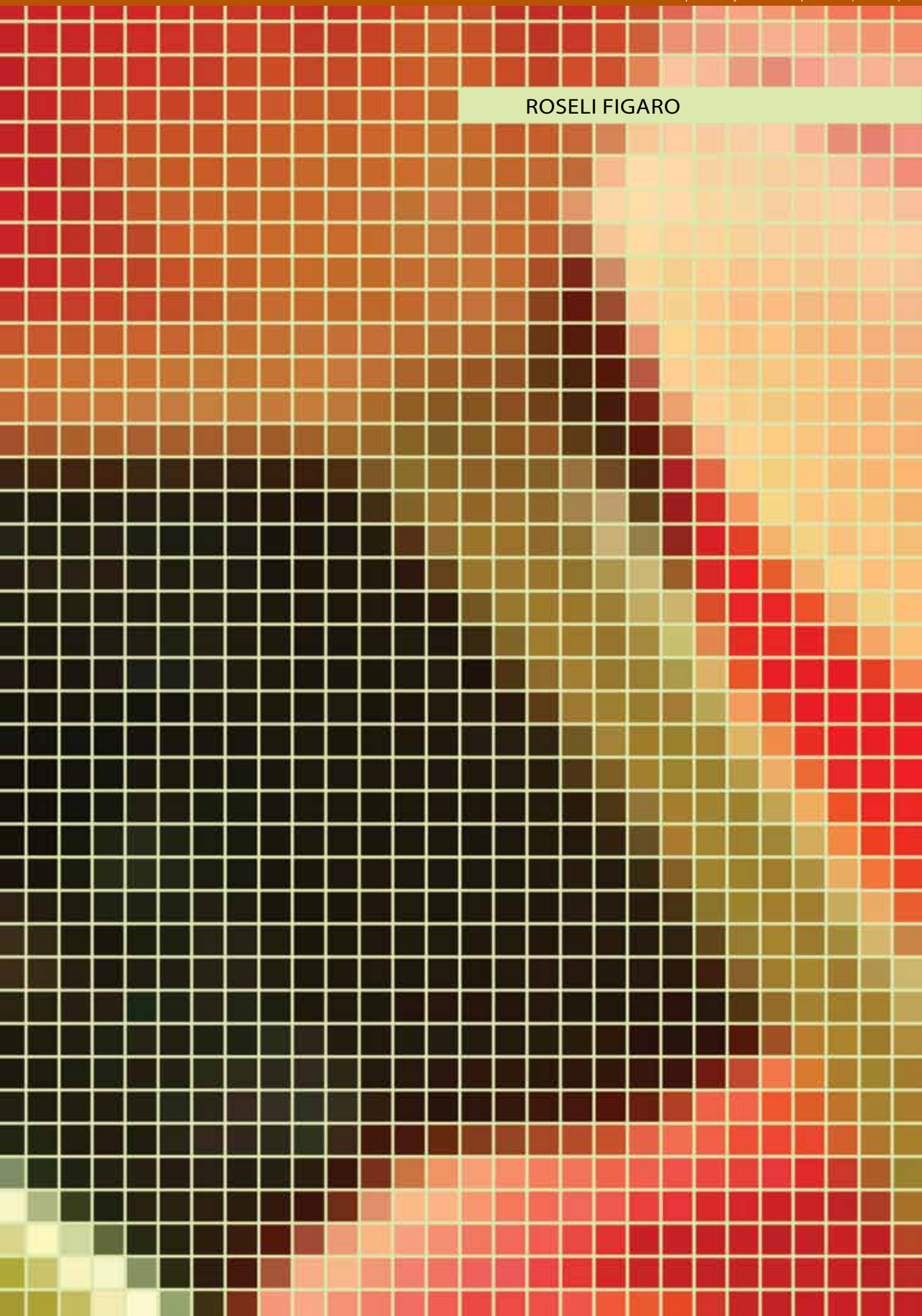
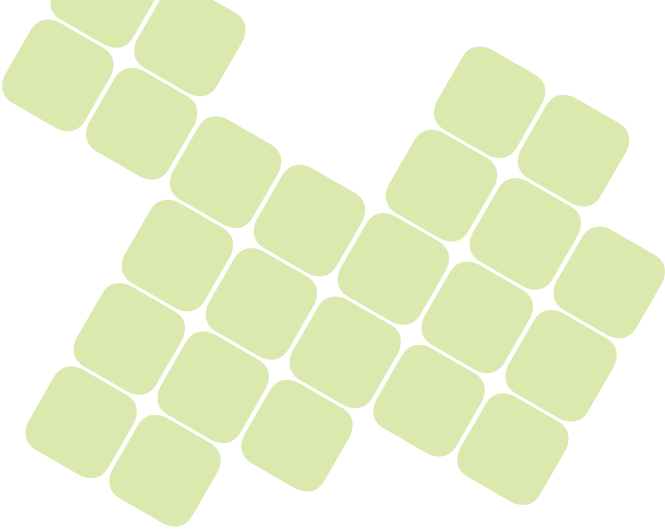


ROSELI FIGARO






**ROSELI FIGARO**  
é professora  
da ECA-USP e  
coordenadora do  
Grupo de Pesquisa  
Comunicação e  
Trabalho.



**Comunicação  
e trabalho para  
mudanças  
na perspectiva  
sociotécnica**



## RESUMO

Este artigo é uma reflexão, a partir do campo da comunicação, sobre a presença das tecnologias de informação e de comunicação no mundo do trabalho. Para cumprir esse objetivo, problematiza-se a atividade humana como atividade de comunicação e de trabalho. As tecnologias são produtos dessa atividade, inserem-se no contexto sociotécnico contemporâneo e revelam contradições e exclusões. A título de contribuição, apresentam-se relatos de profissionais do campo da comunicação sobre as mudanças no mundo do trabalho dos comunicadores.

