegram entre outros, é necessária a mediação deles para a realização da atividade, como mostra o GRÁFICO 25.

Esses aplicativos acabam por ampliar suas funcionalidades em razão do tipo de uso que a sociedade faz deles, ensinando os algoritmos a se aperfeiçoarem. Nesse exercício contínuo de produção, transmissão e difusão, os dados do trabalho coletivo vão compor a mina de dados a ser minerada e os dados compactados em formatos e perfis para voltar aos mercados. Esse mecanismo de capturar e retratar os dados e torná-los mercadoria para outras finalidades é que precisamos mais bem compreender o que significa em termos de valor e se podem gerar mais valor<sup>6</sup>.

Isso quer dizer que todos nós trabalhamos para dois “patrões”, aquele que contrata diretamente nosso trabalho, e o outro invisível, que por meio das lógicas de *cookies* (*first-party cookies*, *cookies* de terceiros e os *fingerprinting* são alguns atrevidos captadores de dados dos usuários adotados, sobretudo, pelo marketing) coletam os dados e trabalham com as informações pessoais e profissionais de todos nós.

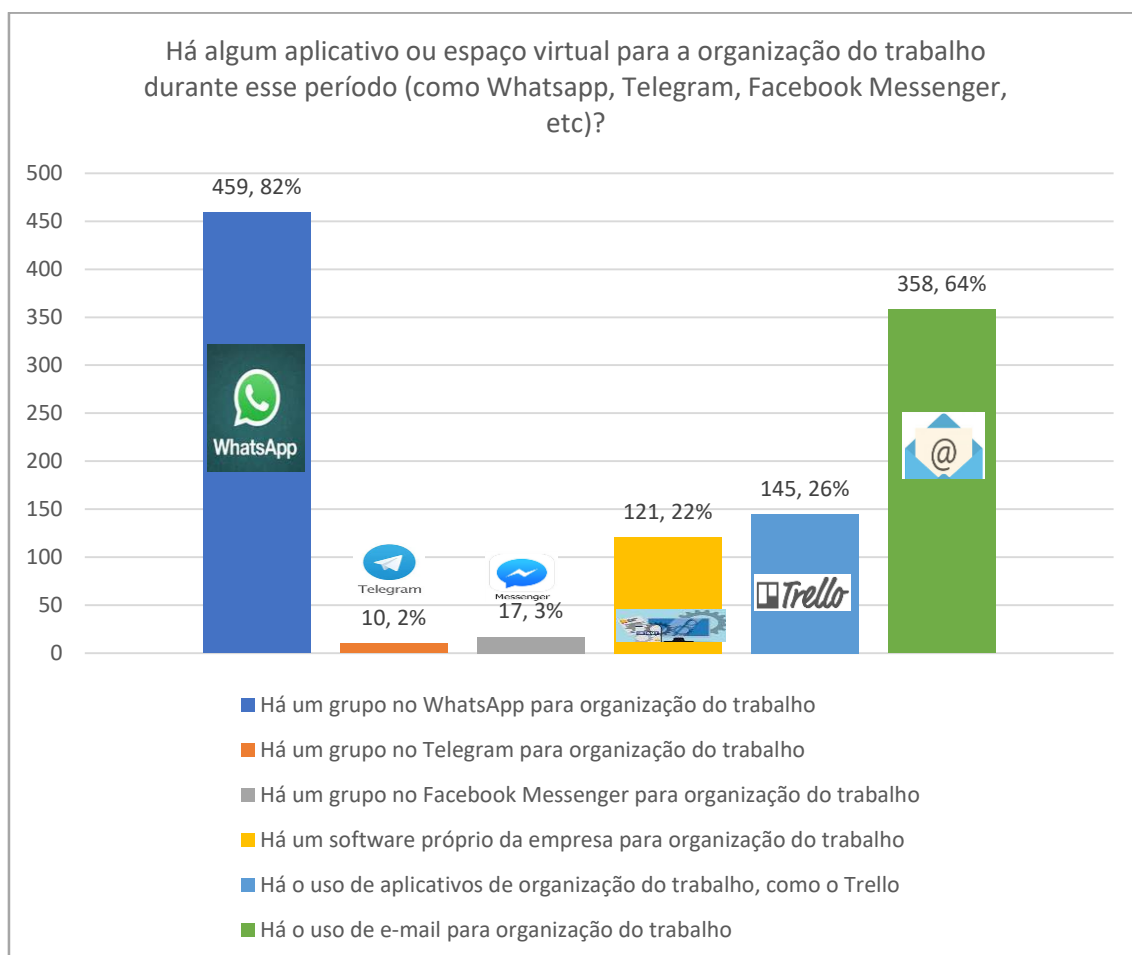
Além do mais, o *home office* amplia o uso da caixa de ferramentas de trabalho dos comunicadores para uma ambiência privada, aquela da casa, onde estão outras pessoas, outras relações e circulam informações do âmbito privado. Tudo isso passa, com o *home*

---

<sup>6</sup> Essa discussão tem sido feita de forma bastante acalorada por vários pesquisadores, entre os quais podemos citar Christian Fuchs, César Bolaño, Úrsula Huws e Ricardo Antunes. Nós ficamos com as referências de Huws (2017), que discute, em **A formação do cibertariado** – Trabalho virtual em um mundo real, os diferentes enquadramentos do trabalho no nó da teoria valor-trabalho. Também Ricardo Antunes (2018), no livro **O privilégio da servidão** – O novo proletariado de serviços na era digital, discute o tema, reafirma posições de Huws, e adverte para a necessidade de compreendermos mais profundamente os mecanismos do capital para aprofundar a exploração e ampliar a extração de mais valor.

office, a fazer parte das informações captadas a serem mineradas e que ninguém pagou o trabalhador por elas, mas elas serão vendidas como mercadoria e alguém vai lucrar com isso.

GRÁFICO 25 – LUGAR VIRTUAL DO TRABALHO – PLATAFORMAS E APLICATIVOS



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Conforme mostra o GRÁFICO 25, além dos equipamentos e da infraestrutura que o comunicador deve dispor em sua residência, torna-se obrigatório o uso de outros aplicativos e plataformas para realizar o trabalho. A gestão de equipes, a produção de textos, fotos, áudio, audiovisual e a transmissão e recepção de material contam com os aplicativos preferenciais dos comunicadores: WhatsApp, e-mail, Trello, Messenger, Telegram.

Apenas uma parte pequena, 22%, conta com *software* da própria empresa. Além da captura de nossos dados para outras ações mercadológicas, e até políticas, o que precisamos observar são as renormalizações que os comunicadores estão realizando em

seus procedimentos de atividades de trabalho à medida que têm como complemento de seu ferramental os dispositivos comunicacionais (MAINGUENEAU, 2001; FIGARO, 2018) que se instauram com o trabalho virtual.

Estamos nos referindo aos procedimentos de contato com as equipes, como se dão o planejamento e as decisões sobre as tarefas a cada dia, por vezes a cada hora, entre outras ações necessárias para a realização do trabalho. Altera-se a noção tempo-espacial *na e para a* realização do trabalho. Há de fato aceleração do ritmo, da produtividade (gente almoçando em frente ao computador), há intensificação e alargamento das horas dedicadas ao trabalho e o aumento da jornada de trabalho da maioria dos respondentes, como apontou o GRÁFICO 12 da seção anterior.

## **SEÇÃO V – AS MUDANÇAS NAS ROTINAS DE TRABALHO**

As respostas dos participantes apontam a intensificação do ritmo de trabalho, como foi demonstrado nos GRÁFICO 14 e seguintes. O cruzamento dos dados aponta a intensificação do trabalho e o uso de aplicativos como fatores interdependentes. Ou seja, o ritmo das atividades é acelerado graças à mediação dos aplicativos, o que imediatamente leva à intensificação e a maior produtividade.

Há também maior imersão, visto que as mensagens vindas via aplicativos demandam resposta imediata e assim faz-se um círculo virtuoso de aceleração, intensificação e produtividade. Ampliam-se também as horas à disposição do mundo do trabalho, pois o *home office* é um estar em casa disponível para o trabalho todo o tempo, graças à ubiquidade das redes sociais e seus aplicativos. A manutenção do *status online* desses trabalhadores em seus dispositivos e aplicativos pode ser lida como uma faceta do capital que se vale das tecnologias para vigiar trabalhadores e consumidores e deixá-los sempre em estado de alerta (24 horas por dia, sete dias na semana) para trabalhar ou consumir (CRARY, 2017).

