

---

## **Automação e subsunção do trabalho intelectual em jornalismo: um estudo entre os egressos do curso da Universidade Estadual de Londrina<sup>1</sup>**

Geovanna da Silva FERREIRA<sup>2</sup>

Rodolfo Rorato LONDERO<sup>3</sup>

Daniel de Oliveira FIGUEIREDO<sup>4</sup>

Universidade Estadual de Londrina, Londrina, PR

### **RESUMO**

O objetivo desta pesquisa é investigar o mundo do trabalho, em especial o processo de automação, entre os egressos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina. Considerando a expressividade de agências de comunicação na cidade de Londrina e a atuação de jornalistas nesses espaços, esta pesquisa apresenta o seguinte problema: como o mundo do trabalho, em especial o processo de automação, se configura entre esses profissionais? Por meio da técnica de pesquisa de opinião, aplicamos um questionário de perguntas abertas e fechadas a esses egressos. Constatamos que o trabalho automatizado desses profissionais resulta em remuneração inferior ao piso local, alta rotatividade e ambiente estressante.

**PALAVRAS-CHAVE:** jornalismo; automação; subsunção do trabalho intelectual; comunicação digital.

### **1. Introdução**

O jornalismo desempenha um papel fundamental na sociedade, fornecendo informações precisas e relevantes para o público em geral. Com o avanço da tecnologia e a automação crescente nos processos de comunicação, o mundo do trabalho no campo jornalístico passa por profundas transformações.

Nesse contexto, essa pesquisa se propõe a analisar como essas transformações impactam a rotina e o bem-estar dos jornalistas, resultando em diversificação das funções e uso das mídias sociais como parte do trabalho. O referencial teórico deste estudo fundamenta-se na compreensão da economia pós-terceira revolução industrial e suas implicações no mundo do trabalho, especialmente no contexto jornalístico. A abordagem da financeirização da economia e o papel das organizações de plataforma na mediação do

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior – IJ01 – Jornalismo do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Graduada do Curso de Jornalismo da UEL, email: [geovanna.ferreira@uel.br](mailto:geovanna.ferreira@uel.br).

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação da UEL, email: [rodolfoondero@uel.br](mailto:rodolfoondero@uel.br)

<sup>4</sup> Coorientador do trabalho. Professor do Departamento de Comunicação da UEL, email: [daniel dof ig@uel.br](mailto:daniel dof ig@uel.br)

---

consumo e circulação de informações são essenciais para entender como os jornalistas estão inseridos nesse cenário em constante transformação. Além disso, é analisado o impacto da automação, entendida como subsunção do trabalho intelectual ao capital.

A metodologia empregada para a coleta de dados consiste em um questionário de perguntas abertas e fechadas aplicado aos egressos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina. Essa abordagem permite obter uma visão abrangente das experiências e percepções desses profissionais em relação às suas condições de trabalho, formação acadêmica, especialização, uso das mídias sociais e perspectivas de carreira. Com base nessas informações, o artigo busca repensar das formas de trabalho no jornalismo contemporâneo, visando melhorar as condições de trabalho e o bem-estar dos profissionais dessa área.

## **2. Terceira Revolução Industrial e subsunção do trabalho intelectual**

A Terceira Revolução Industrial, amplamente marcada por novos avanços tecnológicos, ocorre com a consolidação do capitalismo financeiro ou monopolista, resultando assim em um forte aumento de empresas multinacionais e crescimento econômico acelerado. Segundo Castro Filho (2010), essa nova etapa, que surge em meados do século XX, corresponde a um momento de expansão territorial e setorial do capitalismo que, vista sob o prisma da automação com base microeletrônica, demarca um processo de profunda especialização da subsunção real do trabalho intelectual.

Contudo, para compreendermos esse processo e especialmente pensarmos o caso da comunicação, é necessário ressaltarmos alguns pontos. As bases da divisão do trabalho “operam a partir da organização do trabalho manufatureiro, em oficinas organizadas sob comando capitalista, de indivíduos com diferentes habilidades e destrezas, com o objetivo de produzir produtos específicos” (CASTRO FILHO, 2010, p. 4). Segundo Marx (1980, p. 393), a manufatura se origina tanto da especialização de ofícios em operações parciais, quanto da decomposição de determinado ofício em diferentes operações a partir da cooperação dos trabalhadores. Sobre esse processo, Marx (1980) indica um elemento central: a passagem da subsunção formal (em que há a separação do produtor direto de seus meios de produção, transformando-o em um trabalhador assalariado) para a subsunção real do trabalho no capital, isto é, a introdução da máquina-ferramenta.