**Palavras-chave:** comunicação, atividade, mundo do trabalho, tecnologia, cibercultura.

## ABSTRACT

*This article is a reflection on the presence of information and communication technologies in the work world from the viewpoint of communication. To reach such goal, human activity is viewed as a communicational and work activity. Technologies are products of that activity; they are within the contemporary socio-technical context, and reveal contradictions and exclusions. As a contribution, we present reports from professionals from the field of communication on the changes in the work world of communicators.*

**Keywords:** communication, activity, work, technology, cyberculture.

## INTRODUÇÃO

Q

uando a plateia ficou assustada com o filme dos irmãos Lumière<sup>1</sup>, cuja imagem parecia fazer o trem entrar na sala de projeção, não se poderia imaginar que, um século depois, a projeção em 3D<sup>2</sup> tornaria ainda mais realista a quebra de barreira entre a tela e a plateia. A transformação

dos instrumentos e das linguagens cinematográficas, nesse período, mostra-nos como os usos que a sociedade faz de uma tecnologia não vêm prescritos, não são inerentes a ela, mas afinam-se ao contexto mais amplo das relações socioeconômicas.

Uma tecnologia é fruto de experiências e conhecimentos acumulados, de necessidades a serem transpostas e de projeções para o futuro, as quais se organizam com os recursos imaginários e de conhecimento que se têm acumulado do passado no presente. Ela resulta da práxis humana, sobretudo das relações de comunicação que a atividade engendra e passa de uma geração a outra.

Nosso objetivo, neste artigo, é refletir sobre as tecnologias de informação e de comunicação no mundo do trabalho. Para cumpri-lo, problematizamos a atividade humana em relação à comunicação e ao trabalho. Essa abordagem possibilita entender as tecnologias de informação e de comunicação em consonância a estratégias de organização do trabalho, cujas lógicas são comunicacionais. Na parte final, apresentamos relatos de profissionais do campo da comunicação sobre as mudanças no mundo do trabalho dos comunicadores.

## ATIVIDADE DE COMUNICAÇÃO E DE TRABALHO

Propomo-nos a um estudo pluridisciplinar (Morin, 2002) que abre o campo da comunicação ao diálogo com outras áreas

de conhecimento, para tratar das relações de comunicação no mundo do trabalho e as mudanças tecnológicas.

A abordagem ergológica<sup>3</sup> é aquela que, do ponto de vista epistemológico, prioriza o estudo das situações de trabalho a partir da dialética entre os saberes instituídos (norma, prescrição) e os saberes da experiência (inédito da atividade concreta) (Schwartz & Durrive, 2008). Nessa perspectiva a atividade humana guarda sempre algo de inédito, de criativo, capaz de renormalizar a norma, fazendo avançar o conhecimento.

Para Léontiev (1976, p. 78), a atividade humana coloca em relação trabalho e comunicação.

“No trabalho, os homens entram inevitavelmente em relação, em comunicação uns com os outros. Na origem, suas ações, propriamente o trabalho, e sua comunicação formam um processo único. Agindo sobre a natureza, os movimentos de trabalho dos homens agem igualmente sobre os outros participantes na produção. Isso significa que as ações do homem têm nessas condições uma dupla função: uma função imediatamente produtiva e uma função de ação sobre outros homens, uma função de comunicação”.

É a partir dessa compreensão que nos propomos a pensar as tecnologias de informação e de comunicação sem dissociá-las das relações concretas nas quais elas são apropriadas. Haja vista que tal dissociação pretende dissimular o inerente ineditismo, engendrado pelo sujeito em atividade; bem como apagar da história que os avanços tecnológicos são conquistas da humanidade. Pode estar nessa dissociação a origem de interpretações deterministas do processo de comunicação mediado pelas tecnologias.

Richard Barbrook, em *Futuros Imaginários, das Máquinas de Pensar à Aldeia Global* (2009), embora um entusiasta de teses capazes de unir Marx, Wiener e McLuhan, numa espécie de humanismo revolucionário e cibernético, faz, na conclusão de seu livro, afirmações capazes de sintetizar análises sobre o futuro com

1 Irmãos Lumière – August Marie Louis Nicholas Lumière (1862-1954) e Louis Jean Lumière (1864-1948), *L'Arrivée d'un Train en Gare de la Ciotat (A Chegada do Trem na Estação)*, documentário, mudo, um minuto, preto e branco, filme apresentado em Paris, em 1896.

2 Terceira Dimensão – recurso que faz a imagem (em movimento ou não) proporcionar à visão humana a ilusão de realidade por meio de uma profundidade de terceira dimensão.