No QUADRO 6, há sentenças que confirmam que os jornalistas são os que mais usam o aplicativo WhatsApp. Entre todos os respondentes, a maioria apontou o aumento na



jornada de trabalho e também confirmaram usar aplicativos mensageiros, como WhatsApp, Trello, e-mail, Messenger, Telegram.

#### QUADRO 6 – INTENSIFICAÇÃO DO TRABALHO E USO DE APLICATIVOS

<p>Aqueles com funções relacionadas ao jornalismo e produção de conteúdo foram os que mais responderam que usam o WhatsApp.</p> <p>Entre a maioria dos respondentes que usam aplicativos de tipo mensageiros houve o aumento da jornada de trabalho (200 responderam que a jornada foi ampliada)</p> <p>Entre aqueles que usam WhatsApp e outros aplicativos, 332 responderam que o trabalho ficou “um pouco” ou “muito mais pesado”</p> <p>Uso de WhatsApp é predominante entre a mídia alternativa e a tradicional.</p>
---

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

O QUADRO 7 faz uma síntese das respostas dos comunicadores que trabalham em veículos de notícia sobre as condições de trabalho deles e mostra alterações importantes nos processos de produção da informação. O rodízio de trabalho para os que têm jornada mista foi a solução encontrada para manter minimamente equipes fazendo a cobertura *in loco*. Isso requer toda uma logística não somente na distribuição da escala de trabalho, das pautas, mas também dos cuidados que se devem seguir frente à exposição em público. Equipamentos de proteção individual (EPIs), como máscaras e luvas, passaram a ser fundamentais. A disponibilidade de fornecimento de álcool gel e de equipamentos sobressalentes de reportagem, como microfones e espumas para microfones, são elementos que não podem faltar ao comunicador que vai a campo.

Além dos aspectos já apontados sobre intensificação do trabalho e estresse, há que se considerar a redução das equipes e, em decorrência, o acúmulo de funções. O circuito das informações se intensificou porque há necessidade de se ampliar a produção para dar vazão às informações que chegam de fontes diversas, além daquelas tradicionais.

Há também um repertório a ser aprendido e compreendido que escapa das coberturas cotidianas. Todos esses elementos cobram maior atenção e envolvimento do

comunicador. É interessante os depoimentos que marcam a preocupação com a mudança nas formas de se fazer jornalismo.

A distância social por causa da pandemia veio consolidar tendência já bastante sedimentada de se praticar jornalismo “sentado”, ou seja, a mediação do computador, com as ferramentas de busca e os bancos de dados, a agilidade dos aplicativos, para colher entrevistas, depoimentos, contribuições do cidadão, substituiu de vez a apuração *in loco*. Esses métodos barateiam a produção, reduzem equipes e trazem, sobretudo para o jornalismo, a questão ética à medida que a apuração é praticamente *a posteriori* à publicação (vide as constantes correções e atualizações em matérias publicadas em sites e portais) e a tarefa do repórter, como um mediador no relato do acontecimento, vai sendo substituída por outros agentes.

QUADRO 7 – CONDIÇÕES DE TRABALHO EM VEÍCULOS DE NOTÍCIAS

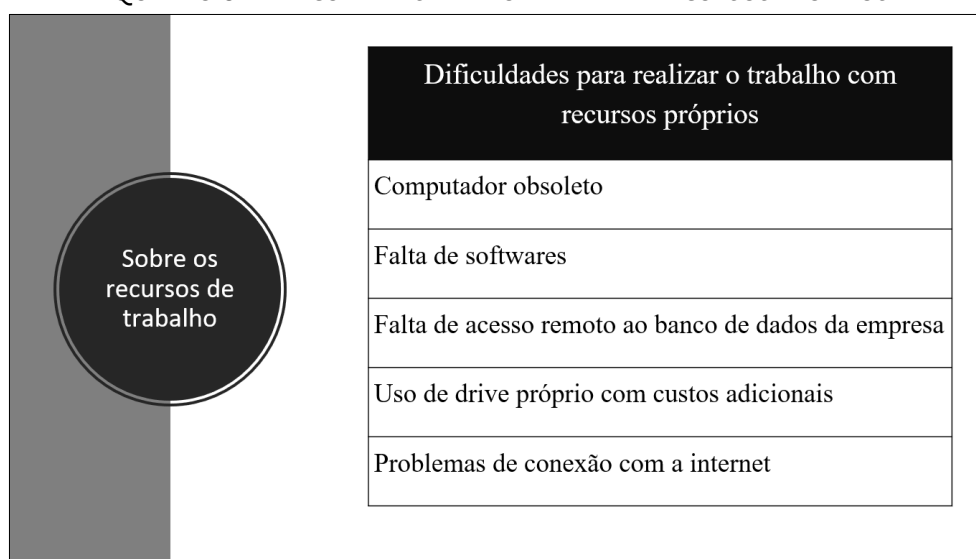
Profissionais que atuam em veículos de notícias	
Rodízio dos trabalhadores	Rotina mais estressante e intensa
Aumento das informações a serem tratadas, serem checadas e das atualizações	Mudanças nas relações de comunicação com a equipe em home office
Cuidados próprios com a prevenção do contágio	Acúmulo de funções
Isolamento social dificulta realizar o trabalho porque impede o profissional de ir a campo	Mudanças no modo de fazer jornalismo:
Entrevistas por WhatsApp, telefone, e-mail, videochamada, uso de dois microfones	

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Nas falas dos participantes da pesquisa há relatos sobre as precárias condições de infraestrutura (QUADRO 8) para se realizar o trabalho em *home office*. Faltam *softwares* adequados, computadores com maior capacidade, há problemas de conexão com a internet, não há acesso a banco de dados da empresa, ou seja, elementos fundamentais para a realização do trabalho e a falta deles acaba por causar mais problemas de ansiedade, estresse e alargamento das horas de trabalho.

Como já comentamos anteriormente, os custos do *home office* ficaram para o trabalhador. Se ele não tem a caixa de ferramentas adequada, o problema fica para ele/ela – esse pode ser um impeditivo para se cumprir o trabalho e perdê-lo, entre outras graves consequências. Há entre alguns setores da sociedade certa naturalização das condições de trabalho em *home office*, como se fosse absolutamente pertinente e obrigatoriamente normal que todos tenham recursos para os equipamentos necessários ao trabalho.

QUADRO 8 – DIFICULDADES DEVIDO À FALTA DE RECURSOS PRÓPRIOS



Dificuldades para realizar o trabalho com recursos próprios
Computador obsoleto
Falta de softwares
Falta de acesso remoto ao banco de dados da empresa
Uso de drive próprio com custos adicionais
Problemas de conexão com a internet

Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

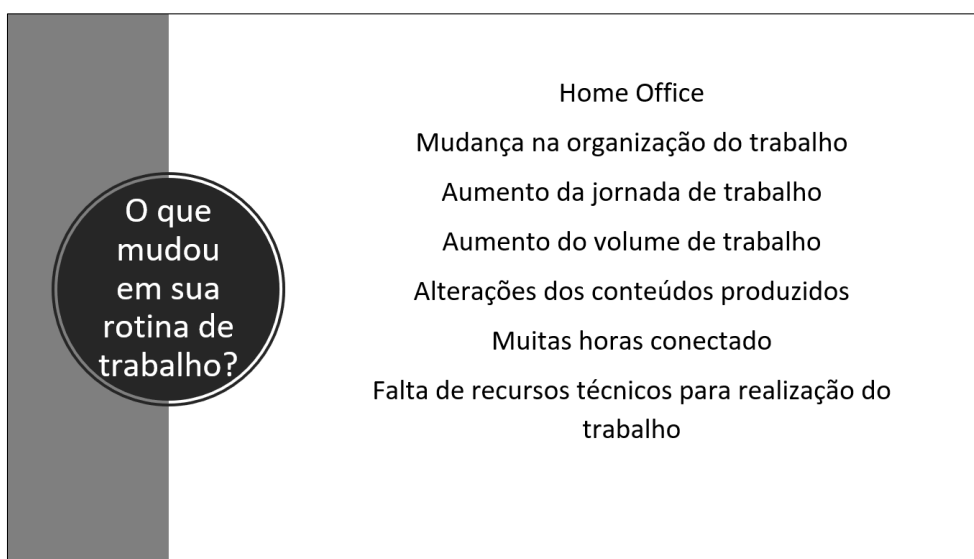
Para os comunicadores, o *home office* trouxe mudanças na rotina de trabalho (QUADRO 9 e QUADRO 10) e, como consequência, na vida da família e no cotidiano. A primeira indicação que aparece nos depoimentos é a mudança na organização do trabalho. Já discutimos os vários elementos que demandam essa mudança. Primeiro, sem dúvida, é a mudança do espaço físico onde se trabalha – da empresa para a casa. Além deste indicador, há a alteração da rotina da casa, pois todas as pessoas da família, exceto os que habitam sozinhos, também migraram para o *home office*, e as crianças (muitos têm filhos) ocupam o espaço da casa e exigem atenção.