Bolaño define que “a subsunção real do trabalho significa que o trabalhador perdeu a sua autonomia e o controle que tinha sobre o processo de produção, cuja

---

estrutura e ritmo passam a ser ditados pela máquina [...]. Assim, é a máquina que passa a usar o trabalhador — e não mais o contrário” (BOLAÑO, 2002, p. 55). Com a “produção de máquinas por meio das máquinas”, o processo de expropriação do trabalho descrito por Marx (1980) se aprimora continuamente e solidifica-se por meio do taylorismo e fordismo. Ambos consistiam fundamentalmente em uma “parcelarização do trabalho, com a decomposição de tarefas cujo conjunto redundava na elaboração do trabalho coletivo” (OLIVEIRA, 2008, p. 33). Assim, “ao mesmo tempo em que o operário perdia destreza, sua conversão em apêndice da máquina-ferramenta dotava o capital de maior capacidade de extração do sobretrabalho” (ANTUNES, 1999, p. 37).

Porém, com o tempo, esses modelos geraram uma crescente exploração do trabalho acompanhada de uma fase de mudanças e incertezas, a qual levou a eclosão de revoltas por parte da classe trabalhadora, pressagiando a crise do *Welfare State*. Como as lutas da década de 1960 não desenvolveram um projeto hegemônico do trabalho contra o capital, instauraram-se novas alternativas de acumulação flexível, como é o caso do toyotismo. Esse modelo de produção industrial de viés japonês, que surgiu no final da década de 1970, se caracterizou pelo *just-in-time*, isto é, menor estoque de matérias-primas e produtos acabados, além da multifuncionalidade do trabalho em equipe, tecnologia de forma intensiva, máxima economia de tempo e operação simultânea de várias máquinas.

É diante desse cenário de reestruturação produtiva que se chega ao nível extremo da alienação e da desvalorização do trabalho. Logo, essas transformações ocasionaram em um “trabalhador pensado para o capital”, conforme afirma Antunes:

Além do saber operário, que o fordismo expropriou e transferiu para a esfera da gerência científica, para os níveis de elaboração, a nova fase do capital, da qual o toyotismo é a melhor expressão, retransfere o *savoir-faire* para o trabalho, mas o faz visando apropriar-se crescentemente da sua dimensão intelectual, das suas capacidades cognitivas, procurando envolver mais forte e intensamente a subjetividade operária. Os trabalhos em equipes, os círculos de controle, as sugestões oriundas do chão da fábrica, são recolhidos e apropriados pelo capital nessa fase de reestruturação produtiva. Suas ideias são absorvidas pelas empresas, após uma análise e comprovação de sua exequibilidade e vantagem (lucrativa) para o capital. *Mas o processo não restringe a essa dimensão, uma vez que parte do saber intelectual é transferido para as máquinas informatizadas, que se tornam mais inteligentes, reproduzindo uma parcela das atividades a elas transferidas pelo saber intelectual do trabalho* (ANTUNES, 1999, p. 131; grifo nosso).

Da mesma forma que se reduz o trabalho improdutivo nas fábricas, o qual incorpora-se ao trabalho produtivo, há também uma diminuição na divisão entre elaboração e execução “através da qual um grupo de trabalhadores atinge uma dimensão ativa, com o envolvimento no projeto da empresa na criação de valores” (OLIVEIRA, 2008, p. 37). Logo, o que podemos afirmar é que há a forte presença de um trabalho intelectual sob um fetichismo de mercadoria, evidenciando assim um trabalho social cada vez mais ligado a um trabalho intelectualizado, processo no qual as máquinas não precisam de todos os trabalhadores, mas sim dos mais “qualificados”, dos mais aptos a operá-las, chegando ao que Bolaño analisa como um processo de subsunção do trabalho intelectual:

O movimento secular de aproximação do trabalho intelectual ao modo de produção chega hoje a um ponto de maturação fundamental, com o desenvolvimento das tecnologias informacionais, que colocam na ordem do dia a questão da subsunção real do trabalho intelectual no capital e, simetricamente, da possibilidade de uma superação da divisão entre corpo e espírito no trabalho e do atual sistema de dominação (BOLAÑO, 2002, p. 88).