3 Ergologia – da palavra *ergon*, “criação, arte”. Abordagem pluridisciplinar que estuda as situações de trabalho, buscando entendê-las como atividades singulares nas quais o sujeito se manifesta por inteiro. Cf. Schwartz, 1997.

as novas tecnologias e conclui algo muito coerente. Afirma Barbrook (2009, p. 383):

“Desde meados dos anos de 1990, as possibilidades culturais e políticas abertas pela Internet se tornaram simbolizadas por novos ícones: ciborgues socialista-feministas, hackers anarco-comunistas e artesãos digitais social-democratas. Durante as últimas quatro décadas, suas atitudes ‘façam-vocês-mesmos’ transformaram com sucesso as máquinas de fazer guerra e dinheiro em ferramentas de sociabilidade e expressão pessoal. No início do século XXI, os usuários da Internet são agora tanto consumidores quanto produtores de mídia. A vanguarda perdeu seu monopólio ideológico. O espetáculo foi quebrado. Dentro da Internet, o comunismo cibernético existe aqui e agora. Entretanto, ao mesmo tempo, a chegada da sociedade da informação não precipitou uma transformação social mais extensa. O pós-fordismo é quase indistinguível do fordismo. O comunismo cibernético é bem compatível com o capitalismo *ponto com*. Ao contrário do que diziam as doutrinas do McLuhanismo, a convergência das mídias, das telecomunicações e da computação não libertou – e nunca libertará – a humanidade. A Internet é uma ferramenta útil, não uma tecnologia redentora. Na teoria sem fetiche, são os humanos os heróis da grande narrativa da história”.

Como se depreende do excerto, o autor dá relevância à história e ao processo produtivo para desenvolver sua análise. Para nós, história e processo produtivo engendram a lógica do papel das tecnologias na sociedade. O contexto que conforma todo o período de mudanças, proporcionadas pelas tecnologias, está relacionado à problemática do modo de produção. O advento da máquina a vapor, por exemplo, não pode ser separado do êxodo populacional para as cidades, uma vez que novas necessidades de mão-de-obra surgiram para a plena realização do capital, da ascensão de uma nova classe social e de um construto científico que propõe questões e busca respostas a elas.

Dierkes, Hofmann e Marz (2000, p. 158) afirmam que:

“[...] A tecnologia é profundamente marcada pelo contexto em que é elaborada e explorada. Cada fase da elaboração e do funcionamento de uma nova tecnologia implica uma série de escolhas entre diferentes opções. Um leque de fatores independentes – econômicos, sociais, culturais, políticos, organizacionais – pesa sobre as opções tomadas”.

Se a tecnologia é *marcada pelo contexto*, o que causa tal marca é a interdependência e não a independência entre fatores econômicos, sociais, culturais, etc. As escolhas sobre apropriações e usos baseiam-se em práticas culturais, em processos comunicacionais, em valores sociais e interesses econômicos.

Scolari (2008) chama atenção para o contexto de existência das novas tecnologias no ambiente sociotécnico<sup>4</sup> de concentração vertical e horizontal das empresas de comunicação.

*“En este recorrido sobre los procesos productivos hemos hablado sobre todo de las nuevas formas de hacer la comunicación. Sin embargo, todas estas prácticas se generan en un entorno altamente competitivo donde, mal que les pese a los profetas de la new economy, las viejas leyes capitalistas siguen vigentes. Las fusiones verticales u horizontales de sociedades, las operaciones de concentración o la conquista agresiva de nuevos mercados – siempre al filo de las legislaciones antimonopólicas – no han dejado de caracterizar a las empresas de comunicación. Una construcción teórica sobre las hipermediaciones no debería quedar embriagada por las nuevas prácticas productivas y olvidarse de los principios de lucro y rentabilidad que rigen el funcionamiento de las industrias culturales”* (Scolari, 2008, p. 210).

Se, por um lado, as tecnologias digitais proporcionam inovação e transgressão dos modelos tradicionais de relação entre produção e consumo, por outro, as organizações buscam formas de enquadramento das novidades sem romper com os fundamen-

4 “O desenvolvimento da Escola Sociotécnica teve início no Instituto Tavistock de Londres, nos anos 50, sob a coordenação de E. Trist, F. Emery, Rice, Jacques, Hall e Bramfort. [...] O modelo sociotécnico parte do pressuposto de que todo sistema tem entrada, processamento e saída. Assim, a organização enquanto sistema de produção recebe (importa) matéria-prima (energia, informação e recursos) do meio ambiente, e processa essas matérias-primas, através de uma conversão, em energia, informações, produtos acabados” (Gomes, Borelli, Nazaré, 2009).

tos que as estruturam. As redes sociais, o teletrabalho e a informação em tempo real dialogam com o novo, com o futuro na mesma medida em que foram apropriados pelas condições objetivas que nos fazem estar no agora de um sistema econômico cada vez mais centralizador.

