

**Juliana Bulhões Alberto Dantas**

**PERSPECTIVAS DA PRÁTICA PROFISSIONAL**

**DO JORNALISTA ASSESSOR DE IMPRENSA:**

O *ethos*, a identidade e as reflexões deontológicas no contexto da atuação simultânea em redações e assessorias de imprensa de Natal-RN

**Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia  
Natal, 2014**

**Juliana Bulhões Alberto Dantas**

**PERSPECTIVAS DA PRÁTICA PROFISSIONAL  
DO JORNALISTA ASSESSOR DE IMPRENSA:**

O *ethos*, a identidade e as reflexões deontológicas no contexto da atuação simultânea em redações e assessorias de imprensa de Natal-RN

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Estudos da Mídia.

**Linha de pesquisa:** Estudos da Mídia e Práticas Sociais

**Orientador:** Prof. Dr. Juciano de Sousa Lacerda

Natal, 2014

Catálogo da Publicação na Fonte.  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte.  
Biblioteca Setorial do Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes (CCHLA).

Dantas, Juliana Bulhões Alberto.

Perspectivas da prática profissional do jornalista assessor de imprensa : o ethos, a identidade e as reflexões deontológicas no contexto da atuação simultânea em redações e assessorias de imprensa de Natal-RN / Juliana Bulhões Alberto Dantas. . – Natal : UFRN, 2014.

123 f.: il.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, 2014.

Orientador: Prof. Dr. Juciano de Sousa Lacerda.

1. Comunicação Organizacional – Rio Grande do Norte. 2. Jornalismo - Rio Grande do Norte. 3. Comunicação – Aspectos sociais. 4. Assessoria de Imprensa. 5. Ethos jornalísticos. I. Lacerda, Juciano de Sousa. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BSE-CCHLA

CDU 658:070(813.2)

**Juliana Bulhões Alberto Dantas**

**PERSPECTIVAS DA PRÁTICA PROFISSIONAL  
DO JORNALISTA ASSESSOR DE IMPRENSA:**

O *ethos*, a identidade e as reflexões deontológicas no contexto da atuação simultânea em redações e assessorias de imprensa de Natal-RN

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Estudos da Mídia.

Data: 28/02/2014

**BANCA EXAMINADORA**

---

Prof. Dr. Juciano de Sousa Lacerda  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Orientador

---

Profa. Dra. Maria do Socorro Furtado Veloso  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Membro titular interno

---

Prof. Dr. Samuel Pantoja Lima  
Universidade de Brasília – UnB  
Membro externo

---

Prof. Dr. José Zilmar Alves da Costa  
Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Membro suplente externo

Dedico este trabalho aos que sonham.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço aos meus pais João e Aparecida, por me demonstrarem que estudar é o melhor caminho, e à minha irmã Marcela, por sempre me ajudar com a parte burocrática da vida.

Agradeço ao meu orientador Prof. Juciano, pelo empenho e pela paciência. Ele foi quem mais me apoiou no projeto, mesmo quando eu não sabia exatamente por onde começar e em meio a severas críticas.

Agradeço a todos os professores do PPgEM que contribuíram com minha trajetória: ao Prof. Itamar, pelos ensinamentos e por ter me incentivado a pesquisar sobre o que mais gosto, assessoria de imprensa, desde quando cursava Radialismo; à Prof<sup>a</sup> Taciana, de quem fui estagiária docente, com a qual aprendi muito sobre ser professora e quem mais me incentivou a concluir o curso de Jornalismo; à Prof<sup>a</sup> Maria Érica, pelos ensinamentos metodológicos essenciais; ao Prof. Sebastião Albano, por ter sido o incentivador do meu primeiro artigo científico, que foi o começo de tudo, em 2008 (certamente o gosto pela pesquisa nasceu daí); à Prof<sup>a</sup> Kênia e a Cleber, por me fornecer os dados da pesquisa quantitativa.

Agradeço a Capes, por ter financiado um ano e meio dos meus estudos por meio do Programa Reuni. Agradeço também a toda equipe da Pró-Reitoria de Pós-graduação e à secretaria do PPgEM, personificada por Keivilany.

Agradeço ao meu amigo Prof. Jô Fagner, por ter me dado valiosíssimas dicas acadêmicas antes e durante o mestrado, bem como a Leide Franco pelas preciosas revisões desta dissertação.

Agradeço também aos membros da banca, que aceitaram de pronto contribuírem com a minha pesquisa.

*“Aunque sólo existiera una verdad única,  
no se podría pintar cien cuadros sobre el mismo tema”.*

*Pablo Picasso*

## Resumo

O mercado jornalístico brasileiro vem passando por severas mudanças nos últimos anos, culminando em uma precarização da profissão de jornalista (MARCONDES FILHO, 2009; SANT'ANNA, 2005). Ao mesmo tempo em que o mercado exige um profissional multifuncional, este precisa estar cada vez mais especializado em cada função que exerce. Neste ínterim, uma das funções que passou por mais modificações nos últimos anos foi a de assessor de imprensa. É comum, ao jornalista brasileiro, exercer funções relacionadas à comunicação organizacional, ou ainda possuir simultaneamente vínculos empregatícios em empresas da mídia e fora da mídia, o que gera uma situação profissional complexa no que diz respeito à identidade (HALL, 2004; MARTINO, 2010; OLIVEIRA, 2005; TRAQUINA, 2004), ao *ethos* (GRANDO, 2012; MAINGUENEAU, 2008) e à ética. Diante deste contexto, nosso objetivo geral com a pesquisa foi investigar como se dá a prática profissional dos jornalistas que atuam concomitantemente em redações jornalísticas televisivas e assessorias de imprensa em Natal-RN. Para tanto, desenvolvemos um arcabouço teórico acerca do microcampo da assessoria de imprensa (FENAJ, 2007; SILVEIRA, 2010), do *ethos* e da identidade. A base metodológica foi pautada na etnometodologia (COULON, 1995), na entrevista em profundidade (DUARTE, 2008) e na pesquisa quantitativa. Nossas principais conclusões foram: os baixos salários levam os jornalistas potiguares a terem mais de um emprego; a assessoria de imprensa é uma atividade exercida geralmente com fins financeiros; mesmo em meio à precarização da profissão, a maioria dos jornalistas não pensa em deixar a profissão, devido à paixão pelo jornalismo e ao glamour associado a este profissional; e há a possibilidade do jornalista que trabalha ao mesmo tempo em redações tradicionais e assessorias de imprensa possuir *ethos* distintos para o desempenho de cada função, mas também podem ter *ethos* sobrepostos ou mesmo um *ethos* de comunicador.