Sendo assim, não se trata apenas da forte presença da automação industrial, mas agora também da automação digital com as tecnologias de informação e comunicação (TICs), corroborando assim com a noção de um trabalho intelectual, visto que

informação e conhecimento não passam a determinar, tanto quanto o trabalho, o valor, pois não existe conhecimento ou informação produtiva em abstrato, desvinculados do próprio trabalho. *Trabalho informacional, trabalho intelectual são expressões adequadas para definir a nova situação em que o que se extrai do trabalhador, como fonte da mais-valia não são mais prioritariamente suas energias físicas, mas mentais* (BOLAÑO, 2004, p. 186-187; grifo nosso).

Tudo o que foi dito acima nos leva a pensar, portanto, em como o mundo contemporâneo vem passando por drásticas alterações que pressupõem, concomitantemente, uma mudança na organização do trabalho, que está cada vez mais descentralizado e automatizado nas fábricas e centros urbanos. Tais mudanças ocorrem, sobretudo, na área da comunicação, viabilizando novas formas de corte de custos e subsunção do trabalho.

Também é fundamental dizer que, diante desse novo cenário econômico, a informação está presente, uma vez que é formulada a partir de dados, que são, conseqüentemente, a matéria-prima do modelo de negócios das redes sociais e interfaces de comunicação (plataformas). Extraídos cada vez mais das próprias experiências dos usuários, softwares complexos automatizam trabalhos considerados intelectuais, cabendo muitas vezes ao profissional de jornalismo trabalhar junto dessas tecnologias, em muitos casos treinando-as.

### 3. Mundo do trabalho dos jornalistas

Diante do contexto histórico apresentado, esse novo momento do capitalismo após a década de 1970 gerou um novo regime de acumulação marcado pela flexibilidade, levando as próprias empresas a se reorganizarem. Essa flexibilidade compromete as funções exercidas pelo trabalhador, a carga horária, o local de trabalho etc., “fazendo muitas vezes que o trabalho invada a esfera privada e subtraia horas do tempo livre das pessoas” (FIGUEIREDO, 2018, p. 93).

Com o jornalismo isso não é diferente. Ele começa a adentrar nessa era da flexibilidade justamente com a informatização das redações (FONSECA, 2008; BALDESSAR, 2003). Logo, o uso cada vez maior de softwares para edição de fotos, textos e diagramação permitiu que menos profissionais sejam responsáveis por essas funções, levando cada vez mais a uma simplificação do trabalho, conforme explica Figueiredo:

O que há nesse caso é uma simplificação do trabalho pelo software tirando dessas tarefas seu caráter artesanal, mas sem expelir seu caráter subjetivo, uma vez que o trabalhador ainda toma decisões em relação às tarefas. No caso dos editores de texto que apresentam correção automática e pré-diagramação do texto, medindo-o por centimetragem ao invés de caracteres ou palavras, há (1) a eliminação do copidesque, uma vez que o repórter passa a corrigir seu próprio texto com a ajuda do editor e (2) outra simplificação do trabalho do diagramador que começa a se espalhar por outras etapas do processo de produção noticiosa (FIGUEIREDO, 2018, p. 70).

Essa flexibilização do trabalho amplia com o advento da internet a partir da década de 1990, que, além de trazer novos modelos de negócios e novos competidores ao mercado, integrou novas formas de linguagens em uma mesma mídia (digitalização). Do mesmo modo, softwares para edição de texto, vídeo e áudio permitiram que o jornalista

---

produza seus materiais em diferentes meios da mesma empresa, resultando nas chamadas redações integradas (SALAVERRIA; NEGREDO, 2009). Porém, essas novidades geraram uma grave crise nas indústrias jornalísticas, especialmente no impresso (BELL; OWEN, 2017), e quem acaba pagando por essas dificuldades são os jornalistas, com o acúmulo de tarefas, desemprego e precarização do trabalho.

Com o desenvolvimento da revolução microeletrônica, percebemos que o processo de subsunção cristaliza cada vez mais atividades ligadas ao trabalho intelectual em capital fixo, principalmente por meio do desenvolvimento de motores de busca, interfaces de comunicação (plataformas) e inteligência artificial, expulsando trabalho vivo de áreas até então intocadas pela automação. Em estudo sobre algoritmos jornalísticos a partir de dados levantados em três agências de notícias, Linden mostra que

os três estudos de caso de automação de notícias pesquisados mostraram: 1) ampliação da eficiência e satisfação profissional por meio da automação de tarefas monótonas e passíveis de riscos (Associated Press); 2) automação das rotinas jornalísticas, resultando em reduções na oferta de empregos para jornalistas (Local Labs); e 3) novas maneiras de trabalhar que requerem raciocínio computacional (ProPublica) (LINDEN, 2018, p. 21).