As rotinas produtivas também foram alteradas porque aumentaram as horas a serem trabalhadas e o volume de trabalho também aumentou, e grande parte do desconforto e da insegurança é causada pela mudança com os temas do conteúdo a ser produzido. Dessa forma, são muitas as alterações ao mesmo tempo e em condições gerais de

insegurança de saúde pública e de crise econômica; portanto, instabilidade quanto ao futuro do emprego, do contrato, do projeto etc.

O resultado de tudo isso é a sensação de cansaço constante e de insegurança em relação a tudo. São muitos os elementos a serem geridos, são elementos novos que se apresentam em situação que também aumenta a responsabilidade do comunicador em relação à qualidade da informação que produz para a sociedade.

QUADRO 9 – MUDANÇAS COM O *HOME OFFICE*



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

QUADRO 10 – DIFICULDADES COM O *HOME OFFICE*



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?



Vale destacar o seguinte depoimento: “Sim, pela rapidez necessária na seleção e atualização das informações para o público. Só um jornalista consegue fazer isso com qualidade nessas horas.” Nesse enunciado estão presentes vários dos valores que norteiam a prática profissional: seleção, atualização, síntese, rapidez, qualidade, serviço ao público. Não se trata de *fast food*, essas são habilidades que o profissional desenvolve e, aliadas ao chamado “faro de notícia”, que nada mais é do que a capacidade de observar, ser sensível e pesquisar, adquirir repertório, formam o *ethos* do profissional do jornalismo. Outra resposta que reitera a anterior: “Sim, a população merece e precisa receber informação de qualidade, principalmente agora sobre a pandemia.”

É relevante destacar nesses enunciados que o discurso tem endereçamento de “serviço ao público”, produção de informação para orientar o cidadão. Observe-se a resposta de um analista de eventos: “Sim, trabalho com gestão de projetos sociais que ajudam a mitigar impactos da desigualdade social.” Certamente, vinculado a alguma ONG ou instituição pública, preocupa-se com a manutenção da finalidade de seu trabalho. Essa assessora de comunicação afirma: “Sim, pois o trabalho do MP [Ministério Público] agora é no sentido de orientação e fiscalização das políticas públicas de combate ao novo coronavírus, bem como de orientação à população em geral sobre os cuidados que devem ser adotados e como devem denunciar irregularidades.”

O seu trabalho está diretamente vinculado aos direitos da cidadania. Nesse sentido, a ação do profissional de comunicação não pode faltar em momentos de crise. Já a analista de marketing afirma: “Acredito que sim. Marketing, por ser um processo comunicacional, faz parte de diversas frentes para transmitir uma mensagem a um público desejado.” Ou seja, de forma geral, avaliza sua atividade como importante no direcionamento de público.

A consciência social é um aspecto fundamental na atividade do comunicador. Para o jornalista é até uma obrigação afirmar que a produção da informação é um bem maior para a sociedade. Embora a lógica produtiva industrial e agora virtual priorizem o mercado, e não a cidadania. A prova dessa afirmação é a lógica da monetização dos acessos e cliques que orientam a produção de pautas e as coberturas. Desse modo, não podemos ofuscar que o trabalho do jornalista também é marcado pelas determinações

e interesses do mercado, nem sempre em consonância com os valores da informação para o bem-estar dos cidadãos.

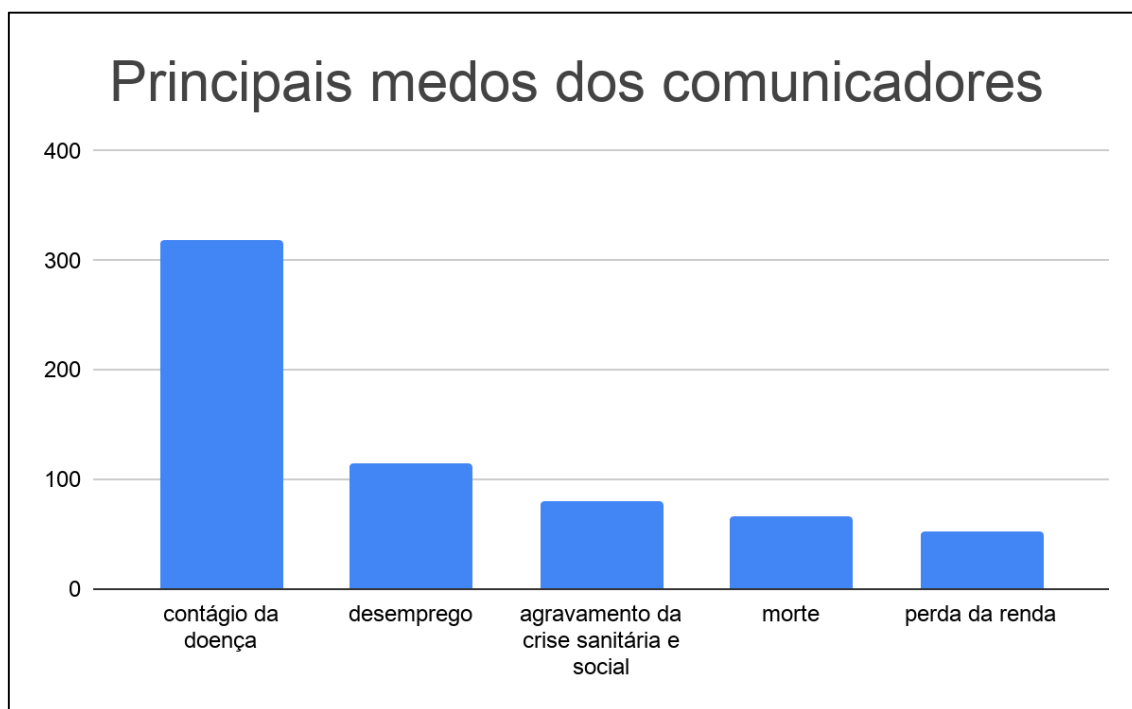
Mas o que pode pensar um publicitário sobre sua atividade em um momento como o que estamos atravessando? Há também reflexões sobre isso nos enunciados que colhemos: “O trabalho com texto e comunicação, de um modo geral, é importante. No entanto, se formos pensar numa perspectiva de mercado e consumo, o trabalho publicitário é essencial para fazer conhecer os produtos e circular o negócio. Se formos pensar numa 'perspectiva social', tenho grandes dúvidas sobre a serventia, especialmente se levado em conta os artifícios ligados à persuasão; fazer as pessoas comprarem coisas que não precisam não é algo muito legal.”

Este outro profissional, na função de planejamento, não titubeia em afirmar: “Não. Comunicação interna não é essencial para a sociedade.” Essa consciência não os impede de continuar desempenhando suas atividades, mas demonstra discernimento e sensatez que, por vezes, escapam àqueles que têm responsabilidades claras em relação à gestão da empresa e do setor público. Esses são alguns destaques que fizemos para reiterar a sensata noção da relevância de seu trabalho que têm os comunicadores.