## MODELO DA RACIONALIDADE LINEAR – O HOMEM-BOI

Os usos das tecnologias de informação e de comunicação, nascidas no início do século XX, observaram a lógica da produção e da distribuição em larga escala, do consumo da mão-de-obra a partir do barateamento de custos e da garantia de lucratividade; orientaram-se pela organização de uma burocracia de Estado e inseriram-se nos processos de organização do trabalho, regidos por racionalidade, denominada de científica. Foi essa racionalidade organizativa (Freddi, 1998) que instituiu modelos e processos de organização que aliam o objetivo da produção em larga escala, com grande lucratividade, à adequação dos usos tecnológicos. Nasceram, nesse período, os primeiros estudos que problematizam a comunicação humana mediada por tecnologias. O rádio, o cinema, a fotografia serão analisados pela orientação da comunicação como transmissão da informação de um polo a outro (Wolf, 1992; Mattelart, 1997). Percebe-se certa afinidade entre os procedimentos do modelo científico de organização do trabalho<sup>5</sup> e o tratamento dado à comunicação.

O homem, na racionalidade do modelo taylorista-fordista, é um corpo forte e resistente que deve ser usado no máximo de sua capacidade produtiva. Charles Chaplin traduziu magnificamente a metáfora do homem-boi de Taylor em cena de Carlitos, em *Tempos Modernos*. Na fábrica taylorista-fordista, o humano não tem nenhuma relevância. Esse modelo produtivo espalha-se pela sociedade, transborda do lugar de trabalho para outras instituições.

Os meios de comunicação atendem à mesma lógica e são analisados no duplo papel de informar para *civilizar* (o inculto) e entreter para *conformar*.

É nesse período que se produzem teorias em diferentes áreas do conhecimento que tomam o homem, o sujeito, como um corpo que reage a estímulos. O cientificismo cartesiano e positivista predomina tanto nas ciências chamadas exatas, quanto nas biológicas e nas humanidades. Há a relevância da técnica e da tecnologia, tidas como autônomas dos usos, apropriações e circunstâncias sociais.

Em 1948, Norbert Wiener publica *Cibernética e Sociedade*, cujo conceito básico se aplica ao sentido de comunicação e controle entre homens e máquinas. De uma palavra de origem grega, que significa “direção, condução” (como um piloto ou um governante), pressupõe-se a orientação capaz de sintetizar o direcionamento planejado de uma ação. Esse conceito foi e é utilizado na tentativa de padronizar, sistematizar a atividade humana para reproduzi-la em similares artificiais e/ou programados (inteligência artificial). Nesse diapasão, a comunicação é, sobretudo, transporte e transmissão de informação (luz, sinais, calor, *bits*, imagens, palavras) como se o ser humano fosse também ele uma máquina.

Embora o conhecimento humano tenha produzido maravilhas capazes de transformar a vida de milhões, propiciando conforto, segurança e maior expectativa de vida, a lógica da apropriação de riquezas que orienta o emprego dos produtos desse conhecimento impede a plena realização da humanidade e entra em rota de contradição com tais benefícios, não distribuídos. Esse é o jogo de forças que marca os grandes conflitos e as crises do século XX (Hobsbawm, 1995). O desenvolvimento das forças produtivas e das ciências coloca-se em oposição à apropriação privilegiada que se faz delas. Esse continua sendo o desafio do século XXI, as novas tecnologias de informação e de comunicação ampliaram essa contradição e reclamam uma forma mais elevada de seu uso.

5 Cujos princípios (científicos) foram propostos por Frederick Taylor e, depois, aperfeiçoados, na linha de montagem, por Henry Ford.

## SUBTRAIR O SABER-FAZER: POLIVALÊNCIA E FLEXIBILIDADE

A resposta às novas demandas saídas dos dois grandes conflitos bélicos, da Guerra Fria e das disputas multilaterais por mercados e territórios fez da crise econômica, dos anos de 1970, o ponto de virada para a introdução de um novo modelo de organização dos processos produtivos. O sucesso da economia capitalista japonesa se impôs como modelo às indústrias do Ocidente, com o método denominado de *toyotista*<sup>6</sup>. A organização do processo produtivo a partir da demanda tornou-se possível pela intensificação dos usos da comunicação na organização do trabalho. O fim da Guerra Fria consolida a entrada de tecnologias, antes voltadas para as guerras, para o uso civil. Fatos que desencadeiam a explosão de novos produtos tecnológicos (robôs, computador pessoal, Internet) com a automação e a informatização dos ambientes de trabalho.

Se as mudanças tecnológicas no mundo do trabalho são surpreendentes, é a reorientação do fluxo de trabalho que revoluciona a planta das empresas. A demanda por produtos e a produção por metas proporcionam ganhos de produtividade e otimização de custos (corte de mão-de-obra). A reorientação da sinalização de entrada e saída de materiais e produtos se faz por meios diversificados: cartazes coloridos, painéis e sinais sonoros. O discurso persuasivo e as estratégias retóricas são usados para implantar o consentimento à intensificação do ritmo de trabalho, à colaboração, à inovação por meio de programas de coleta de ideias para o aperfeiçoamento do processo produtivo (Antunes, 1999; Coriat, 1994). Nesse novo paradigma, a apropriação do saber-fazer, da criatividade, da participação do sujeito, na forma de polivalência e de flexibilização das funções no trabalho, requer estratégias comunicativas simuladoras da horizontalidade das relações entre as equipes de trabalho e os diferentes níveis hierárquicos. As tecnologias de informação

e de comunicação permitem essas reorientações, mas não escapam à lógica do ambiente sociotécnico organizacional.