Os algoritmos jornalísticos operam como processos autônomos, mas os jornalistas precisam trabalhar de uma forma mais próxima à ciência da computação e aos “programadores no processo de criação de algoritmos para diferentes propósitos, mas também devem aprender como pesquisar mais criticamente o sistema de decisão dos algoritmos” (LINDEN, 2018, p. 21).

Em contraste aos resultados da pesquisa acima, um estudo envolvendo 149 egressos do curso de Comunicação com habilitação em Jornalismo da Universidade Federal da Bahia (UFBA) mostra que 52,1% criticam a formação prática e técnica oferecida pelo curso. A falta de atualização em relação ao mercado de trabalho reflete em 19,1% das queixas, indicando pouco contato com disciplinas voltadas para o jornalismo digital e online, assim como o ensino e a utilização de softwares mais modernos (COSTA et al, 2021, p.78). Sobre a inserção profissional desses egressos, portanto, sobre o mercado dos jornalistas, os autores mostram que

é possível perceber pelos dados que os meios tradicionais de comunicação, tais como a redação em veículos impressos (a exemplos

---

de jornais diários), televisão e rádio, são os meios nos quais os egressos menos atuam profissionalmente. Um total de 13,7% dos respondentes atua nesses três meios, rendendo-lhe uma expressividade próxima à alcançada pela atuação no meio de Marketing, que chegou a 13,3%. *Ambos representam números menores do que os obtidos pelas principais respostas, que foram Assessoria de Comunicação/Comunicação Estratégica, com 20,7%, Social Media, com 17,4%, e redação em veículos digitais, com 17%* (COSTA et al, 2021, p. 83; grifo nosso).

As agências de comunicação digital, em geral constituídas por uma pequena equipe responsável por análise de métricas e produção de conteúdo publicitário para mídias sociais (Facebook, Instagram, Twitter, TikTok etc.), mostram-se como um espaço privilegiado para absorver essas novas funções exercidas pelos jornalistas. É importante esclarecer que as agências de comunicação surgem no Brasil ainda nos anos 1980, como resposta à recessão econômica da época (AUCAR, 2016, p. 263-265). Portanto, a gênese das agências de comunicação digital envolve tanto transformações já em andamento no mercado publicitário brasileiro, quanto o desenvolvimento de soluções tecnológicas em escala mundial. Considerando mudanças tão profundas no setor da comunicação como vimos até aqui, é importante entender como elas se manifestam no mundo do trabalho.

#### **4. Metodologia**

Utilizando a técnica de pesquisa de opinião (NOVELLI, 2005), aplicamos um questionário com perguntas abertas e fechadas aos egressos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina formados a partir de 2010. O estudo se concentra em uma população específica de formados, com ênfase naqueles que trabalham em agências de comunicação e utilizam softwares atuais, buscando compreender o contexto do mundo do trabalho nessa área.

A escolha do recorte temporal a partir de 2010 se deve ao notável crescimento do setor de comunicação em Londrina, conforme relatado pelo “Perfil de Londrina”, publicado anualmente pela Secretaria Municipal de Planejamento, Orçamento e Tecnologia. Ao examinarmos os dados, observamos os seguintes resultados: em 2010, havia 71 empresas de edição e impressão integradas, enquanto em 2021 esse número saltou para 452. No segmento de atividades cinematográficas, produção de vídeos, programas de televisão, gravação de som e edição de música, o número de empresas aumentou de 51 em 2010 para 237 em 2021. As atividades de rádio e televisão

mantiveram-se praticamente estáveis, com 37 em 2010 e 38 em 2021. Já as atividades de prestação de serviços de informação cresceram de 239 em 2010 para 276 em 2021 (SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E TECNOLOGIA, 2011, p. 69; SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E TECNOLOGIA, 2022, p. 141). Esses dados ressaltam a importância regional de Londrina no setor de informação e comunicação, corroborando pesquisas anteriores (FRESCA, 2013).

Com base nos dados obtidos e no recorte selecionado, desenvolveu-se um formulário utilizando o Google Forms. Esse questionário foi enviado por e-mail a todos os egressos incluídos no recorte. O contato com os entrevistados ocorreu entre os dias 24 de fevereiro e 31 de março de 2023. O mapeamento do universo de pesquisa foi realizado a partir dos dados do colegiado de graduação do curso de Jornalismo. Quando necessário, utilizou-se buscadores virtuais e redes sociais para obter informações de contato e aplicar o questionário. Considerando que alguns e-mails poderiam estar desatualizados ou não seriam checados a tempo, optou-se por uma amostragem não probabilística por critério de conveniência.