#### O SENTIMENTO DOS COMUNICADORES NO TRABALHO

O trabalho dos comunicadores durante a pandemia é acompanhado também por temores, medos e receios que incidem diretamente sobre suas rotinas de trabalho. Entre as aflições que possivelmente tiram o sono ou a paz de muitos jornalistas, publicitários, assessores, professores, relações públicas, dentre outros profissionais que participaram da pesquisa, está o medo do contágio pelo novo coronavírus. No GRÁFICO 26 é possível visualizar quais são as cinco principais causas de temor nos participantes da pesquisa.

GRÁFICO 26 – PRINCIPAIS MEDOS DOS COMUNICADORES



Fonte: Pesquisa CPCT-ECA-USP/Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?

Entre os respondentes, 323 deles, o equivalente a 57% da nossa amostra, temem ficar doentes ou que seus familiares, amigos e colegas de trabalho também fiquem doentes. Era esperado que esse fosse o principal temor; afinal, muitas de nossas adequações desde que a pandemia foi decretada visam exatamente evitar o contágio. No mundo do trabalho, a adoção do trabalho remoto de forma massiva se apresentou exatamente como uma medida para minimizar a possibilidade de contágio.

A gravidade da pandemia faz com que outros temores ou medos dos comunicadores também se relacionem diretamente com o contágio da doença, como o terceiro item do GRÁFICO 26: o medo do agravamento da crise sanitária e social. Nesse quesito, estão incluídos os temores mais coletivos, relativos à ineficácia das políticas de enfrentamento da pandemia em âmbitos locais e o temor de que as medidas adotadas pelo governo federal não colaborem para a melhoria das condições, e sim agudizem o quadro geral da pandemia no Brasil.



É importante lembrar que a pesquisa foi encerrada no dia 30 de abril e, logo nos primeiros dias do mês de maio, houve o aumento do número de casos da doença e de mortes em quase todo o país, o que vem tornando esse temor dos comunicadores uma realidade. Ainda na esfera da saúde, a morte é outro medo dos profissionais. Eles têm mais medo de que os familiares e amigos morram do que deles próprios perderem a vida.

Observa-se que a crise desencadeada pela pandemia da Covid-19, apesar de ser de saúde pública, tem consequências em diferentes esferas sociais e os sentimentos de medo dos profissionais mostram exatamente as imbricações entre suas diversas dimensões. Sendo assim, o medo da morte relaciona-se diretamente com o de contágio e o medo do colapso do sistema de saúde, compondo assim uma tríade de temores relativos à saúde individual e coletiva dos comunicadores, visto que o Estado não tem atuado de forma coesa na orientação da população nem mesmo em garantir recursos ao sistema de saúde público, o Sistema Único de Saúde (SUS).

Outra dimensão que aparece no GRÁFICO 26 versa sobre o trabalho e a sustentabilidade dos profissionais e de seus familiares. O desemprego aparece, portanto, como a segunda aflição mais citada pelos participantes da pesquisa, com 115 menções. Ou seja, 20% dos participantes da pesquisa temem perder seus empregos ou continuar desempregados.

E a perda da renda, apesar de ter sido mencionada apenas 52 vezes, pesa bastante na balança das condições materiais de vida. É preciso explicar que a renda aqui não se refere exclusivamente à redução dos salários dos trabalhadores, mas também às perdas de faturamento de agências e empresas.

Até mesmo profissionais com vínculos estáveis citam esse temor em suas falas, pois a perda de renda da empresa pode implicar diretamente em demissões. Os proprietários de empresas de comunicação e os trabalhadores autônomos que vivem da prestação de serviços para clientes também citam esse temor de diminuição do faturamento.

Os demais sentimentos dos comunicadores em relação à pandemia podem ser resumidos e ilustrados com a FIGURA 2.



aleatoriamente alguns depoimentos que são significativos da experiência e das preocupações desses profissionais.

*A minha situação ainda não mudou, mas é possível que alguns clientes possam cancelar contratos em função da crise. Mas temo pelos demais colegas de profissão e os demais trabalhadores, que estão perdendo seus empregos.*

Respondente 5

*Eu presto serviços, onde os riscos e cautelas são de minha obrigação.*

Respondente 6

*Inicialmente fizemos posts e banners para as recepções das clínicas, sobre cuidados para não propagação do vírus, estimulando as pessoas a ficarem em casa o máximo possível. Alguns são grupo de risco, então, alguns médicos gravaram vídeos de esclarecimento, de acordo com a especialidade. Algumas clínicas, que não atendem casos considerados de urgência, fecharam as portas e precisaram comunicar isso a seu público. Além disso, as mídias sociais são usadas para facilitar o contato com os profissionais de saúde em casos urgentes. Também estamos trabalhando todas as informações possíveis para a realidade atual, não apenas sobre disseminação do vírus, mas sobre como combater depressão, como evitar acidentes domésticos, como manter o corpo em movimento, a imunidade e assim por diante.*

Respondente 61

*O trabalho remoto não é surpresa para mim, já o fiz durante anos quando era autônoma. Entendo que a empresa agiu rapidamente para colocar os funcionários em segurança. Mas, como a maioria temo por uma demissão, ou mesmo redução do salário, muito embora não tenhamos rumores nesse sentido, mas a incerteza é uma constante, porque sei que nem empresas estão seguras nesse momento.*

Respondente 132



*A empresa respeitou a orientação de isolamento social para todos os funcionários que era possível por meio da liberação do trabalho remoto. Para quem não pode ficar em casa, como repórteres e fotógrafos, foram providenciados equipamentos de segurança, como máscaras. A redação ainda conta com álcool em gel em vários locais, as catracas foram removidas e quem precisa trabalhar de lá é orientado a manter distância do colega. Eu aderi ao trabalho remoto e também tenho respeitado a orientação das autoridades de ficar em casa em isolamento social. Minhas angústias estão ligadas a saudade do cotidiano que tinha que inclui vida social, (contato com meus pais, irmãos, sobrinhos, avós e amigos) além de academia, cursos e passeios. Me angustia também o bate cabeça do governo diante da crise provocada pela pandemia! Percebo que o país está sem um comando e rumo definidos. Por fim, temo pela saúde financeira do veículo que trabalho, que já enfrenta uma crise financeira há alguns anos, e a consequência disso no meu salário.*

Respondente 212

*Estar longe dos fatos é cruel!*

Respondente 218

*Especificamente em relação à área de comunicação, as decisões mais sábias e responsáveis dependeram de iniciativa e visão de chefes regionais e locais. A alta administração não tomou medidas eficazes até o momento para garantir que os comunicadores da instituição sejam resguardados. Por não ser área fim, não houve priorização da área. Fico aliviada por estar sob a chefia de uma pessoa que teve a coragem de enfrentar a situação e se arriscou para defender a equipe. Porém, me entristece perceber a falta de comprometimento das chefias nacionais, que teriam maior responsabilidade sobre isso. Ou seja, dependemos da 'sorte' de ter chefes razoáveis para nos sentirmos seguros. No momento, as expectativas são positivas, pois o trabalho remoto foi finalmente formalizado pela instituição na qual trabalho, dando segurança jurídica para todos. Porém, me preocupa a falta de alguns equipamentos necessários para desenvolver o trabalho em plenitude, como VPN,*

*certificados e programas confiáveis de videoconferência. Por ora, muitas atividades estão sendo desenvolvidas de forma amadora e sem preocupação efetiva com a segurança da informação.*

Respondente 329

*Logo que houve a determinação do isolamento social a editora do site autorizou o trabalho remoto. Na sequência ela mesma optou por esta modalidade e a reportagem, por escolha própria, decidiu manter o trabalho na redação. Depois, com o avanço dos casos suspeito e o pedido dos órgãos responsáveis diminuimos o tempo de permanência na redação, também por escolha própria. No entanto acredito que como a situação já perdura alguns dias a perspectiva da direção é de que os repórteres voltem a campo, embora não tenha havido nenhum comunicado a respeito.*

Respondente 413

*A utilização de aplicativos para a organização do trabalho, com o Slack, e outros de comunicação como o WhatsApp e o Hangout para reuniões, facilitou a troca de informações entre os membros da equipe. Mas ao fazer o home office há uma sobrecarga, uma vez que o trabalho de fora se une ao de casa. E preciso muita disciplina para separar os horários. Creio que seja pior para quem tem filhos pequenos, o que não é meu caso. Trabalhei a vida inteira fora e sinto falta do convívio presencial com outras pessoas, que não pode ser substituído pela chamada em vídeo.*