**Palavras-chave:** Práticas sociais. Jornalismo. Comunicação organizacional. Assessoria de imprensa. *Ethos* jornalístico.

## Abstract

The Brazilian newspaper market has undergone severe changes in recent years, culminating in a deterioration of the journalistic profession (MARCONDES FILHO, 2009; SANT'ANNA, 2005). At the same time that the market requires a multifunctional professional, this must be increasingly specialized in every position he holds. Meanwhile, one of the functions that has undergone more changes in recent years was the press officer. Often, the Brazilian journalist exercise related to organizational communication functions, or have employment contracts in both: media companies and out of the media, which generates a complex professional situation with regard to identity (HALL, 2004; MARTINO 2010; OLIVEIRA, 2005; TRAQUINA, 2004), *ethos* (GRANDO, 2012; MAINGUENEAU, 2008) and ethics. Given this context, our overall aim of the research was to investigate how the professional practice of journalists working concurrently on television and newspaper newsrooms press offices in Natal-RN, Brazil. We develop a theoretical framework about press office (FENAJ, 2007; SILVEIRA, 2010), *ethos* and identity. The methodological basis was based on ethnomethodology (COULON, 1995), the in-depth interview (DUARTE, 2008) and quantitative research. Our main findings were: low wages lead journalists from Natal to have more than one job; the press is an activity generally performed with financial purposes; even amidst the precariousness of the profession, most journalists do not think of leaving the profession because of the passion for journalism and the glamour associated with this business; and there is the possibility of a journalist who works on traditional media and press office have two different *ethos*, or one double *ethos*, or a communicator *ethos*.

**Keywords:** Social practices. Journalism. Organizational communication. Press office. Journalistic *ethos*.

## Resumen

El mercado de la prensa brasileña ha sufrido fuertes transformaciones en los últimos años, culminando en un deterioro de la profesión periodística (MARCONDES FILHO, 2009; SANT'ANNA, 2005). Al mismo tiempo que el mercado requiere un profesional multifuncional, el debe ser especializado cada vez en cada posición que ocupa. Mientras tanto, una de las funciones que ha sufrido más cambios en los últimos años fue el periodista de prensa. El periodista brasileño puede trabajar con la comunicación organizacional y también, al mismo tiempo en los medios. Esto se traduce en una situación de trabajo complejo con respecto a la identidad (HALL, 2004; MARTINO, 2010; OLIVEIRA, 2005; TRAQUINA, 2004), el *ethos* (GRANDO 2012; MAINGUENEAU, 2008) y la ética. En este contexto, nuestro objetivo general de la investigación fue investigar cómo es la práctica profesional de los periodistas que trabajan al mismo tiempo en la televisión y en asesoría de prensa, en Natal-RN, Brasil. Desarrollamos un marco teórico sobre el microcampo de la asesoría de prensa (FENAJ, 2007; SILVEIRA, 2010), el *ethos* y la identidad. La base metodológica se basó en la etnometodología (COULON, 1995), la entrevista en profundidad (DUARTE, 2008) y la investigación cuantitativa. Nuestros principales hallazgos fueron: bajos salarios son las razones por las cuales los periodistas potiguarenses tener más de un empleo; la asesoría de prensa es una actividad generalmente que se realiza con fines financieros; en medio a la precariedad de la profesión, la mayoría de los periodistas no piensa en dejar la profesión debido a la pasión por el periodismo y el glamor asociado; es posible que el periodista que trabaja en los dos mundos tenga dos *ethos* distintos, o un *ethos* duplo simultáneo, o un *ethos* de comunicador.

**Palabras clave:** Las prácticas sociales. Periodismo. Comunicación organizacional. Asesoría de prensa. *Ethos* periodístico.

## Lista de gráficos e figuras

Figura 01: Esquema proposto para os campos: em amarelo, o campo social da Comunicação; em roxo, o campo do Jornalismo; em laranja, o campo das Relações Públicas, e em rosa o campo social da Comunicação Organizacional, no qual está contido o microcampo da assessoria de imprensa.....33

Gráfico 01: É possível observar que a quantidade de homens (51%) e mulheres (49%) é quase equivalente.....52

Gráfico 02: Observa-se que há um pico na opção “entre 23 e 30 anos”, o que significa que a maior parte dos jornalistas entrevistados é jovem.....53

Gráfico 03: A opção “ensino superior” foi a mais marcada (94 pessoas), mas também é destaque a quantidade de jornalistas que cursam ou cursaram pós-graduação (64 pessoas) .....54

Gráfico 04: Dentre os 159 entrevistados, 105 possuem registro profissional de jornalista junto ao Ministério do Trabalho e 54 não possuem .....56

Gráfico 05: Esta pergunta resultou na constatação de que a maioria dos jornalistas não é filiada a nenhum sindicato .....57