O universo de pesquisa mencionado é composto por 413 egressos. Levando em consideração uma pesquisa semelhante realizada em um universo de 411 egressos de Relações Públicas da UEL, buscando uma amostra com 95% de grau de confiabilidade e 5% de margem de erro, seria necessário entrevistar 132 profissionais formados na área de comunicação. No entanto, foram obtidas 134 respostas, indicando que a pesquisa atingiu o grau de confiabilidade e a margem de erro esperados.

O instrumento utilizado consiste em 29 perguntas, que têm o objetivo de identificar os participantes (idade, sexo e raça), compreender sua formação acadêmica, reunir dados gerais sobre a forma de contratação e trabalho, explorar suas condições e rotina de trabalho, e investigar sua atuação especificamente nas redes sociais.

## **5. Análise dos dados**

Sobre a primeira seção do questionário, a maioria dos respondentes possui 24 a 26 anos (27,42%) e 30 a 32 anos (25,81%). Ainda sobre a identificação desse público majoritariamente jovem, 62,2% dos entrevistados são mulheres e 78,3% se autodeclararam brancos.



---

Partindo para informações sobre o contrato de trabalho dos egressos, constatamos que a maioria trabalha sob regime CLT (58,73%), enquanto uma parcela significativa atua como autônomos/informais (37,30%). Uma parcela menor, representando 2,38%, se enquadra no regime estatutário/concursado. Entende-se que esses dados levantam preocupações sobre a falta de estabilidade e proteção trabalhista para os profissionais autônomos/informais. Inclusive, apontam para a necessidade de políticas que garantam melhores condições de trabalho e proteção social para todos os jornalistas, independentemente do regime de contratação.

Outro dado relevante é o alto nível de especialização dos egressos. Dos respondentes que trabalham na área da comunicação, 74,2% cursaram ou estão cursando algum tipo de pós-graduação. Esse cenário implica aos egressos um investimento significativo de tempo e recursos. No entanto, essa busca por maior especialização também gera expectativas de salários mais altos, melhores condições de emprego e, principalmente, oportunidades de atuar em funções que vão além das atividades operacionais.

Durante a pesquisa, examinamos as funções desempenhadas pelos egressos do curso de Jornalismo, constatando que 45,16% deles trabalham em funções tradicionais do jornalismo, como assessoria de imprensa, edição, reportagem, redação, direção de rádio e TV, e produção. Entretanto, também constatamos que 41,13% dos respondentes estão empregados em áreas não diretamente relacionadas ao jornalismo. Os cargos mais citados pelos egressos foram: analistas de comunicação, analistas de marketing, assistentes de marketing e gestores de projetos. Essa diversificação das áreas de atuação evidencia as novas oportunidades disponíveis para os egressos, que vão além das atividades tradicionais do jornalismo.

Ainda sobre a forma de trabalho, constatamos que quase metade dos egressos trabalhou ou está trabalhando em alguma agência de comunicação (48,3%). No entanto, é importante ressaltar que a grande maioria desses profissionais (85,8%) não está trabalhando em agências próprias (criadas por eles mesmos).

Quando questionados sobre o trabalho com mídias sociais, 67,5% dos formados em Jornalismo afirmaram estar ou ter trabalhado com essas plataformas. No entanto, é importante destacar que 96,3% dos egressos consideraram insuficiente a formação fornecida durante a graduação para atuar nas redes sociais. Isso inclui aqueles que avaliam a formação como pouco suficiente, insuficiente ou inexistente.

---

A avaliação do preparo para trabalhar com redes sociais durante a graduação revela que apenas 3,7% dos egressos consideraram sua formação como bastante suficiente, ou seja, possuindo conhecimentos acima do exigido. Essa constatação pode justificar o fato de que a maioria dos egressos que trabalham com redes sociais (53,1%) buscam cursos específicos para aprimorar seus conhecimentos nessa área.

Além disso, os egressos mencionaram as ferramentas, aplicativos e softwares mais utilizados no ambiente de trabalho. As mais citadas foram: Canva (30,25%); Photoshop (21,85%); Premiere (10,08%); Illustrator (8,40%); Indesign, Pacote Office e Trello (7,96%); e Chat GPT (6,72%). Em relação às redes sociais, 56,2% dos respondentes que trabalham nessa área atuam com o Facebook e/ou Instagram, 17,52% com o YouTube e 9,85% com o TikTok. Entre essas redes mencionadas, a maioria dos respondentes trabalha em funções como criação de conteúdo, estratégia/planejamento de conteúdo, atendimento e gestão de campanhas.