Respondente 509

*Não tem sido das tarefas mais fáceis. Existe nossa própria pressão, por querer entregar um bom trabalho independente das circunstâncias, existe a pressão da firma (que praticamente se mantém a normal, do dia a dia, não estão fazendo terrorismo), e existe a pressão do povo, que além de se expor nas ruas, criticam nosso trabalho ou permanência nas ruas: 'Vocês falam pra ficar em casa, mas vocês mesmo estão nas ruas.' A rotina de trabalho tem se mantido, na medida do*



*possível. Inevitavelmente, o fluxo de produção diminuiu em termos de quantidade e de pluralidade, tendo em vista os reflexos da pandemia. Sobre a forma de trabalhar, praticamente se mantém a mesma, com exceção de escalas/rodízios home office e trabalho interno na empresa para evitar a exposição dos colaboradores. O receio principal da pandemia e seus desdobramentos versa na questão da estabilidade, já que todos nós precisamos trabalhar para honrar nossos compromissos (e quem for desligado agora, vai ser contratado onde? Por quem?), e também no próprio medo de ser contaminado, uma vez que embora o vírus tenha comportamento estimável, o mesmo é imprevisível.*

Respondente 539

Esses depoimentos trazem o dilema da dúvida, da incerteza. Esse é o dilema central vivido por todos nós. Cada qual à sua maneira reporta as dramáticas da reorganização do trabalho em *home office* e as limitações desse tipo de distanciamento, sobretudo quando se trata da cobertura jornalística. Nesses depoimentos revelam-se comunicadores que atuam em diferentes frentes da atividade e em diferentes empresas e tipos de serviços.

É instigante ler a declaração da comunicadora que presta assessoria de comunicação a planos de saúde e a preocupação dela em detalhar os cuidados para informar os usuários das clínicas médicas. Há mesmo uma fixação para a realização do trabalho. “Existe nossa própria pressão, por querer entregar um bom trabalho”, declara esse comunicador. Definitivamente, podemos afirmar que o uso dos aplicativos intensifica o trabalho, conforme mostram os dados e muitas das falas que podemos sintetizar na declaração: “Mas ao fazer o *home office* há uma sobrecarga(...)”. Esse comunicador também se preocupa com a rotina de quem tem filhos em casa, sobretudo os menores. As mulheres ficam mais assoberbadas com as tarefas da casa quando existem crianças.

Há também a preocupação absolutamente pertinente com a segurança das informações que, agora no espaço do *home office*, sem as ferramentas adequadas de proteção, estão abertas a qualquer tipo de invasão, além daquela que já sabemos existir como lógica de monetização das empresas de plataforma. Essa será sem dúvida a grande questão do



futuro. Palavra aliás que apareceu apenas 17 vezes nesses depoimentos, contra as mais de 800 vezes que aparece a palavra “trabalho” (“trabalhadores”, “trabalhando”, “trabalhar”).

Podemos afirmar que o campo semântico priorizado é o trabalho e a incerteza. A incerteza de se ter trabalho depois da pandemia, incerteza da situação econômica, incerteza de como se irá trabalhar, incerteza que reduz o potencial e a força da palavra ‘futuro’. A palavra “risco” também aparece e o risco é de contaminação, de demissão, de corte de salário, risco do colapso do sistema de saúde. Ou seja, risco também traz incerteza.

Emociona o relato dessa comunicadora: “Minhas angústias estão ligadas à saudade do cotidiano que tinha que inclui vida social (...)” saudade da vida que tinha, do cotidiano. Soa estranho falar em “saudade do cotidiano”, é como se a vida estivesse suspensa, aguardando para ser vivida. A sensibilidade que sente e enuncia o mundo do trabalho como algo que lhe pertence, construído como eixo de relações de afetos que não podem, de uma hora para outra, serem substituídas pelas frias vídeo-reuniões.

## CONSIDERAÇÕES

---

A pesquisa “Como trabalham os comunicadores em tempos da pandemia da Covid-19?”, realizada por meio do instrumento questionário misto via formulário do Google, disponibilizado no período de 5 a 30 de abril de 2020, por meio do site e das redes sociais do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP e por um conjunto de entidades profissionais e de pesquisa vinculadas às profissões do setor da comunicação, permite afirmar que o *home office* foi adotado por esses trabalhadores como forma de enfrentar o distanciamento social.

A maioria dos respondentes, do total de 557, é do gênero feminino e está na faixa etária entre 19 e 39 anos. A maioria também se declarou jornalista. São 12 setores de trabalho, sendo os mais declarados numericamente: mídia tradicional; assessoria de comunicação; agência de comunicação, marketing e publicidade; instituição de ensino, pesquisa e extensão; mídia alternativa/independente/comunitária/sindical; organizações não governamentais; e empresa privada – cuja finalidade não é a comunicação.

São poucas as empresas que supriram o *home office* com ferramentas adequadas para a continuidade do trabalho. A maioria absoluta diz utilizar seus próprios equipamentos e recursos para a realização do trabalho em *home office*. Aplicativos mensageiros, como o WhatsApp, são usados para fazer o trabalho, tanto a gestão de equipes, como para o contato com fontes, entrevistas, videoconferências etc. O custo do uso de infraestrutura da residência do trabalhador ainda não foi computado, porque certamente as contas de energia elétrica, internet e telefone chegarão nos próximos meses. Também o custo com equipamentos, *softwares* fica na conta do trabalhador.

O aumento da jornada de trabalho foi apontado por um número bastante expressivo dos respondentes e a maioria identificou intensificação do ritmo de trabalho no período e no *home office*. Conforme foi detalhado nos itens anteriores, registra-se o empenho do comunicador em renormalizar suas atividades com a nova realidade do trabalho em casa.

É preciso reconstruir as formas de trabalhar, como refazer as relações de comunicação quando o mundo do trabalho foi deslocado e desestruturado. Há um árduo empenho



em reconstruir as dinâmicas das prescrições para o trabalho, refazer as relações com as entidades relativamente pertinentes sem as quais é impossível trabalhar.

Como considerações finais devemos ainda destacar três elementos, entre os muito importantes e que merecem aprofundamento: as condições de trabalho em *home office* e gênero; a profissão de jornalista e a atividade declarada; e por fim, o trabalho em *home office* e o trabalho virtual (digital). No sentido de apontar algumas preocupações em relação a esses três elementos, fazemos os seguintes apontamentos para pesquisas futuras.

### HOME OFFICE E GÊNERO

O trabalho em casa não é novidade. Trabalha-se muito em casa e essa atividade, ao longo dos séculos, tem sido relegada como função natural das mulheres. Além do trabalho doméstico e do cuidado com os filhos, as mulheres também desempenharam atividades domésticas tidas na agricultura, na costura, no cuidado com os animais, na produção de alimentos e no tratamento dos mais velhos e doentes. Todas essas atividades foram invisibilizadas ao longo da História. São atividades fundamentais para a vida da família, da prole, do proletariado, daqueles que vivem do trabalho.

A paga pelo trabalho contratado, seja na lida da terra, seja na lida da indústria, comércio ou serviços, grosso modo, é vista como aquela que supre, por meio do pagamento, do salário, as necessidades da casa e da família. Ou seja, o salário sempre foi uma forma de dupla simulação da paga pelo trabalho: primeira, porque omite o mais valor extraído do trabalho abstrato; segunda, porque simula suprir o trabalho doméstico não pago. O trabalho não pago da mulher sempre foi menosprezado e invisibilizado pela sociedade e, sobretudo, pelo “ente mercado”.

Na sociedade moderna e contemporânea, as conquistas do feminismo trouxeram a mulher para o mundo do trabalho. Essa cidadã no mundo do trabalho sofre, além da dupla ou tripla jornada (com os afazeres do lar), o não reconhecimento como profissional, porque tem salários que podem ser até 30% menores do que dos homens (IBGE, 2019), sofre assédio moral e sexual, e a constante necessidade de provar ao

coletivo que tem condições profissionais de desempenhar o trabalho. Nesse esforço, ela é sempre mais qualificada do que os homens para exercer a mesma função, embora ganhe menos.