## ARTEFATO, ATIVIDADE, INSTRUMENTO

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

Os autores explicam que, na *interação* homem-máquina, ambos são considerados como entidades heterogêneas, e essa relação implica uma interface (dispositivo; *hardware* ou *software*). Analisam-se, nesse caso, a qualidade da interação para a realização da tarefa, a facilidade de aprendizagem, a adaptação e a proteção contra os erros do usuário. No *sistema* homem-máquina, ambos são considerados “componentes de um mesmo sistema funcional engajados em conjunto na realização de uma tarefa” (Folcher & Rabardel, 2007, p. 209). A finalidade, a ser realizada em um dado ambiente, orienta o sistema homem-máquina; a máquina está acoplada ao processo cognitivo do operador, mas a tarefa, o objetivo a cumprir é do sistema em seu conjunto. Já a “atividade *mediada* pelos artefatos se centra no uso humano das ferramentas culturais” (Folcher & Rabardel, 2007, p. 209). Os autores buscam em Vygotski a explicação teórica para esse tipo de atividade. “A mediação da atividade humana pelos artefatos é considerada como o fato central que transforma as relações do sujeito com o mundo, as funções psicológicas, e condiciona seu desenvolvimento” (Vygotski apud Folcher & Rabardel, 2007, p. 209). Ou seja, trata-se de entender as tecnologias como artefatos, ferramentas, produtos da cultura, originadas da ação e da atividade humanas.

6 Modelo de organização do processo de trabalho tomado da fábrica têxtil da Toyota, implementado pelo engenheiro Taiichi Ohno, no Japão, no pós-guerra. Baseia-se no tripé (filosofia orgânica) *kaizen*, *kanban*, *just-in-time*.

Na mesma linha de Vygotski, Léontiev (1976) considera a atividade mediada por artefatos como preponderante na formação da psique humana. O trabalho e a comunicação são os fundamentos dessa formação. E, aqui, avança-se da compreensão do artefato, como ferramenta cultural, para o instrumento. Visto que um novo artefato não é imediata e indiscriminadamente incorporado pelo sujeito, mas depende da articulação com a atividade concreta desse sujeito. Se cada cultura se basta a si mesma e constrói artefatos que respondam às suas necessidades (assim o é com as línguas e, sobretudo, com a comunicação), é na prática social que elas se atualizam. Assim, entre o artefato (ferramenta produzida pela cultura) e o instrumento há a atividade objetiva de cada indivíduo. Há a necessidade do uso, de esquemas de apropriação pessoal, há a manifestação da plenitude do sujeito em atividade. Daí Folcher e Rabardel (2007) classificarem o instrumento como “unidade mista”: por um lado, um artefato material ou simbólico, produzido pela cultura; por outro, esquemas de utilização associados, resultado de construção própria do sujeito. E ainda afirmam:

“Os artefatos aos quais são confrontados os sujeitos em situação de trabalho, de formação ou da vida cotidiana têm como característica terem sido elaborados para realizar funções previamente definidas, funções que propomos nomear [...] como funções constituintes. A instrumentalização do artefato faz emergir funções novas, momentaneamente ou duravelmente. Essas funções novas, elaboradas no uso no decorrer das gêneses instrumentais, são funções constituídas” (Folcher & Rabardel, 2007, p. 216).

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

utilização faz delas instrumentos renovados. Reiteram os autores:

“Através das gêneses instrumentais, os usuários contribuem, no uso, com a concepção ao mesmo tempo dos artefatos, esquemas de utilização, usos e suas condições. Tendem assim a estabelecer coerências entre as formas dos artefatos e as da atividade, a torná-las congruentes. O instrumento entidade composta de esquema e artefato realiza concretamente esse estabelecimento de coerência” (Folcher & Rabardel, 2007, p. 219 apud Folcher, 1999).

Quando nos reportamos às tecnologias de informação e de comunicação como uma nova esfera da cultura, denominada de “cibercultura”, estamos, de um lado, reiterando esse conceito no que ele contém em seu próprio nome, ou seja, *ciber* – de cibernética – remete-nos à definição de transmissão de informação e controle: unidirecionalidade, eficácia, quantificação. De outro, chamamos a atenção para as apropriações das tecnologias, como produto da atividade humana. Por isso, elas devem ser problematizadas no nível dos objetos empíricos concretos e consideradas no percurso de artefato a instrumento.

No Brasil, os últimos dados do IBGE apontam que 65% da população acima de dez anos não tem acesso à Internet. Dado relevante para se entender como as tecnologias de informação e comunicação – artefatos para a maioria e instrumentos para uma minoria – são incorporadas a partir da contradição e do conflito que tais apropriações e exclusões representam numa sociedade como a brasileira.

## MUDANÇAS NO MUNDO DO TRABALHO DO COMUNICADOR

O mundo do trabalho pode ser definido como o conjunto que engloba e coloca em relação a atividade humana de trabalho, o meio ambiente em que se dá a atividade, as prescrições e as normas (saberes



constituídos) que regulam tais relações, a experiência (saber investido), os produtos delas advindos, os discursos que são intercambiados nesse processo, as técnicas e as tecnologias que facilitam e dão base para que a atividade humana de trabalho e a sociedade se desenvolvam; as culturas, as identidades, as subjetividades e as relações de comunicação constituídas nesse processo dialético de atividade. É um mundo que passa a existir a partir das relações que nascem motivadas pela atividade humana de comunicação e de trabalho, e simultaneamente conformam e regulam a atividade por meio de leis próprias a ele.