Os egressos também relataram que o trabalho na comunicação digital é repetitivo ou bastante repetitivo, categorizando-o como tal em 60,5% dos casos. Essa percepção pode ser atribuída ao fato de que as tarefas relacionadas às redes sociais muitas vezes envolvem a produção regular de conteúdo, monitoramento de métricas e interação com o público, o que pode se tornar monótono ao longo do tempo.

Essas informações, tanto em relação às diferentes funções desempenhadas pelos egressos, quanto à predominância do trabalho em agências de comunicação, suscitam reflexões sobre a precarização das condições de trabalho no campo jornalístico. Além disso, a constatação de uma parcela significativa de egressos atuar em áreas relacionadas ao marketing revela um distanciamento do jornalismo tradicional e levanta questionamentos sobre a adequação do currículo oferecido pelas universidades às demandas do mercado atual e às novas oportunidades.

Essa análise quase unânime da rotina de trabalho como repetitiva no ambiente digital está em consonância com as análises de cenário apresentadas anteriormente. Podemos interpretar os dados como uma consequência tanto do processo de subsunção do trabalho, no qual os profissionais se tornam operadores de maquinário, quanto da mercantilização dos empregos, onde tarefas essenciais são automatizadas, restando aos trabalhadores a operação dessas ferramentas (no caso, as redes sociais).

No site da Universidade Estadual de Londrina, o currículo do curso de Jornalismo disponível é o do ano de 2016. Nele, as principais disciplinas abrangem áreas como

---

reportagens para veículos impressos e eletrônicos, reportagem fotográfica, diagramação, redação e edição, e adequação de matérias jornalísticas para publicação. No entanto, a partir deste ano (2023), o curso de Jornalismo realizou alterações no projeto pedagógico, introduzindo novas disciplinas, como edição em áudio e vídeo, produção audiovisual e narrativas digitais. Ainda assim, não há uma disciplina específica voltada para o trabalho com redes sociais.

É importante reconhecer que a necessidade de qualificação específica é muitas vezes imposta pelo surgimento de novas tecnologias e determinadas redes sociais, com algoritmos específicos. No entanto, essa exigência representa um custo financeiro adicional para esses profissionais, que já são, em relação ao piso salarial paranaense, mal remunerados.

De acordo com a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj), o piso salarial de um jornalista paranaense é R\$ 4.233,60. No contexto dos profissionais formados em Jornalismo pela UEL, constata-se que 54,03% deles recebem entre 2 e 3 salários-mínimos, o que evidencia uma maioria recebendo abaixo do piso salarial paranaense. É importante destacar que esses valores podem variar de acordo com o estado de atuação, o tipo de mídia em que trabalham e até mesmo a carga horária, que pode oscilar entre cinco e oito horas diárias.

No estudo, verificou-se que a maioria dos profissionais investigados (54,03%) cumpre uma jornada de trabalho de 40 horas semanais. Além disso, 19,6% ultrapassam esse limite e 26,61% trabalham menos de 40 horas. Vale destacar que, de acordo com o artigo 303 da Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), a jornada dos jornalistas é especial, limitada a até 5 horas diárias ou 30 horas semanais. Portanto, qualquer trabalho além dessa carga horária requer negociação de horas extras.

Quando questionados sobre os benefícios já negociados, os profissionais mencionaram as seguintes categorias: férias (40,28%), horas extras (31,28%), bonificação por desempenho (18,01%), licença por motivo de saúde (8,06%) e outros benefícios, como aumento de salário, adicional noturno e vale alimentação (2,37%). Além disso, a pesquisa concluiu que 34,2% dos respondentes não possuem horário fixo de entrada e saída, indicando a possibilidade de oscilações/flexibilização na carga horária formalmente acordada.

É interessante notar que os egressos não permanecem por muito tempo no mesmo emprego. 47,01% dos entrevistados não completam um ano no mesmo emprego,

---

enquanto apenas 32,48% superam os 3 anos na mesma organização. 12,81% dos egressos afirmaram passar ou ter passado mais de 6 anos no mesmo emprego e outros 0,85% se consideram autônomos, provavelmente atuando como freelancers ou em projetos temporários. Esses números indicam alto grau de rotatividade nas organizações.