Gráfico 06: O gráfico aponta o percentual de jornalistas que responderam o questionário que se consideram inseridos no mercado jornalístico atualmente.....	58
Gráfico 07: A opção “trabalho em empresa de mídia” teve 72 marcações e “trabalho fora de empresa de mídia” foi escolhida por 57 pessoas .....	59
Gráfico 08: Cerca de 70% dos jornalistas entrevistados trabalham mais de 30h por semana .....	60
Gráfico 09: A partir do agrupamento das respostas, é possível perceber que a maior parte dos jornalistas (aproximadamente 67%) ganha entre R\$678,00 e R\$3.385,00.....	61
Gráfico 10: Os trabalhos sem vínculo empregatício (freelancer, contrato, empresário e PJ) representam cerca de 28% dos entrevistados .....	62
Gráfico 11: Mais de 62% dos jornalistas trabalham há menos de 10 anos na profissão, o que nos leva a um perfil jovem deste profissional.....	63
Gráfico 12: O gráfico aponta que os jornalistas atuantes na mídia concentram-se em veículos de TV, internet e jornal .....	64
Gráfico 13: Por meio desta questão, identificamos que no mercado potiguar boa parte dos jornalistas que atuam na mídia desempenha as funções de repórter e editor .....	65

Gráfico 14: O gráfico demonstra que os jornalistas que atuam na mídia e têm mais de um emprego, geralmente trabalham em outra função na mídia (25 pessoas) ou em uma função fora da mídia (23 pessoas) .....66

Gráfico 15: O gráfico mostra a natureza da instituição na qual trabalha o jornalista fora de mídia, que retrata uma realidade reforçada pelo senso comum, que os órgãos públicos detêm a maior parte das vagas para assessores de imprensa na cidade.....67

Gráfico 16: O gráfico demonstra que os jornalistas que atuam fora da mídia e têm mais de um emprego, geralmente trabalham em outra função fora da mídia (19 pessoas) ou em uma função na mídia (14 pessoas) .....68

Gráfico 17: O gráfico apresenta uma previsão de tempo feita pelos jornalistas acerca do seu atual emprego.....69

Gráfico 18: Por meio da última questão, podemos perceber que a maioria dos jornalistas entrevistados está satisfeito ou muito satisfeito com seus atuais empregos .....70

# Sumário

<b>Introdução</b> .....	14
<i>A precarização da profissão de jornalista</i> .....	15
<i>Desenho metodológico: a etnometodologia e as visões da realidade social</i> .....	20
<i>Da pesquisa exploratória à entrevista em profundidade</i> .....	25
<i>Estrutura do trabalho</i> .....	28
<b>Capítulo I</b>	
O microcampo da assessoria de imprensa .....	30
1.1 A assessoria de imprensa no contexto da comunicação organizacional....	32
1.2 O jornalista assessor .....	36
1.3 O jornalista assessor e a deontologia do jornalista .....	39
<b>Capítulo II</b>	
O <i>ethos</i> do jornalista nas múltiplas identidades contemporâneas.....	43
2.1 A identidade jornalística: redação e assessoria, mundos diferentes? .....	46
<b>Capítulo III</b>	
Radiografia do jornalismo potiguar.....	50
3.1 Características do jornalista potiguar .....	51
3.2 Identidade do jornalista potiguar .....	58
<i>Jornalistas em mídia</i> .....	64
<i>Jornalistas fora da mídia</i> .....	67
<i>Sobre futuro e satisfação</i> .....	69

## **Capítulo IV**

A visão do jornalista assessor acerca de suas práticas .....	72
4.1 Atores sociais da pesquisa.....	74
<i>Joelmir Beting</i> .....	74
<i>Margarida Izar</i> .....	75
<i>Nísia Floresta</i> .....	76
<i>Rogério Cadengue</i> .....	78
4.2 Visão sobre o jornalista no Brasil e no RN .....	79
4.3 O mundo da redação e o mundo da assessoria.....	87
<i>Discussões éticas</i> .....	95
<b>Considerações finais</b> .....	100
<i>Hipóteses e provocações</i> .....	105
Referências .....	107
Anexo A: Questionário da radiografia	

## Introdução

O atual mercado jornalístico brasileiro está passando por severas mudanças nos últimos anos, devido a fatores como a tecnologia, as mudanças na legislação com relação ao diploma, a diminuição das equipes e o aumento de atribuições, dentre outros (MARCONDES FILHO, 2009; SANT'ANNA, 2005; SILVEIRA, 2010). Diante deste contexto, acreditamos em uma precarização da profissão de jornalista. Ao mesmo tempo em que o mercado exige um profissional multifuncional, este precisa estar cada vez mais especializado em cada função que exerce.

Uma das funções que passou por mais modificações nos últimos anos foi a de assessor de imprensa. Esse profissional, que por muito tempo foi visto por seus pares como à margem do Jornalismo, na atualidade ganha destaque tanto no número de profissionais atuantes no mercado, quanto no aumento de postos de trabalho em órgãos públicos, empresas privadas e organizações não governamentais.

No ano de 2012, 33,6% dos jornalistas brasileiros atuavam exclusivamente em funções jornalísticas fora da mídia<sup>1</sup> (MICK; LIMA, 2013), boa parte como assessores de imprensa, e 12,2% simultaneamente na mídia e fora da mídia. É justamente este percentual de simultaneidade que nos interessa. Temos como objetivo geral da pesquisa investigar como se dá a prática profissional dos jornalistas que atuam concomitantemente em redações jornalísticas e assessorias de imprensa em Natal-RN. Neste ínterim, o estudo da relação profissional complexa de quem atua simultaneamente em duas distintas frentes de trabalho oriundas de uma mesma profissão, pauta-se como a principal justificativa da pesquisa.

Assim, elencamos como objetivos específicos: identificar os motivos que levam os profissionais a atuarem concomitantemente em funções jornalísticas tradicionais e assessorias de imprensa em Natal-RN; entender o *ethos* profissional

---

<sup>1</sup> Mick e Lima (2013) usam as denominações “na mídia” e “fora da mídia” para designarem, respectivamente, o exercício profissional de funções jornalísticas junto às redações tradicionais (TV, jornal impresso, rádio, revista etc.) e além destas, como é o caso da atuação em assessorias de imprensa.

de quem atua nesta concomitância no contexto de Natal-RN e de que modo isso influencia em sua atuação profissional; e investigar como esses jornalistas representam para si a identidade da profissão.