A comunicação no mundo do trabalho dá-se pelas interações necessárias à atividade de trabalho e às necessidades de gestão de si por si mesmo e de si pelos outros (Schwartz & Durriue, 2008). Isso quer dizer que essa comunicação não é regulada pela mesma lógica da organização empresarial, não se restringe aos objetivos e valores da economia e da eficiência, pautadas pelo lucro, e não se restringe aos limites de um organograma. Ela é categoria de análise reveladora das relações e interações que se dão entre subjetividades, condição constitutiva do humano; e permite identificar a relação homem-máquina como centrada na mediação da atividade pelo uso de artefatos. Ela permite ao campo da comunicação propor-se como área do conhecimento para além das deontologias e rotinas da formação profissional (Mesquita, 2006).

O estudo das relações de comunicação no mundo do trabalho revela a partir de que valores as pessoas fazem suas escolhas; como se constituem os coletivos de trabalho; como elas se apropriam dos artefatos tecnológicos transformando-os em instrumentos afeitos à particularidade do sujeito; como se constituem as redes de ajuda e solidariedade na resolução de problemas e tarefas; e as mudanças que ora se dão nos perfis profissionais e nas sobreposições de funções.

No que toca ao mundo do trabalho dos comunicadores, as pesquisas que vimos desenvolvendo (Figaro, 2008)<sup>7</sup> mostram um território em constante transitoriedade.

Carlos Scolari (2008, p. 203) sintetiza o que também verificamos entre os profissionais de comunicação em nosso país:

*“Todas las profesiones de la comunicación, desde el periodista hasta el técnico de sonido o el fotógrafo, no sólo han vivido en carne propia una profunda mutación de las rutinas de trabajo y las modalidades de realización de su producto: también se han ido desenfocando los límites que separaban sus respectivos campos laborales”.*

Nessa mesma direção vai o enunciado de Jairo Mendes Leal, presidente da Editora Abril: “Nada mudou tanto no mundo quanto a empresa de comunicação” (entrevista concedida em 15/1/2007, in Figaro, 2008b, p. 246). Ou ainda a fala de Roberto Civita, preocupado com os suportes da informação, um desafio a ser desvendado pelo negócio de fazer revistas impressas.

“Não importa em que suporte eles preferem ler. [...] o que nós temos que aprender a fazer e bem e cada vez melhor, é produzir esse conteúdo, de forma que ele possa ser aproveitado em múltiplas plataformas. [...] Agora, eles vão querer isso em pílula, para eles tomarem e acordarem sabendo tudo; tudo bem, a gente fabrica a pílula, não tem problema! [...]” (Roberto Civita, entrevista, fevereiro de 2007, in Figaro, 2008b, p. 257).

Os desafios desencadeados pelos novos artefatos comunicacionais afetam o conjunto da sociedade e incidem de maneira específica sobre diferentes setores e estruturas organizacionais. A empresa necessita ser repensada, humanizada (Peruzzo, 2004); o produto que ela fabrica está em processo contínuo de inovação; a organização do trabalho, os relacionamentos e as rotinas profissionais, bem como os perfis profissionais passam por transformação.

Para Scolari (2008, p. 204) *“El universo profesional de la comunicación está viviendo la transición de una lógica productiva a otra, un momento de grandes tensiones equiparable – con sus luces y sombras – al Renacimiento o a la Revolución Industrial”.*

7 Cf. [www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho](http://www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho).

Para atender a esse quadro de transformações exige-se um profissional de comunicação capaz de transitar por diferentes áreas e competências (das técnicas, das linguagens e das artes), ser polivalente, isto é, assumir diferentes funções, redesenhando seu perfil profissional. Espera-se que ele seja um planejador, gestor dos processos comunicacionais (Baccega, 2002).

As empresas requerem um profissional com habilidades em multiplataformas, com destreza no uso da língua e das linguagens para produzir enunciados de acordo com os requisitos das diferentes plataformas e dos objetivos de consumo. Exigem que tenham habilidades no uso dos artefatos de navegação na Internet e atuação nas redes sociais; e maturidade intelectual para coletar, selecionar e organizar as informações disponíveis em abundância cada vez maior.

As empresas da área não têm tido muitas dificuldades em compor o quadro de trabalhadores com esse perfil, pelo menos no que diz respeito às sensibilidades necessárias para a “alfabetização” no uso dos artefatos virtuais. Para José Land Neto (entrevista concedida em 23/3/2007, in Figaro, 2008b, p. 323), diretor de Propaganda da Central