Com o trabalho em *home office*, parece que para as mulheres a situação retrocede no tempo, visto que as tarefas do lar, os filhos e outros elementos da gestão doméstica acumulam-se com o trabalho remoto. Outros indícios, tais como a violência doméstica, tornam ainda mais traumática essa experiência. O sonho do trabalho em *home office* mais confortável, pelo não deslocamento e com maior autonomia na gestão do tempo, parece ser ainda um sonho pouco próximo de ser alcançado.

A gestão da vida doméstica, o controle da jornada de trabalho e a suplementação do salário para o uso de equipamentos e de infraestrutura própria são temas urgentes a serem discutidos e negociados.

#### A PROFISSÃO DE JORNALISTA E AS ATIVIDADES JORNALÍSTICAS

Como as demais pesquisas realizadas pelo CPCT, esta também aponta o paradoxo da identidade do jornalista como profissional muitas vezes não estar vinculada à atividade exercida. Tivemos no quadro de respondentes um número muito expressivo de pessoas que se declaram jornalistas como profissão e declaram atividades realizadas completamente diversas daquelas do jornalismo.

Não é o caso aqui de repetir o que o QUADRO 4, da seção I, demonstrou. Trata-se de problematizar: por que são os jornalistas que ocupam um leque muito mais variado de funções em diferentes setores do ramo da comunicação? Seriam eles e elas os mais desorganizados do ponto de vista sindical e trabalhista? Comporiam um número maior de profissionais formados pela área da Comunicação Social e essa abundância numérica os faz buscar trabalho em atividades diversificadas no ramo da comunicação? Seriam os profissionais mais habituados à precarização e a baixos salários além da desregulamentação e, por isso, mais suscetíveis à empregabilidade? Ou talvez recebam uma formação universitária que os habilita a atuar em diferentes frentes? Ou tudo isso junto? É preciso refletir sobre essa condição.

Como podemos falar em jornalismo como um gênero de discurso voltado para a referencialidade da construção do acontecimento, da obrigatoriedade da apuração, de ampliação de vozes e fontes sobre um determinado tema, se no desempenho da atividade os profissionais do jornalismo ocupam diferentes papéis e atuam em gêneros discursivos diferentes, mesmo opostos ao jornalismo? Talvez fosse o caso de repensar o jornalismo à luz da realidade da prática profissional. Como defender o jornalismo como discurso da *pólis* e da cidadania se as pautas são construídas a partir das métricas dos fluxos de rede e precisam da monetização da publicidade programática?

Quanto da lógica do funcionamento da produção jornalística, da perda de credibilidade da instituição jornalística está vinculada às lógicas dos dispositivos comunicacionais acionados pelas redes sociais: instantaneidade, superficialidade, emotividade, lógica algorítmica de circulação e recepção dada pelas bolhas de usuários? Que tipo de jornalismo e que subgênero de discurso jornalístico é possível no *modus operandi* do Facebook, do Twitter, do Instagram? Quem paga o trabalho e quem garante a fidedignidade da informação?

#### TRABALHO REMOTO E TRABALHO DIGITAL

Quando falamos em trabalho remoto, estamos nos reportando àquele emprego cuja atividade está deslocada do local físico da empresa que contrata o trabalho. Ele não é novidade. Muitas funções são exercidas remotamente ao local de trabalho. A questão nova nesse quadro são as tecnologias digitais, ou seja, como os dispositivos comunicacionais permitem o trabalho remoto digital. A consideração que se faz aqui é a combinação do trabalho digital remoto com a necessidade de distanciamento social, devido à Covid-19. Um cenário perfeito para experimentar procedimentos que vinham sendo gestados de forma ponderada e que foram acelerados de forma desorganizada, sem o planejamento e a infraestrutura necessária para o trabalhador ser respeitado em seus direitos e condições de saúde física e mental.

Há, desde o final dos anos 1990, um incremento no trabalho remoto. A legislação brasileira sobre o assunto é de 2011 (Lei 12.551) e há até mesmo a Sociedade Brasileira de Teletrabalho e Teleatividades ([www.sobratt.org.br](http://www.sobratt.org.br)), fundada em 1999. Desde então,



tudo o que se discute está baseado na máxima de que o trabalho remoto e agora digital é mais lucrativo para a empresa, porque reduz número de trabalhadores, reduz custos operacionais, aumenta o controle do trabalho, a produtividade e reduz tempos mortos e direitos trabalhistas, individualiza e fragiliza a organização sindical e qualquer outro tipo de organização dos trabalhadores para garantia de direitos.

Por outro lado, faz-se uma série de afirmações positivadas que nem sempre é possível confirmar. Por exemplo, a de que o trabalho remoto digital aumenta a autonomia do trabalhador, reduz a poluição urbana e permite uma gestão mais racional do trânsito automotivo. Em duas décadas do século XXI, em que o trabalho remoto digital vem se instalando, os ganhos para a cidade e a gestão pública do trânsito e da poluição pouco alteraram a qualidade de vida dos cidadãos.

A qualidade de vida dos trabalhadores, nível salarial e de empregabilidade também estão afeitos às ondas das crises cíclicas do capitalismo e muito menos à implementação de novidades no campo tecnológico. Ao contrário, tais novidades têm sido submetidas à lógica da lucratividade e servido para fechar postos de emprego e precarizar ainda mais as relações entre capital e trabalho, com perdas de direitos trabalhistas, queda salarial, quebra de regulamentação de várias profissões etc. Mas os ideólogos da bonança do trabalho remoto digital não param de aumentar seus ganhos e dividendos políticos. Toda sorte de parafernália discursiva<sup>8</sup> é vendida como novidade a ser implantada pela gestão pública. Até mesmo um *slogan* já foi cunhado: “teletrabalho: o novo normal”.

A irresponsabilidade social desses agentes institucionais é assustadora. Os usos que se faz das tecnologias e dos dispositivos comunicacionais servem para aprofundar a desigualdade social e aumentar a lucratividade de poucos. A experiência no período de distanciamento social devido à Covid-19 está sendo construída à base da improvisação e do aprofundamento da exploração dos trabalhadores. Faltam condições de infraestrutura, faltam procedimentos normativos e legais para regulamentar as condições de trabalho, faltam cuidados para a preservação das informações dos trabalhadores e

---

<sup>8</sup> Verificar em <http://www.sobratt.org.br/index.php/category/eventos/1- semestre-de-2020-eventos/> a variedade de eventos promovida para fazer valer a inevitabilidade do sucesso do trabalho remoto digital.

das empresas. Falta uma política pública nacional para que não fiquemos a reboque dos operadores dos conglomerados de plataformas.

No caso dos comunicadores, nossa pesquisa demonstrou as limitações do exercício profissional na atual condição de trabalho remoto digital, como também provou a intensificação do trabalho e da jornada de trabalho. Elementos principais do aumento da lucratividade para as empresas de plataformas (GROHMANN, 2020). A desregulamentação da profissão do setor da comunicação é um fator que aprofunda o quadro já problemático.

Esse caminho é perigoso porque pode levar a caracterização de que o comunicador é um generalista produtor de conteúdo. Com isso, a fragmentação das atividades em microtarefas facilita tornar o comunicador um assistente humano da inteligência algorítmica (*Human Intelligence Task* ou Tarefa de Inteligência Humana) (FEITOSA JR., 2020). Não estamos operando com hipóteses, os fatos mostram como os algoritmos estão sendo programados para escrever notícias para os jornais, como a escrita SEO facilita a identificação de termos e a monetização da produção jornalística, como a programação de "robôs" para ocupar o lugar de professores no ensino à distância está sendo aplicada exatamente agora, no período da crise da Covid-19 (DOMENICI, 2020).

Essas são questões urgentes a serem discutidas para a formulação de estratégias de luta e resistência em prol do uso social das tecnologias digitais, em benefício da qualidade de vida, do trabalho decente, preparando-nos para passos mais decisivos na construção de condições dignas de vida para todos os trabalhadores.

# REFERÊNCIAS

---

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

CASAQUI, V., RIEGEL, V., BUDAG, F. **Trabalho em publicidade e propaganda**. São Paulo: Atlas, 2011.