### ***A precarização da profissão de jornalista***

Sustentamos a premissa de que a profissão de jornalista está passando por um processo de precarização. Assim sendo, buscamos formas de validar esta perspectiva nos limites do estado do Rio Grande do Norte, onde nossa experiência mercadológica torna-se aliada junto à pesquisa empírica que será apresentada no Capítulo IV.

Entendemos por precarização um conjunto de fatores relativos a condições de trabalho que faz com que a prática profissional apresente dificuldades no seu pleno exercício. Druck (2011) mapeou seis tipos de precarização do trabalho oriundos do contexto brasileiro: vulnerabilidade das formas de inserção e desigualdades sociais; intensificação do trabalho e terceirização; insegurança e saúde no trabalho; perda das identidades individual e coletiva; fragilização da organização dos trabalhadores; a condenação e o descarte do Direito do Trabalho.

Desses, acreditamos que prevalece na profissão de jornalista o segundo tipo, que segundo a autora “é encontrado nos padrões de gestão e organização do trabalho – o que tem levado a condições extremamente precárias, através da intensificação do trabalho (imposição de metas inalcançáveis, extensão da jornada de trabalho, polivalência, etc.)” (DRUCK, 2011, p. 48). Apresentamos, a seguir, fatores determinantes para a atual precarização da profissão de jornalista. Os principais são: as longas e intensas jornadas de trabalho, o acúmulo de funções e os baixos salários<sup>2</sup>.

Um traço comum do jornalista brasileiro é a múltipla jornada de trabalho, que pode ser a causa ou consequência da precarização da profissão no país. A

---

<sup>2</sup> O piso salarial para jornalistas do Rio Grande do Norte é um dos mais baixos do país, atualmente R\$1.225,80, valor definido em janeiro/2014 e válido até setembro de 2014. No estado de Alagoas, o piso único é R\$2.437,46; em São Paulo, o salário normativo mínimo para assessor de imprensa é R\$2.627,00 (5h diárias). Fontes: FENAJ (<http://www.fenaj.org.br/pisosalarial.php>) e Sindjorn RN (<https://www.facebook.com/cadengue.rogerio>).

consequência desta múltipla jornada é uma carga horária excessiva de trabalho, ou seja, longas e intensas jornadas de trabalho, que podem resultar na precarização da saúde dos jornalistas.

Sant'Anna (2005) considera que as estruturas de assessoria de imprensa são essenciais no processo industrial da notícia no Brasil, porém lidamos com a precarização da profissão.

A história aponta que os veículos reduziram suas equipes, eliminaram coberturas jornalísticas setorizadas, dispensaram os profissionais especializados em temas considerados de segunda importância editorial pelo novo paradigma mercantil e passaram a atuar nestas áreas quase que apenas com os informes institucionais. Em determinados setores, praticamente, a totalidade do noticiário passou a ser assegurada, ou pelo menos mediada, pelas próprias fontes (SANT'ANNA, 2005, p. 16).

Marcondes Filho (2009) reforça essa ideia quando diz que, na atualidade, o jornalista teve seu trabalho aumentado com as tecnologias, passou a ter mais atribuições, o contingente nas redações foi reduzido, o prestígio diminuiu, a responsabilidade aumentou e, hoje, qualquer um pode exercer a profissão. Segundo o autor, este conjunto colabora com a precarização profissional. De acordo com Silveira (2010, p. 89),

Considerando que os jornalistas brasileiros enfrentam um processo de precariedade nas condições de trabalho e de remuneração, talvez poucas vezes visto no mercado convencional, eles têm sido hábeis em encontrar saídas que lhes permitam viver com menos privações. Não é difícil perceber como muitos deles se adaptam aos novos tempos, como, por exemplo, transitando da condição de assalariados à de empresários de si mesmos, ou seja, amoldam-se às exigências de grandes conglomerados de comunicação, constituindo pessoas jurídicas para manterem seus postos de trabalho.

Também apontamos como um possível reforço desta precarização a possibilidade do exercício do jornalismo por não graduados. Nesse ponto, há a possibilidade de refletirmos sobre as reverberações da obrigatoriedade do diploma de jornalista. Segundo Lopes (2013), em junho de 2009 chegou ao fim um processo judicial de quase uma década que julgava a obrigatoriedade do diploma de jornalismo para o exercício profissional. Em última instância, o Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu pelo fim da exigência do diploma. Para Silveira (2010), tal decisão modificou a dinâmica do mercado jornalístico.

No Brasil, a suspensão da obrigatoriedade do diploma para o exercício do Jornalismo foi um duro golpe na organização formal de profissão, que já agonizava diante de tantas realidades precárias. A possibilidade de ser um jornalista-assessor viceja, então, como uma saída para não vivenciar uma realidade de tanta precariedade profissional sem que, para isso, o jornalista, obrigatoriamente, tenha que abandonar o “guarda-chuva” da profissão. Ser ou estar na condição de assessor oferece maior mobilidade no mercado, visto que não há uma filiação a qualquer linha editorial vigente nas redações convencionais, facilitando, inclusive, o vínculo a mais de um emprego de assessoria (SILVEIRA, 2010, p. 231).

Não sabemos, ao certo, as reverberações desta modificação quanto à validade do diploma. Mick e Lima (2013) apontam, em sua pesquisa com jornalistas atuantes em 2012, que aproximadamente 55% dos jornalistas brasileiros são a favor da exigência de formação superior específica em Jornalismo para o exercício profissional, percentual que pode contrariar o pensamento do senso comum.