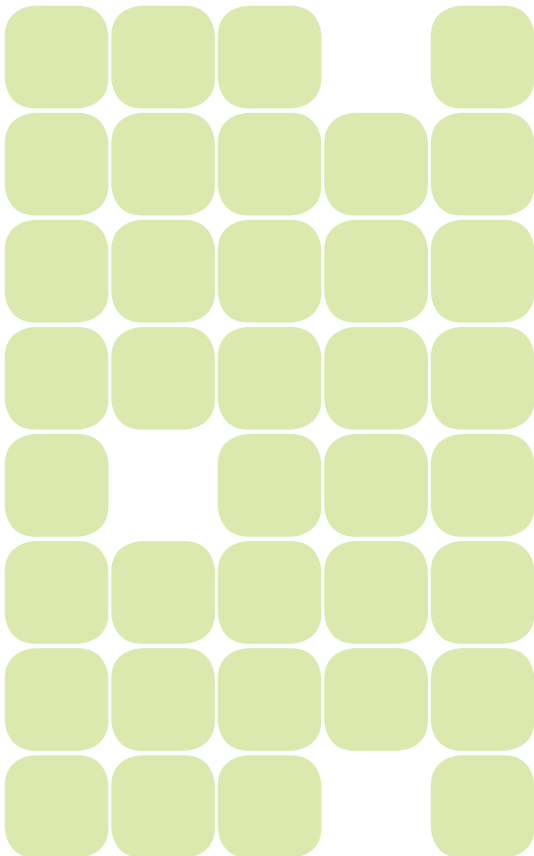
Globo de Comunicação: “[...] os garotos, na faixa de 17, 18, 19 anos têm muito a nos ensinar. Eles têm, primeiro, uma vivência sensorial completamente diferente da que nós tivemos quando começamos há 25 anos; segundo, eles são multimídia, eles nascem multimídia [...]”.

Esse tem sido um dado relevante e motiva muitas empresas a renovarem seu quadro de profissionais. A mudança dos perfis dos profissionais da comunicação também diz respeito à faixa etária. Cada vez mais jovens, facilitam a mudança “cultural” nas empresas, porque não trazem consigo a memória de um saber-fazer constituído ao longo de uma trajetória, cujos processos de trabalho envolviam tecnologias analógicas, outras rotinas e procedimentos. As pesquisas mostram que os mais jovens são menos resistentes à flexibilização e à polivalência.

Scolari (2008, p. 206) denomina o jornalista da era digital de “*periodista multiplataforma polivalente*”. Essa polivalência tem sido buscada com investimentos de tempo e recursos financeiros próprios. As organizações esperam encontrar prontos os profissionais a contratar. Na pesquisa já citada, o estudo dos perfis dos empregados de duas grandes empresas do setor de comunicação revela que a maioria busca atualização por conta própria sem esperar reconhecimento da empresa. Sobre essa questão Scolari (2008, p. 206) afirma:

*“La actualización permanente corre por cuenta del (profesional) – las empresas no suelen intervenir en esta formación, que termina desarrollándose fuera del horario de trabajo – y se convierte en una actividad obligatoria no sólo para progresar en el mundo laboral: la misma supervivencia del profesional digital depende de la formación y actualización permanente”.*

Mais do que a atualização permanente para o uso de equipamentos e ferramentas, destacam-se as capacidades de pesquisa, seleção, apuração, crítica e edição de conteúdos. Nem sempre os jovens profissionais estão preparados para tal nível de responsabilidade.



Marcello Beraba (entrevista concedida em 2007, in Figaro, 2008b, p. 413), à época diretor da sucursal Rio de Janeiro da *Folha de S. Paulo*, destaca a necessidade de o profissional do jornalismo voltar-se para os fundamentos da profissão: pesquisa e apuração da informação.

“[...] a questão da credibilidade e da qualidade jornalística, ela é maltratada em geral porque a gente só trata praticamente sob o ponto de vista dos grandes assuntos, dos grandes temas que envolvem o jornalismo: o futuro do jornalismo, a ética do jornalismo, a gestão do jornalismo, as novas tecnologias do jornalismo e tudo mais. O beabá do jornalismo, que é a apuração – na década de 40, 50, 60, 70, com telefone, sem telefone, com Internet, sem Internet, com gravador, sem gravador e tudo mais, a apuração jornalística é renegada [...]”.

Além da capacidade de atuar em múltiplas plataformas e ter domínio sobre aspectos estéticos e de conteúdo, cada vez mais, exigem-se do comunicador noções de *marketing* e de administração, visto que se prioriza a visão de negócio/mercadoria já inserida no produto cultural, por meio do tratamento dado às pautas e à segmentação de públicos.

“Até acho que a formação do profissional de comunicação deveria ter, dentro da faculdade de comunicação, de propaganda, a cadeira de administração. São duas faculdades que acho que não conversam muito hoje e acho que seria bom para ambos os lados trocarem umas figurinhas no sentido da formação do aluno” (José Land Neto, in Figaro, 2008b, p. 324).

O fato é que as experiências desses profissionais e suas recomendações vão delineando a tendência de que, no futuro, se trabalhará em todas as mídias com pequenas equipes de multiprofissionais. Entre jornalistas, publicitários, *designers* haverá maior intersecção dos perfis. Como ressalta Scolari (2008, p. 207) ao referir-se ao jornalista, “*El redactor debe, entre otras*

*cosas, dominar la producción informativa para un médío caracterizado por las formas hipertextuales, la multimedialidad y la gestión de espacios colaborativos*”.