Outro aspecto relevante para a análise das condições de trabalho é a qualidade do ambiente e seu impacto na saúde física e mental dos profissionais. Os resultados da pesquisa indicam que a maioria dos respondentes considera seus atuais ou últimos empregos como relativamente nocivos à saúde. 65% dos entrevistados mencionaram um ambiente com poucos incômodos ou um ambiente estressante e nocivo à saúde. No entanto, é importante destacar que 32,5% dos profissionais afirmam trabalhar em um ambiente saudável, enquanto outros 2,5% descrevem o local de trabalho como desgastante física e/ou mentalmente, bastante nocivo à saúde.

No caso das funções de escritório/redação/emissora, as condições de trabalho destacam outros aspectos, como o assédio moral. Nesse sentido, 40% dos entrevistados afirmam trabalhar em um ambiente com algum grau de constrangimento ou humilhação. Por outro lado, 60% não consideram seu ambiente de trabalho como constrangedor. Esses números destacam a importância de combater o assédio moral e promover um ambiente de trabalho saudável para os jornalistas.

Apesar das possíveis dificuldades e insalubridades mencionadas, a pesquisa revela que existe uma relativa proximidade entre os egressos e seus colegas de trabalho. 48,3% dos entrevistados afirmaram serem próximos de alguns colegas, enquanto 20% são próximos de todos os colegas. Essa situação de proximidade é considerada positiva não apenas para a saúde mental dos profissionais, ao mitigar a solidão, mas também para eventuais organizações políticas dentro do ambiente de trabalho.

Outro fator relevante para a saúde mental dos jornalistas é a existência de momentos de descanso e lazer durante o expediente. A pesquisa constatou que 15,8% dos egressos não possuem nenhum momento de lazer ou descanso em seu expediente, o que pode indicar um nível de cobrança e aceleração do ritmo de trabalho presumivelmente altos.

Esses dados evidenciam a importância de se atentar às condições de trabalho dos profissionais de jornalismo, buscando melhorias em condições como estabilidade no emprego, qualidade do ambiente de trabalho e equilíbrio entre trabalho e lazer. Essas

---

medidas são cruciais para preservar a saúde mental dos jornalistas e promover um jornalismo de qualidade.

## 6. Conclusão

Conforme destacado na pesquisa bibliográfica, a economia pós-terceira revolução industrial, impulsionada pela automação, tem implicações profundas no mundo do trabalho. Além da redução de empregos e da transformação das taxas de industrialização global, surgem novas formas de acumulação e circulação de capital.

Nesse contexto, a financeirização da economia direciona recursos para a internet, resultando no surgimento das organizações de plataforma, que desempenham um papel central no processamento de informações e na mediação do consumo. Esse desenvolvimento afeta diretamente os jornalistas, cuja essência fundamental é fornecer informações precisas, verificadas e relevantes ao público. Eles são particularmente impactados pela economia de plataformas e pelas ferramentas que, em certos casos, substituem ou afastam os profissionais de suas áreas de atuação.

A revisão bibliográfica realizada neste estudo revela que, mesmo sendo uma profissão intelectual, o jornalismo não está imune à subsunção pelo capital. O conhecimento e as habilidades dos jornalistas podem ser apropriados e explorados de acordo com a lógica de lucratividade das empresas.

A pesquisa também evidencia que os egressos do curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Londrina estão lidando com um processo de automação no trabalho de comunicação digital. Eles trabalham com as redes sociais, utilizando uma ampla gama de ferramentas altamente automatizadas em condições trabalhistas relativamente precárias. A remuneração muitas vezes é inferior ao piso local da profissão.

Além disso, a rotatividade nas organizações é alta, o ambiente de trabalho é estressante e nocivo à saúde, o que demonstra um ritmo de trabalho intenso e possível sobrecarga profissional. É crucial que as empresas e organizações do setor adotem medidas para promover a estabilidade no emprego, proporcionar ambientes de trabalho saudáveis e garantir momentos adequados de descanso para os jornalistas.

É necessário repensar as formas de trabalho no jornalismo contemporâneo, levando em consideração as mudanças tecnológicas e as novas dinâmicas da profissão. Isso inclui uma atenção especial às necessidades dos profissionais e uma constante adaptação, inclusive nos currículos dos cursos de Jornalismo das universidades.