Um dado que ajuda a compor o pensamento sobre os resultados da suspensão de obrigatoriedade do diploma é o resultado da pesquisa empírica de Traquina (2004), realizada em diversos países, incluindo o Brasil, na qual identificou como tendência mundial do jornalismo o crescimento da profissionalização. Mick e Lima (2013) validam este pensamento no contexto brasileiro; segundo os autores, até 1990 havia no país 61 cursos de graduação em Jornalismo, número que subiu para 317 em 2010.

Voltando à questão do diploma, a última atualização da situação foi em novembro de 2013<sup>3</sup>, quando a Comissão de Constituição e Justiça da Câmara (CCJ) aprovou a proposta de emenda à Constituição (PEC) que restabelece a exigência do diploma. A PEC foi aprovada pelo Senado e será analisada por uma comissão especial antes de ir ao plenário da Câmara. Se for alterada, terá de retornar ao Senado.

Outro ponto que deve ser considerado com relação à precarização da profissão diz respeito aos baixos salários, que consequente podem ser o motivo para a migração ou simultaneidade de trabalho junto às assessorias de imprensa. No Rio Grande do Norte, o piso salarial do bacharel em Jornalismo – ou jornalista profissional, como é chamado pelas organizações trabalhistas – atualmente é R\$1.225,80, valor inferior a dois salários mínimos.

---

<sup>3</sup> Disponível em: <<http://g1.globo.com/politica/noticia/2013/11/ccj-da-camara-aprova-exigencia-de-diploma-para-jornalistas.html>>. Acessado em 06 dez. 2013.

De acordo com o Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Rio Grande do Norte (Sindjorn), há cerca de 900 jornalistas sindicalizados em Natal e aproximadamente dois mil no Rio Grande do Norte<sup>4</sup>. Esse número engloba jornalistas diplomados e não diplomados (repórter fotográfico e cinematográfico, diagramador e ilustrador). Não sabemos ao certo quantos jornalistas diplomados atuam no estado, visto que nem todos são sindicalizados, nem é feito esse controle.

Segundo Maia e Femina (2012), no mês de junho de 2012 o Ministério do Trabalho e Emprego contabilizou no Rio Grande do Norte um total de 1.734 jornalistas com registro profissional. Entre os anos de 2005 e 2012, foram realizados 543 registros de jornalistas - 492 com diploma universitário e 51 sem diploma.

Para os autores, no contexto do mercado jornalístico potiguar, “o jornalista tem na assessoria de imprensa melhores perspectivas de salário” (MAIA; FEMINA, 2012, p. 92). Eles reforçam o fato do piso salarial ser o menor do país como um dos fatores determinantes.

Além do restrito mercado de trabalho, o piso salarial dos jornalistas potiguares é o mais baixo que pago em uma capital brasileira. Desde setembro de 2011, o piso salarial é R\$ 1050,00<sup>5</sup>. Mesmo assim, os jornalistas têm dificuldade em encontrar vagas nas redações das empresas jornalísticas tradicionais, que contam com muitos estagiários, principalmente alunos dos cursos de Jornalismo do Estado. As novas mídias de informação ainda não se firmaram no mercado jornalístico potiguar. Em tal cenário, a assessorias de imprensa, em empresas especializadas que prestam serviço para outras empresas, órgãos públicos ou entidades, despontam com uma forte oportunidade de trabalho e de melhor remuneração (MAIA; FEMINA, 2012).

De acordo com Duarte (2011), a migração de jornalistas para áreas fora do mercado tradicional das redações se deu na década de 1980, quando se consolidavam as assessorias de imprensa no país. O autor relata que em 1993 o Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal calculou em 50% os profissionais que atuavam em comunicação institucional.

---

<sup>4</sup> Dados obtidos no Sindjorn em abril de 2013.

<sup>5</sup> Valor à época; o valor atual é R\$1.225,80 (piso definido em janeiro de 2014 e válido até setembro de 2014).

Além da questão salarial, outro motivo para a concentração de jornalistas em redações e em assessorias de imprensa, ao mesmo tempo, é a predileção por parte do assessorado<sup>6</sup> com relação ao assessor de imprensa que trabalha em redações, visto que esse fato supostamente pode trazer benefícios no momento de publicar o material do cliente.

Tendo em vista as perspectivas apresentadas, percebemos que as transformações pelas quais passaram a profissão de assessor de imprensa culminam no cerne da pesquisa, que consiste em investigar a prática profissional e o *ethos* dos jornalistas que possuem vínculo profissional simultâneo em empresas jornalísticas (repórteres, apresentadores, editores etc.) e em empresas públicas ou privadas, como assessores de imprensa em Natal-RN.

Diante destes parâmetros, um caminho possível é a investigação do *ethos* oriundo dessa múltipla atuação profissional. É provável que o jornalista assessor de imprensa viva situações cotidianas de escolhas que podem ser entendidas como conflituosas. Esta questão reverbera na identidade profissional do sujeito, pois o modo como ele se vê pode alterar a prática profissional e, conseqüentemente, seu *ethos*.

É possível que existam identidades diferentes, com implicações distintas; inicialmente destacamos duas, ambas relativas ao profissional que atua simultaneamente em redações e assessorias de imprensa. Uma é a do sujeito que se vê primordialmente como jornalista, outra é a do sujeito que se vê primeiramente como assessor de imprensa. Tais identidades podem revelar como esses profissionais justificam suas práticas cotidianas oriundas de suas múltiplas atuações. Desta forma, desenvolvemos a pergunta orientadora desta pesquisa: *Como se dá a prática profissional e como se configura o ethos dos jornalistas que atuam simultaneamente em TVs e em assessorias de imprensa de Natal-RN?*

Na tentativa de investigar como se dão esses processos, elencamos pistas para traçar um caminho inicial, refletidas nas seguintes questões: Como se configura o *ethos* do profissional que atua como assessor de imprensa e jornalista televisivo no contexto de Natal-RN e de que modo ele influencia em sua atuação profissional? De que modo a identidade do jornalista assessor de imprensa

---

<sup>6</sup> Assessorado é quem contrata o serviço de assessoria de imprensa; o cliente da assessoria de imprensa.

influencia na prática profissional? Quais as visões sobre jornalismo e sobre assessoria de imprensa que tal profissional tem e como esta perspectiva nos ajuda a entender seu *ethos*?