CRARY, J. **24/7**: capitalismo tardio e os fins do sono. Trad. Joaquim Toledo Jr., São Paulo: UBU, 2017.

DOMENICI, T. *Após uso de robôs, Laureate agora demite professores de EAD*. São Paulo, **Agência Pública**. Disponível em: <<https://apublica.org/2020/05/apos-uso-de-robos-laureate-agora-demite-professores-de-ead/>>. Acesso em: 13 maio 2020.

FEITOSA JR. A. MTurk: quem são e o que fazem os brasileiros que estão na plataforma de “bicos” da Amazon. **Gizmodo Brasil**. 2020. Disponível em: <<https://gizmodo.uol.com.br/amazon-mechanical-turk-plataforma-bicos-ia/>>.

FIGARO, R. *Perfis e discursos de jornalistas no mundo do trabalho*. In FIGARO, R.; NONATO, C.; GROHMANN, R. (orgs.), **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista** (p. 7-143). São Paulo: Atlas, 2013.

\_\_\_\_\_. NONATO, C.; KINOSHITA, J. *Jornalistas em arranjos econômicos independentes de corporações de mídia: métodos e análises iniciais*. **Anais do 40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Curitiba, 2017. Disponível em: <[portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0420-1.pdf](http://portalintercom.org.br/anais/nacional2017/resumos/R12-0420-1.pdf)>.

GROHMANN, R. *Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal*. **Revista Eptic**. v. 22, n. 1, jan/abr. 2020. Disponível em: <<https://seer.ufs.br/index.php/eptic/article/view/12188>>.

HELOANI, R. **O trabalho do jornalista: estresse e qualidade de vida**. São Paulo: Unicamp, 2012.

HUWS, U. **A formação do cibertariado**. Trabalho virtual em um mundo real. Campinas: Edunicamp, 2017.

IBGE. Em 2018, mulher recebia até 79,5% do rendimento do homem. **Agência IBGE**, 2019. Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/23923-em-2018-mulher-recebia-79-5-do-rendimento-do-homem>>.

LIMA, C. C. N. **Jornalistas, blogueiros, migrantes da comunicação**: em busca de novos arranjos econômicos para o trabalho jornalístico com maior autonomia e liberdade de expressão. Tese de doutorado. Pós-Graduação em Ciências da Comunicação, ECA-USP,

2015. Disponível em: <<https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-26062015-112522/pt-br.php>>.

MAINGUENEAU, D. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

MICK, J.; LIMA, S. **Perfil do jornalista brasileiro**: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular, 2013.

MOLIANI, J. A. **O trabalho em agências de comunicação**: processos produtivos e densificação da atividade no jornalismo de cabo preso com o cliente. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação. Universidade de São Paulo, 2020.

SCHWARTZ, Y.; DURRIVE, L. **Trabalho & Ergologia**. Conversas sobre a atividade humana. Niterói: Eduff, 2007.

# ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

---

---

## Quadros

QUADRO 1 – PROFISSÃO, CARGO E ATIVIDADE (1)	19
QUADRO 2 – PROFISSÃO, CARGO E ATIVIDADE (2)	20
QUADRO 3 – PROFISSÃO, CARGO E ATIVIDADE (3)	21
QUADRO 4 – PROFISSÃO, CARGO E ATIVIDADE (4)	23
QUADRO 5 – MUDANÇAS NA ROTINA DE TRABALHO	30
QUADRO 6 – INTENSIFICAÇÃO DO TRABALHO E USO DE APLICATIVOS	57
QUADRO 7 – CONDIÇÕES DE TRABALHO EM VEÍCULOS DE NOTÍCIAS	58
QUADRO 8 – DIFICULDADES DEVIDO À FALTA DE RECURSOS PRÓPRIOS	59
QUADRO 9 – MUDANÇAS COM O <i>HOME OFFICE</i>	60
QUADRO 10 – DIFICULDADES COM O <i>HOME OFFICE</i>	60

## Tabelas

TABELA 1 - FAIXA ETÁRIA	24
TABELA 2 – ONDE TRABALHAM?	28
TABELA 3 - TEMPO DE AUMENTO DA JORNADA DIÁRIA	37
TABELA 4 - TEMPO DE REDUÇÃO DA JORNADA DIÁRIA	38
TABELA 5 - COMO VOCÊ ESTÁ SE SENTINDO EM RELAÇÃO AO RITMO DE TRABALHO COMPARATIVAMENTE EM RELAÇÃO AO PERÍODO ANTES DA PANDEMIA?	41
TABELA 6 - TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO	42
TABELA 7 - TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO EM AGÊNCIA DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E PUBLICIDADE	43
TABELA 8 - TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO EM ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO	44
TABELA 9 - TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO EM MÍDIA ALTERNATIVA/INDEPENDENTE/COMUNITÁRIA/SINDICAL	45





TABELA 10 - TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO EM MÍDIA TRADICIONAL _____	47
TABELA 11 - RITMO DE TRABALHO NA PANDEMIA X EMPRESA PRIVADA _____	48
TABELA 12 - RITMO DE TRABALHO NA PANDEMIA X INSTITUIÇÃO DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO _____	48
TABELA 13 - RITMO DE TRABALHO X ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS _____	50
TABELA 14 - TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X SERVIÇO PÚBLICO _____	51

## Gráficos

GRÁFICO 1 - LOCAL _____	16
GRÁFICO 2 - ESCOLARIDADE _____	16
GRÁFICO 3 – FORMAÇÃO PROFISSIONAL _____	17
GRÁFICO 4 – PROFISSÃO _____	18
GRÁFICO 5 – FAIXA ETÁRIA _____	25
GRÁFICO 6 – GÊNERO _____	26
GRÁFICO 7 – ESTADO CIVIL _____	26
GRÁFICO 8 – FILHOS _____	27
GRÁFICO 9 – COM QUAL SUPORTE TRABALHA? _____	30
GRÁFICO 10 – CARGA HORÁRIA SEMANAL CONVENCIONAL _____	35
GRÁFICO 11 – CARGA HORÁRIA ALTERADA DURANTE A PANDEMIA _____	36
GRÁFICO 12 – AUMENTO DA JORNADA DE TRABALHO DIÁRIA _____	37
GRÁFICO 13 – REDUÇÃO DA JORNADA DE TRABALHO DIÁRIA _____	38
GRÁFICO 14 – RITMO DE TRABALHO NA PANDEMIA _____	41
GRÁFICO 15 – RITMO DE TRABALHO EM AGÊNCIAS DE COMUNICAÇÃO, MARKETING E PUBLICIDADE _____	44
GRÁFICO 16 – RITMO DE TRABALHO EM ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO _____	45
GRÁFICO 17 – RITMO DE TRABALHO NA MÍDIA ALTERNATIVA/INDEPENDENTE/COMUNITÁRIA/SINDICAL _____	46
GRÁFICO 18 – TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO EM MÍDIA TRADICIONAL _____	47



GRÁFICO 19 – TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO EM EMPRESA PRIVADA _____	49
GRÁFICO 20 – TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO EM INSTITUIÇÃO DE ENSINO, PESQUISA EXTENSÃO _____	49
GRÁFICO 21 – TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO EM ORGANIZAÇÕES NÃO GOVERNAMENTAIS _____	50
GRÁFICO 22 – TRABALHO <i>HOME OFFICE</i> X RITMO DE TRABALHO NO SERVIÇO PÚBLICO _____	51
GRÁFICO 23 – MEIOS PARA TRABALHO EM <i>HOME OFFICE</i> _____	53
GRÁFICO 24 – PROPRIEDADE DOS MEIOS DE TRABALHO _____	53
GRÁFICO 25 – LUGAR VIRTUAL DO TRABALHO – PLATAFORMAS E APLICATIVOS _____	55
GRÁFICO 26 – PRINCIPAIS MEDOS DOS COMUNICADORES _____	64

## **Figuras**

FIGURA 1 – NUVEM DE PALAVRAS A PARTIR DO QUESTIONAMENTO “VOCÊ CONSIDERA SEU TRABALHO ESSENCIAL?” _____	61
FIGURA 2 – AS PALAVRAS MAIS CITADAS NAS RESPOSTAS SOBRE OS MEDOS _____	66
FIGURA 3 – AS PALAVRAS MAIS CITADAS QUANDO SE TRATA DA EXPERIÊNCIA DE TRABALHO DURANTE A PANDEMIA DA COVID-19 _____	66