Observa-se, dentro dos dados obtidos, que, embora uma porcentagem significativa (45,16%) dos profissionais atue no jornalismo tradicional, há também uma presença significativa (41,13%) de profissionais que exercem funções não diretamente relacionadas a essa área. Essa diversificação de funções pode ser atribuída às expectativas do mercado em relação ao papel dos jornalistas, levando em consideração suas habilidades de pesquisa, redação, análise de dados e capacidade de contar histórias. Nesse sentido, as empresas podem estar contratando jornalistas para desempenhar não apenas as funções típicas do jornalismo, mas também para exercer outras atividades relacionadas ao marketing e à administração.

Em pesquisas futuras seria relevante explorar profundamente as ferramentas utilizadas na comunicação digital, a fim de estabelecer critérios para medir o grau de automação nelas empregado. Considerando que não apenas a precarização, mas o desemprego surge como consequência da subsunção do trabalho, pode ser relevante em estudos similares investigar a realidade de ex-trabalhadores desse campo. De todo modo, espera-se que os resultados apresentados aqui possam contribuir para o debate e conscientização sobre a necessidade de repensar as condições de trabalho no campo jornalístico.

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, R. **Os sentidos do trabalho**: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo: Boitempo, 1999.

AUCAR, B. S. **A publicidade no Brasil**: agências, poderes e modos de trabalho (1914-2014). 2016. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2016.

BALDESSAR, M. J. **A mudança anunciada**: o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação. Florianópolis: Editora Insular, 2003.

BELL, E; OWEN, T. A imprensa nas plataformas: como o Vale do Silício reestruturou o jornalismo. **Revista de Jornalismo ESPM**, v. 6, p. 48-83, 2017.

BOLAÑO, C. Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo: A reconfiguração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, Rio de Janeiro, n. 11, p. 53-78, dez. 2002.

BOLAÑO, C. Sociedade da informação, reestruturação produtiva e economia do conhecimento. **Universidade e Sociedade**, Brasília, v. 14, n. 33, p. 186-190, jun. 2004.

CASTRO FILHO, J. G. C. **Os limites da subsunção do trabalho intelectual no processo produtivo de software**. 2010. Dissertação (Mestrado em Economia) – Programa de Pós-Graduação em Economia, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2010.

COSTA, L. et al. A formação em Jornalismo na Universidade Federal da Bahia: uma análise dos egressos. **Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo**, v. 11, n. 28, p. 69-88, 2021.

FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS. **Pisos salariais atuais**. 2023. Disponível em: <<https://fenaj.org.br/sindicatos/convencoes-e-acordos-coletivos/pisos-salariais-atuais/>>. Acesso em: 21 jun. 2023.

FIGUEIREDO, C. Jornalismo manufatureiro e jornalismo flexível: controle e subsunção do trabalho jornalístico ao capital. In: CONGRESO DE LA ASOCIACIÓN LATINOAMERICANA DE INVESTIGADORES DE LA COMUNICACIÓN, 14., 2018. **Anais [...]**. San Pedro: Universidad de Costa Rica, 2018.

FONSECA, V. P. S. **Indústria de notícias: capitalismo e novas tecnologias no jornalismo contemporâneo**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2008.

FRESCA, T. M. Londrina-PR como espaço metropolitano: uma análise a partir dos serviços superiores. In: ENCUENTRO DE GEÓGRAFOS DE AMÉRICA LATINA, 14., 2013, Lima. **Anais [...]**. Lima: EGAL, 2013.

LINDEN, C. G. Algoritmos para jornalismo: o futuro da produção de notícias. **Revista Eletrônica do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero**, São Paulo, v. 41, n. 21, p. 5-27, jun. 2018.

MARX, K. **O Capital: crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1980.

NOVELLI, A. L. R. Pesquisa de opinião. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005.

OLIVEIRA, A. H. A. **As tecnologias da informação e da comunicação e o trabalho intelectual docente na Universidade Federal de Sergipe**. 2008. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós-Graduação em Educação, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2008.

SALAVERRÍA, R.; NEGREDO, S. **Periodismo integrado: convergencia de medios y reorganización de redacciones**. Barcelona: Editorial Sol90 Media, 2009.

SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E TECNOLOGIA. **Perfil de Londrina**. 2011. Disponível em: <<http://repositorio.londrina.pr.gov.br/index.php/menu-planejamento/gpi/perfil/perfil-versoes-anteriores/338-perfil-municipio-2011/file>>. Acesso em: 21 jun. 2023.

SECRETARIA MUNICIPAL DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E TECNOLOGIA. **Perfil de Londrina**. 2022. Disponível em: <<http://repositorio.londrina.pr.gov.br/index.php/menu-planejamento/gpi/perfil-de-londrina-2022/53725-perfil-2022/file>>. Acesso em: 21 jun. 2023.