Foi utilizada como um dos critérios de escolha do campo empírico da pesquisa a atuação como jornalista em emissoras de TV de Natal-RN, por ter sido observado em pesquisa exploratória que é a mídia tradicional na qual estão mais concentrados os jornalistas assessores de imprensa, diferente do que se imaginava a princípio.

### ***Desenho metodológico: a etnometodologia e as visões da realidade social***

Consideramos que este panorama particular do Rio Grande do Norte seja reflexo da situação profissional do país inteiro; como também pensamos que os relatos dos sujeitos selecionados para embasar a pesquisa façam um coro que diz respeito a boa parte da classe de jornalistas assessores de imprensa potiguares.

Desta forma, por começarmos de uma questão particular para uma geral, estabelecemos o método indutivo como uma base lógica da investigação. Para Gil (2010), no método indutivo partimos da observação de fatos ou fenômenos cujas causas queremos conhecer, e o resultado dessa indução é uma possibilidade, não uma verdade.

Contudo, o principal método da pesquisa é a etnometodologia. Por meio dela, poderemos investigar a prática do jornalista assessor de imprensa, partindo da visão deste acerca de suas próprias práticas nessa situação específica, a partir dos sentidos que lhe dá enquanto fala, descreve e relata o que faz, já que a estratégia considera a linguagem comum como locutora da realidade social (COULON, 1995).

A etnometodologia é uma corrente da sociologia americana surgida nos anos 60 que mudou a tradição sociológica, dando maior importância à abordagem qualitativa do social. Para Gil (2010), o método é uma tentativa de investigar sobre os procedimentos que os atores sociais utilizam em suas operações cotidianas; é o estudo das atividades cotidianas (comunicar-se,

tomar decisões, raciocinar). Ele tornou possível que tenhamos uma melhor compreensão e tratamento das contribuições desses atores às realidades socialmente explicáveis (HERITAGE, 1999).

Segundo Coulon (1995), os etnometodólogos desejam estar mais perto das realidades da vida social que os outros sociólogos. “Onde outros veem dados, fatos, coisas, a etnometodologia vê um processo através do qual os traços da aparente estabilidade da organização social são continuamente criados” (POLLNER, 1974 *apud* COULON, 1995).

Ela foi desenvolvida por Harold Garfinkel (1917-2011), sociólogo que teve como principais influências os sociólogos Talcott Parsons (1902-1979) e Alfred Schütz (1899-1959), e teve como marco o ano de 1967, ocasião da publicação de *Studies in Ethnometodology*. A ideia central da etnometodologia de Garfinkel é que a linguagem comum revela a realidade social, descreve-a e a constitui; ele se volta às atividades práticas, ao raciocínio prático, quer seja profissional ou não.

Desta forma, o jornalista, ao falar da sua dupla atuação profissional rotineira - em assessoria de imprensa e redação -, poderia revelar melhor a realidade social na qual está inserido. “A importância teórica e epistemológica da etnometodologia se deve ao fato de efetuar uma ruptura radical com modos de pensamento da sociologia tradicional. Mais que teoria constituída, ela é uma perspectiva de pesquisa, uma nova postura intelectual” (COULON, 1995, p. 07).

Para Coulon (1995), os cinco conceitos-chave da etnometodologia são: a prática, a indicialidade, a reflexividade, a *accountability* e a noção de membro. Sobre o primeiro conceito-chave: as atividades práticas são temas centrais dos estudos empíricos etnometodológicos visto que é concedida às atividades corriqueiras do dia a dia a mesma atenção que aos acontecimentos extraordinários.

A indicialidade diz respeito à incompletude já esperada das palavras da linguagem natural, a exigência de um entendimento mais completo de acordo com o contexto dado; o sentido é sempre local, ou seja, uma palavra - ou mesmo uma instituição - só pode ser analisada considerando-se sua situação. A indicialidade, para Coulon (1995, p. 34), “quer dizer que todas as formas

simbólicas, como os enunciados, os gestos, as regras, as ações, comportam uma ‘margem de incompletude’”.

A reflexividade é estabelecida quando um sujeito, ao mesmo tempo em que descreve uma situação, a constitui. “No decorrer de nossas atividades ordinárias, não prestamos atenção ao fato de que ao falar construímos ao mesmo tempo, enquanto fazemos nossos enunciados, o sentido, a ordem, a racionalidade daquilo que estamos fazendo naquele momento” (COULON, 1995, p. 41). A *accountability*, por sua vez, seria uma “analisabilidade” das práticas. “Dizer que o mundo social é *accountable* significa que ele é algo disponível, isto é, descritível, inteligível, relatável, analisável. Essa analisabilidade do mundo social, a sua descritibilidade e sua objetividade se mostram nas ações práticas dos atores [sociais]” (COULON, 1995, p. 45).

O quinto conceito-chave se refere à noção de membro, não pelo pertencimento social, mas pelo domínio da linguagem natural. Um membro “é uma pessoa dotada de um conjunto de modos de agir, de métodos, de atividades, de *savoir-faire*, que a fazem capaz de inventar dispositivos de adaptação para dar sentido ao mundo que a cerca” (COULON, 1995, p. 48).

Usaremos a etnometodologia partindo do objetivo central do trabalho, investigar a prática social do jornalista assessor de imprensa e seu raciocínio prático profissional enquanto ator social. Os cinco conceitos-chave da etnometodologia são contemplados na pesquisa, visto que a prática profissional é nosso foco; a indicialidade, pelo fato de considerarmos todas as informações ao redor da fala do jornalista assessor de imprensa nos momentos de interação; a reflexividade é esperada, visto que provavelmente evocaremos questões que nunca foram pensadas de forma objetiva pelos atores sociais; a *accountability* é contemplada no momento em que o assunto em foco é descritível, analisável; por sua vez, a noção de membro é característica marcante da chamada tribo jornalística (TRAQUINA, 2005) com a qual estamos trabalhando.

