

Sumário

Introdução

Pauta do livro 13

1 Empregos fixos × freelance

Quem mexeu no nosso queijo? 17

2 Empreendedorismo

A era das carreiras acabou: os sobreviventes serão orientados por projetos 23

3 Terceirização

Quando o trabalho não é emprego 33

4 Profissional liberal ou empresário?

O seu cartão de visitas 44

5 Aspectos legais

Prevenir ainda é melhor que remediar 47

6 Contratos

“Só assinando contrato” (comunidade do Orkut) 51

7 Direitos autorais e plágio

Respeito à propriedade alheia 53

- 8** Estrutura física
Clientes primeiro, escritório depois 55
- 9** Planejamento estratégico
Coloque as idéias no papel e faça as contas 61
- 10** Prospectando trabalho
Vender, vender e vender. Também é a regra em serviços 65
- 11** Gerenciamento
É aqui que o bicho pega 77
- 12** Produção editorial
Fazer sem chefe é outro negócio 83
- 13** Produção/assessoria
Fazer sem chefe continua sendo outro negócio 86
- 14** Formatação de preço
Lucro é o resultado de receita menos despesas: tem de sobrar algum 88
- 15** Marketing de serviços
A arte de adequar nosso talento às necessidades do cliente 90
- 16** Ética
Sim, é preciso falar nisso 103
- Conclusão
Este é o fim ou o começo? 106
- Anexos 111
- Bibliografia 119

Pauta do livro

As mudanças no mercado de trabalho nos últimos anos transformaram as redações das empresas jornalísticas e assessorias no Brasil. A informatização e os novos processos de racionalização e redução de custos limitaram o crescimento dos postos de empregos fixos – apesar do aumento do número de veículos impressos, televisivos e agências de comunicação. Paralelamente a esse processo, cresceu a prestação de serviços freelance para atender às novas configurações das redações. Quando não está a serviço da precarização do trabalho, o freelance representa uma atividade regular positiva e empreendedora.

Discutir a evolução do trabalho freelance, suas oportunidades e riscos é o tema deste livro, que traz dicas e discute conceitos e estratégias. Existem inúmeras possibilidades de trabalho independente e empreendedor para os jornalistas: reportagem e redação para jornais diários e semanais, revistas semanais, mensais e segmentadas, publicações empresariais, TVs, rádios, internet e assessorias de imprensa. Podemos incluir ainda produção de relatórios, pesquisas, reportagens fotográficas, editoração, revisão, docência em cursos regulares de jornalismo, cursos de extensão ou pós-graduação e produção de livros (*ghost writer*). Alguns jornalistas se aventuram no cinema (direção e roteiro), teatro e eventos culturais. Outros aproveitam o conhecimento em alguma editoria especializada, em determinado setor econômico ou órgão público para oferecer consultoria.

Na era da informação, a capacidade de garimpar dados, pesquisar e abrir portas oferece ao jornalista inúmeras oportunidades de atuação independente.

Abordaremos, portanto, o percurso desde a prospecção de empresas-clientes (conhecimento de mercado, maneiras mais eficientes de aproximação) até o fechamento de um contrato e a entrega do produto final. Além disso, discutiremos os desafios do trabalho em casa (*home office*) ou em escritórios autônomos. Incluímos um capítulo sobre marketing, cujo conhecimento e aplicação de suas técnicas ajudam na prospecção de mercado.

Mostraremos como funciona o dia-a-dia do trabalho dos diferentes “tipos” de jornalista free: o profissional contratado, que faz bico em outro meio de comunicação, o desempregado que também presta serviços enquanto aguarda uma posição fixa, os recém-formados e estudantes em busca de reconhecimento e os autônomos, microempresários e freelancers profissionais.

Todos disputam o mesmo nicho de mercado, cada um na sua especificidade. O que eles têm em comum é o trabalho solitário, individual, autoral. O isolamento do trabalhador freelancer prejudica, de certa forma, a troca de experiências com seus pares. Os desafios e problemas rotineiros são comuns e o intercâmbio de informações poderia ser útil para queimar etapas, principalmente para os iniciantes. Ainda não existe no Brasil uma associação de jornalistas freelancers com representatividade. Os sindicatos de jornalistas já aceitam em seus quadros profissionais autônomos; porém, algumas entidades estaduais costumam ignorar as necessidades dos frilas ou das PJs (pessoas jurídicas), como costumam chamá-los – com certo ranço preconceituoso.

Como as condições de trabalho do jornalista estão mudando, especialmente com a ampliação da prestação de serviços, os sindicatos começam a se adaptar a essa nova “categoria”. Mas é necessário separar o frila profissional do frila precário (como o freelance fixo, por exemplo, uma aberração profissional e jurídica) para entendermos melhor esse mercado e impedir que a

evolução (positiva) nas relações do trabalho e a flexibilização na legislação trabalhista sejam entendidas como uma brecha para a perigosa desregulamentação profissional. E, por conseqüência, a perda de direitos históricos do jornalista, a queda na qualidade do serviço e a banalização do mercado.

Não é esse tipo de mercado que tratamos neste livro. A terceirização pode ser uma experiência positiva para ambas as partes – empresas e jornalistas – quando obedece a critérios que levem em conta o aperfeiçoamento da qualidade editorial. O excesso de impostos e a burocracia da legislação trabalhista, muitas vezes injusta para o empresariado, é um fato que deveria ser debatido e modificado no âmbito do estado de direito, e não da desobediência civil.

O freelancer tem suas peculiaridades, diferindo do trabalho dos profissionais fixos, apesar de o produto final ser o mesmo. A autonomia traz novas perspectivas de abordagem e maiores exigências. O free, por exemplo, muitas vezes faz o trabalho mais “pesado” de reportagem, em comparação com as demais pautas desenvolvidas internamente. Por outro lado, a busca constante de novos temas que não tenham sido pensados dentro das redações transforma o jornalista freelancer numa espécie de garimpeiro de notícias. Seu faro jornalístico deve sempre estar apurado para descobrir fatos que possam gerar matérias – e, assim, demanda de trabalho. Essa postura proativa, de correr atrás da informação antes mesmo de seu veículo-cliente, faz parte do perfil empreendedor.

Uma última observação nesta parte introdutória é ressaltar que existem duas possibilidades empreendedoras no jornalismo free que muitas vezes ocorrem simultaneamente. A primeira é a típica prestação de serviços a determinada empresa de forma autônoma. A segunda, a atividade freelance como empreendedorismo direto – quando o profissional cria seus próprios veículos de comunicação, abre uma assessoria ou produz algum tipo de produto ou trabalho independente.

Desejamos que este livro ajude os colegas que querem iniciar um trabalho próprio na condição de freelancer. Os recém-formados devem estudar o assunto sem falsos ufanismos. E aos veteranos no ramo, esperamos que encarem este livro como uma oportunidade de reflexão. Vamos fazer uma pausa em nossas pautas e em nossos textos que devem ser entregues hoje. Respiremos um pouco. Desliguemos os telefones celulares, os computadores e, juntos, vamos repensar nossa profissão.