A convergência de tecnologias, plataformas, linguagens e até mesmo de empresas, permite afirmar que as mudanças identificadas no mundo do trabalho não se dão somente em decorrência das tecnologias de informação e de comunicação. Elas são vinculadas às lógicas organizativas do processo produtivo. Todavia, o mundo do trabalho conforma-se e confronta-se às lógicas da empresa capitalista, suscitando inovações e readequações.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Para o futuro o que se prepara hoje é a quebra das “fronteiras” entre emissores e receptores, reconhecendo-nos todos como usuários (Scolari, 2008, p. 246) dos ambientes comunicacionais. Cabe, portanto, questionar e se contrapor à lógica excludente do acesso às tecnologias de informação e de comunicação. E, consoante aos usos que fazemos delas, requer desnaturalizá-las, haja vista que o fundamento da formação do profissional da comunicação é o de ser mediador social. Trata-se, portanto, de repensar os valores que orientam as atividades.

No plano da formação acadêmica, os cursos universitários da área de comunicação precisam fortalecer a formação humanística e crítica no sentido de:

- formar cidadãos que prezem pelo direito humano à informação;
- formar profissionais que transitem com mais desenvoltura no tratamento de diferentes temáticas;
- prestar mais atenção à convergência tecnológica e tomar posição mais avançada em relação a esse tema;
- tornar efetivas as propostas curriculares que apontam para a transversalidade e a transdisciplinaridade, abrindo-se a possibilidades de pesquisa que tomem essa orientação.

## BIBLIOGRAFIA

- ANTUNES, R. *Os Sentidos do Trabalho*. São Paulo, Boitempo, 2000.
- BACCEGA, M. (org.). *Gestão de Processos Comunicacionais*. São Paulo, Atlas, 2002.
- BARBROOK, R. *Futuros Imaginários. Das Máquinas Pensantes à Aldeia Global*. São Paulo, Peirópolis, 2009.
- CORIAT, B. *Pensar pelo Averso. O Modelo Japonês de Trabalho e Organização*. Rio de Janeiro, UFRJ/Revan, 1994.
- DIERKES, M.; HOFMANN, J.; MARZ, L. "A Evolução Tecnológica e a Mudança Organizacional: Estruturas de Inovação Divergentes", in OECD, *As Tecnologias do Século XXI. Ameaças e Desafios de um Futuro Dinâmico*. Lisboa, Gepe, 2000.
- FALZON, P. (ed.) *Ergonomia*. São Paulo, Blucher, 2007.
- FIGARO, R. "Atividade de Comunicação e de Trabalho", in *Revista Trabalho, Educação e Saúde*, v. 6, n. 1, mar.-jun./2008a, pp. 107-45.
- \_\_\_\_\_. *Comunicação e Trabalho: as Mudanças no Mundo do Trabalho nas Empresas de Comunicação*. (Processo 2005/00367-5.) São Paulo, Fapesp, 2008b.
- FOLCHER, V.; RABARDEL, P. "Homens, Artefatos, Atividades: Perspectiva Instrumental", in *Collective and Individual Uses of a Cooperative Tool in a Work Setting: Problems of Design and Reuse*. International Conference on the Design of Cooperative Systems, 3, Cannes, 1998. Proceedings: COOP'98. Cannes, INRIA, 1998, pp. 25-28.
- FREDDI, G. "Teoria da Organização", in Norberto Bobbio et al. *Dicionário de Política*. Vol. 2. 4ª ed. Brasília, UnB, 1998.
- GOMES, E.; BORELLI, F.; Nazaré, J. "Teoria Sociotécnica: Resgatando o Construto à Luz da Críticidade", in *REGES – Revista Eletrônica de Gestão, Picos*, v. 2, n. 2, mai.-ago./2009, pp. 44-55 ([www.ufpi.br/reges](http://www.ufpi.br/reges) – acesso em 23/3/2010).
- HOBBSAWM, E. *Era dos Extremos. O Breve Século XX, 1914-1991*. São Paulo, Companhia das Letras, 1995.
- LÉONTIEV, A. *Le Développement du Psychisme*. 3ª ed. Paris, Editions Sociales, 1976.
- MATTELART, Armand y Michèle. *História de las Teorías de la Comunicación*. Barcelona, Paidós, 1997.
- MESQUITA, M. *O Quarto Equívoco. O Poder dos Média na Sociedade Contemporânea*. Coimbra, Edições Minerva, 2006.
- MORIN, E. *A Cabeça Bem-feita. Repensar a Reforma. Reformar o Pensamento*. 6ª ed. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2002.
- PERUZZO, C. M. K. *Relações Públicas no Modo de Produção Capitalista*. 4ª ed. São Paulo, Summus, 2004.
- SCOLARI, C. *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interativa*. Barcelona, Gedisa, 2008.
- SCHWARTZ, Y. *Reconnaissance du Travail. Pour une Approche Ergologique*. Paris, PUFF, 1997.
- \_\_\_\_\_; DURRIVE, L. *Trabalho e Ergologia*. Rio de Janeiro, EUFF, 2008.
- VIYGOTSKI, L. S. *Pensamento e Linguagem*. 3ª ed. São Paulo, Martins Fontes, 2005.
- \_\_\_\_\_. "La Méthode Instrumentale en Psychologie", in B. Schnewly; J. P. Bronckart (eds.). *Vygotsky Aujourd'hui*. Neufchâtel, Delachaux et Niestlé, 1930, pp. 39-48.
- WOLF, Mauro. *Teorias da Comunicação*. 2ª ed. Lisboa, Presença, 1992.
- WIENER, N. *Cibernética e Sociedade. O Uso Humano de Seres Humanos*. Rio de Janeiro, Cultrix, 1980.