# SOBRE OS AUTORES

---

## **ROSELI FIGARO**

Professora livre-docente, coordenadora do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade de São Paulo. Bolsista Produtividade em Pesquisa do CNPq, Nível 2. É coordenadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT). Professora convidada da Celsa - Sorbonne Université. Diretora editorial da Revista Comunicação & Educação; e coordenadora do Laboratório de Pesquisa em Educomunicação (Labidecom). Diretora de relações internacionais da Sociedade Brasileira de Pesquisadores em Comunicação (Intercom). Professora visitante do Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), México. Possui estágio de pesquisa pós-doutoral no CIESPAL (2016) e pós-doutorado pela Universidade Aix-Marseille, França (2007), doutorado (1999) e mestrado (1993) em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo, e graduação em Jornalismo pela Faculdade de Comunicação Social Cásper Líbero (1981). Foi coordenadora do GT Recepção: processos de interpretação, uso e consumo midiático da Compós entre 2015 e 2018. Chefe do Departamento de Comunicações e Artes da ECA-USP (2012 a 2014 e 2014 a 2016).

## **JANAÍNA VISIBELI BARROS**

Doutora (2019) e mestra (2010) em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Possui especialização em Imagens e Culturas Midiáticas pela UFMG (2006); especialização em Meio Ambiente: educação, gestão e direito pela FUNEDI/UEMG (2004); graduação em Comunicação Social (Habilitação em Relações Públicas) pela Unicentro Newton Paiva (1999). Atualmente é professora da Universidade do Estado de Minas Gerais, na unidade Acadêmica de Divinópolis, nos cursos de Jornalismo e Comunicação Social - Publicidade e Propaganda. É pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP; coordenadora do Grupo de Estudos e Pesquisas das Poéticas do Cotidiano da UEMG. Tem experiência na área de comunicação, atuando principalmente nos seguintes temas: economia política da comunicação, comunicação e trabalho, gestão da comunicação.

### **NAIANA RODRIGUES DA SILVA**

Doutoranda do Programa de Ciências da Comunicações da Escola de Comunicações e Artes (ECA), na Universidade de São Paulo (2018). Mestre em Comunicação pela Universidade Federal do Ceará (2011). Especialista em Teorias da Comunicação e da Imagem pela Universidade Federal do Ceará (2007) e graduada em Comunicação Social pela Universidade Federal do Ceará (2003). Professora do curso de Jornalismo da Universidade Federal do Ceará dedicação exclusiva (2014), atuando na área de jornalismo multimídia e convergência midiática. Atuou como professora do curso de Jornalismo da Faculdade 7 de Setembro (2013-2014), como repórter na revista Siará do Jornal Diário do Nordeste (2011 - 2013) e na editoria de Cidade do Diário do Nordeste (2004-2009).

### **CAMILA ACOSTA CAMARGO**

Professora do curso de Relações Públicas no FIAM-FAAM Centro Universitário, doutoranda e mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (PPGCOM-ECA-USP) e bacharel em Relações Públicas pela mesma instituição. Professora colaboradora do *lato sensu* em Gestão Integrada da Comunicação Digital para Ambientes Corporativos (ECA/USP) e em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Cásper Líbero). Integra o Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT-ECA-USP), onde participa atualmente de estudos sobre o trabalho de jornalistas na mídia alternativa. É *Ad hoc* do Conselho Regional de Profissionais de Relações Públicas (Conrerp 2ª Região).

### **ANA FLÁVIA MARQUES**

Doutoranda e mestra pelo Programa de Pós-Graduação de Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo. Pesquisadora do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho da ECA-USP. É também jornalista e especialista em Gestão de Comunicação e Marketing pela USP. Diretora de Formação do Centro de Estudos da Mídia Alternativa Barão de Itararé.

### **JOÃO AUGUSTO MOLIANI**

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (ECA/USP) onde defendeu a *tese O trabalho em agências de comunicação: processos produtivos e densificação da atividade no jornalismo de rabo preso com o cliente*. Formado em Jornalismo com especialização em Projetos Empresariais Públicos e Privados (UFPR) e mestrado em Letras/Linguística (UFPR). É professor-adjunto no Departamento de Comunicação e Linguagens da Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Sua área de atuação docente é a de comunicação organizacional, especificamente no que tange à relação entre a comunicação e o mundo do trabalho. Iniciou a carreira

profissional como assessor de comunicação no Banco do Brasil. Atuou na iniciativa privada, tornando-se sócio de uma agência de comunicação. Em 1998 iniciou a carreira docente em paralelo às atividades de comunicação. Em 2012 se desligou das atividades na iniciativa privada para assumir como professor na UTFPR em regime de dedicação exclusiva.

#### **JAMIR OSVALDO KINOSHITA**

Doutorando em Ciências da Comunicação na Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Mestre em Ciências da Comunicação (2019) e pós-graduação *lato sensu* em Gestão de Processos Comunicacionais (2003) pela ECA-USP. Graduação em Comunicação Social/habilitação em Jornalismo (1995) pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Pesquisador do Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho (CPCT) da ECA-USP (desde 2017). *Expertise* prático de mais de 20 anos no mercado de comunicação público e privado com foco em *Public Relations*, *Public Affairs*, consultoria e posicionamento de reputação institucional, ações de *advocacy*, estratégias de *design thinking*, gerenciamento de crises, *media training* para porta-vozes, análise de serviços de comunicação e publicidade para processos licitatórios, curadoria e produção de conteúdos para livros de memórias institucionais, *e-books*, publicações impressas e audiovisuais, sites e redes sociais. Foi professor dos cursos de Publicidade e Propaganda e de Gestão de Marketing da Faculdade de São Paulo/UNIESP e dos cursos de Relações Públicas, Publicidade e Propaganda e de Jornalismo das Faculdades Integradas Torricelli/Anhanguera Educacional.

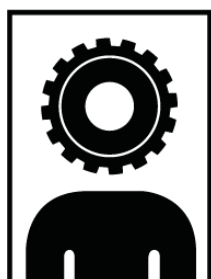
#### **DANIELA FERREIRA DE OLIVEIRA**

Doutoranda em Ciências da Comunicação na Universidade de São Paulo - USP (2020). Mestra em Ciências da Comunicação pela mesma instituição. Graduada em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul - UFRGS (2005). Bolsista CAPES em nível de mestrado, com extensões universitárias no Centre d'Études sur l'Actuel et le Quotidien - Université Paris Sorbonne (2012) e no College of Journalism & Communications - University of Florida (2013). Intercâmbio cultural General English Super - Chicago (2013). Especialização em Formação Pedagógica pelo Centro Estadual de Educação Tecnológica Paula Souza - CEETEPS-SP (2016). Possui experiência docente em nível superior e técnico. Publicitária com 10 anos de atuação no mercado nacional (em veículo de comunicação, agências de publicidade e escritório de *branding* e *design*), recebeu dois Prêmios Colunistas na Categoria Mídia *Online* (2010). Pesquisa comunicação e trabalho na publicidade, bem como comunicação e educação (metodologias ativas, *canvas*, *design thinking* e aprendizado orientado a Projetos).

## **FERNANDO FELÍCIO PACHI FILHO**

Possui graduação em Português/Lingüística pela Universidade de São Paulo (2003), graduação em Comunicação Social: Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (1989), licenciatura em Português pela Universidade de São Paulo (2007), graduação em Filosofia (2017) pela Universidade de São Paulo, doutorado em Lingüística (2008) pela Universidade Estadual de Campinas, mestrado em Comunicação e Semiótica pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (2000) e pós-doutorado em Comunicações e Artes pela Universidade de São Paulo (2018). Atualmente é professor da Faculdade de Tecnologia Termomecânica (FTT) e da Universidade Paulista (Unip). Tem experiência na área de Lingüística, com ênfase em Análise do Discurso, atuando principalmente nos seguintes temas: análise do discurso, comunicação e imprensa





Centro de Pesquisa  
**Comunicação  
& Trabalho**