Em referência à noção de membro, destacamos preliminarmente que pode existir um ponto de atenção no que se refere à identidade do jornalista assessor de imprensa, pois pode ser que haja diferenciação entre a noção de membro do jornalista que atua somente em redações, do que atua somente como assessor de imprensa e do que tem a dupla função, o jornalista assessor

de imprensa – figura da nossa pesquisa. Identificamos em pesquisa exploratória que o assessor de imprensa pode não ser visto como jornalista pelos profissionais que atuam em redações – às vezes citados popular e pejorativamente como “jornalistas de verdade”.

Uma peculiaridade da pesquisa etnometodológica é que os problemas encontrados no percurso e todas as interações constituem parte fundamental do material de pesquisa. É comum, neste tipo de pesquisa, o abandono das hipóteses antes da ida ao campo; uma estratégia em substituição a esta seria a descrição prévia do que os membros pesquisados fazem. Seguindo esses direcionamentos, desde o início da pesquisa evitamos ao máximo a formação de hipóteses e mantemos sempre o contato com os sujeitos do campo empírico, fazendo o registro dessas interações.

Na pesquisa de campo, os etnometodólogos usam métodos variados, oriundos de outras sociologias qualitativas e também diversos instrumentos de coletas de dados, como diálogos, observação participante, estudos de dossiês; sempre com a prerrogativa da observação de campo.

Heritage (1999) aponta que a atividade organizacional – entendida de forma mais ampla - é, por vezes, foco dos trabalhos etnometodológicos. Consideramos, neste ponto, tanto o jornalismo praticado em redações, quanto o jornalismo de assessoria de imprensa como práticas organizacionais já reconhecidas. Suas distintas rotinas e práticas são estabelecidas e as diferenciações são identificáveis de uma cultura organizacional distinta.

Escolhemos como técnica a entrevista em profundidade, que consoante com Duarte (2008) serve para que se recolham respostas a partir da experiência de uma fonte. Ela permite a identificação de diferentes maneiras de perceber e descrever os fenômenos. Para o autor, representa uma “técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada” (DUARTE, 2008, p. 62).

Pereira (2012) aponta que o uso da entrevista como metodologia de pesquisa remonta do final do século 19, época de consolidação das ciências sociais. Para o autor, a pesquisa no campo do Jornalismo é bem valorizada,

pela proximidade deste profissional à técnica, muitas vezes usada em sua prática diária.

No entanto, Pereira (2012) destaca que a realização de pesquisas qualitativas exige um preparo extra do pesquisador entrevistador, que precisa considerar diferentes aspectos da interação com o entrevistado e considerar durante o processo de interpretação dos dados, analisando “a própria atuação do pesquisador no processo de construção da narrativa” (PEREIRA, 2012, p. 43).

De acordo com o Duarte (2008), temos que considerar muito além das respostas proferidas nas entrevistas. É necessário observar o ambiente da entrevista, a relação entre as pessoas nesse ambiente, o comportamento do entrevistado, seus movimentos e gestos, cruzando esses dados com as respostas obtidas no contexto. Essa característica da entrevista em profundidade pode ser relacionada à indicialidade da etnometodologia (COULON, 1995), visto que esse conceito diz respeito à necessidade de um entendimento mais contextualizado da linguagem do ator social.

Consoante com Duarte (2008), as entrevistas em profundidade geralmente são individuais, mas não obrigatoriamente. Realizamos as sessões de entrevista com uma fonte por vez, a fim de obter respostas espontâneas o tanto quanto possível, assegurando que contemplemos o conceito de reflexividade da etnometodologia.

Outra característica desse tipo de técnica é a variedade de tipologias. As pesquisas qualitativas podem ter questões não estruturadas ou semiestruturadas; a entrevista pode ser aberta ou semi-aberta; o modelo pode ter uma questão central ou um roteiro; sendo assim, a abordagem sempre será em profundidade e as respostas indeterminadas. Em pesquisas quantitativas, as questões são estruturadas, a entrevista é fechada, o modelo é o de questionário, a abordagem é linear e esse conjunto de fatores resulta em respostas previstas (DUARTE, 2008).

Pelo fato das entrevistas em profundidade serem parte da etapa qualitativa da pesquisa, optamos por trabalhar com questões semi-estruturadas, em entrevista semi-aberta e com o modelo de roteiro. Para Duarte (2008), na

entrevista semi-aberta as questões têm origem no problema de pesquisa e buscam tratar da amplitude do tema, por meio do uso de perguntas abertas tanto quanto possível.

O autor aponta que, geralmente, trabalhamos com um número de questões entre cinco e sete, esgotando ao máximo cada pergunta. Cada questão é aprofundada, gerando outras em consequência; para tal, as questões devem ser amplas, pois não se pode correr o risco de esgotá-las com facilidade. Além disso, a lista de questões-chave pode ser alterada no percorrer das entrevistas em profundidade, isso é natural.

Com relação aos instrumentos de coleta de dados, registramos os dados das entrevistas por meio de gravações em áudio e anotações, com transcrição dos áudios em seguida. Todo esse material constitui a base para nossa análise dos dados empíricos, bem como as impressões e interpretações dos gestos e falas dos entrevistados.

### ***Da pesquisa exploratória à entrevista em profundidade***

Diante da necessidade de desenvolvermos uma problemática baseada em uma realidade empírica, a primeira fase do trabalho pautou-se em pesquisa exploratória que, de acordo com Gil (2010), visa proporcionar uma visão geral acerca de um tema pouco explorado. Para o autor, esse tipo de pesquisa tem uma menor rigidez no planejamento e, geralmente, configura o primeiro passo de uma investigação.

Para Bonin (2011), a pesquisa exploratória é um movimento de aproximação ao fenômeno pesquisado, com vistas a conhecer suas especificidades. Pode incluir um levantamento de dados referente ao problema, além de trazer pistas que irão contribuir para a construção investigativa.

A pesquisa exploratória foi necessária devido aos ajustes pelos quais passaram a problemática, pois era necessário averiguar se o objeto de pesquisa em questão correspondia com a realidade do mercado ou se era apenas uma perspectiva abstrata da pesquisa.

A construção da proposta de pesquisa requereu um contato inicial com nosso campo empírico. Recorremos a ele em busca de informações acerca da concentração de jornalistas assessores de imprensa na capital potiguar. Por meio de abordagem pela mídia social *Twitter*, com mensagens trocadas entre 30 de maio e 05 de junho de 2012, constatamos que a televisão retém a maior parte dos profissionais que atuam simultaneamente na mídia e fora dela. Esse não era o resultado esperado; acreditávamos que o jornalismo impresso era onde esses profissionais estavam concentrados.

No levantamento realizado, foram identificados quatro profissionais que trabalham na TV Assembleia, três na Inter TV Cabugi, um na TV Câmara, um na TV Ponta Negra e um na TV Tropical, todos com a experiência de atuar ao mesmo tempo nesses veículos e como assessores de imprensa de instituições públicas e ou privadas. Nesta etapa da investigação, começamos a formar uma rede de contatos com esses profissionais.

Consideramos que no decorrer da pesquisa os sujeitos sofreriam mudanças de postos de trabalho. Essa mobilidade é comum entre os profissionais da área de Comunicação, porém o que a pesquisa pretendeu investigar não foi afetado por essa realidade empírica da assessoria de imprensa, pois o fenômeno permanece independente da mudança de emprego. Para tanto, fizemos diferenciação entre os que têm experiência passada e os que estão atuando nessas condições na atualidade da colaboração com a pesquisa, visto que isso pode interferir na memória que têm acerca de suas práticas.

Um critério adotado para a escolha dos sujeitos da pesquisa que viriam a atuar na etapa das entrevistas em profundidade foi o vínculo empregatício que eles têm ou tiveram com as TVs e com as empresas das quais são ou eram assessores de imprensa, pois entendemos que não há como comparar um jornalista que atue apenas como *freelancer* com um sujeito que trabalha concomitantemente nos dois espaços analisados com conhecimento prévio de seus chefes diretos. Foi feita uma diferenciação entre quem trabalha na TV como repórter, pauteiro ou em outros cargos; como também quem atua em assessorias de imprensa como funcionário público ou privado, proprietário de empresa ou com outros tipos de vínculo empregatício.

Na etapa seguinte da pesquisa, foram selecionados quatro jornalistas assessores de imprensa para atuarem na fase das entrevistas em profundidade, subsidiando a pesquisa com informações concretas do mercado jornalístico potiguar. Os identificamos na pesquisa por pseudônimos, a fim de preservar seus nomes. Os quatro possuem o perfil desejado: atuam ou já atuaram concomitantemente como jornalistas de redação televisiva, em diversos cargos – chefe de pauta, repórter, produtor, apresentador - e assessores de imprensa de instituições públicas e privadas.

Em um primeiro momento, selecionamos dois sujeitos e realizamos as entrevistas em profundidade, a fim de testar o método e fazer ajustes a serem apresentados na etapa de qualificação. Em seguida, foram feitas mais duas entrevistas em profundidade, totalizando quatro atores sociais.

Até a etapa da qualificação, foram muitos os desafios, desde a escolha da problemática aprofundada, até o delineamento da pesquisa. As experiências adquiridas nos debates de sala de aula, nos congressos e nas orientações acadêmicas nos fizeram refletir diversas vezes sobre como chegar a um caminho no qual a experiência enquanto pesquisadora e assessora de imprensa interferisse de uma forma positiva.

Os ajustes na problemática foram feitos ao longo do projeto. No início, a pesquisa seria uma continuação do trabalho monográfico realizado pela pesquisadora durante a graduação em Comunicação Social – Radialismo, que pesquisava o uso das mídias sociais pelos assessores de imprensa potiguares. Passados alguns meses no mestrado, vimos nas orientações acadêmicas a necessidade de debater questões anteriores da assessoria de imprensa exercida no Brasil.

Depois de muitas discussões, chegamos à problemática envolvendo as questões éticas desse exercício profissional. A motivação do tema foi a experiência da investigadora como assessora de imprensa com formação em Radialismo, e não ainda Jornalismo (graduação que foi concluída posteriormente). O objetivo era investigar os tabus da assessoria de imprensa do ponto de vista da ética: por que, mesmo após anos de legitimação da função como concernente ao jornalista, a prática ainda era discriminada por jornalistas que exerciam funções mais tradicionais?

No semestre seguinte, após experiências negativas com essa problemática em congressos e discussões acadêmicas, percebemos que havia uma necessidade de repensar novamente a problemática; dessa vez, as questões éticas ficaram como pano de fundo e a precarização da profissão veio à tona como uma possibilidade mais palpável de trabalho e ainda mais incrustada na prática profissional, o que poderia ajudar a resolver a problemática desenhada anteriormente.

Na etapa da qualificação, foi proposta a realização de uma pesquisa quantitativa, a fim de verificar alguns dados gerais do mercado jornalístico potiguar, tendo em vista que a pesquisa qualitativa envolvendo entrevistas em profundidade não permitia generalizações; esse desafio está desenvolvido no Capítulo III.

### ***Estrutura do trabalho***

Após a apresentação dos objetivos e justificativas, apresentação da premissa ligada à precarização da profissão de jornalista, do desenho metodológico (COULON, 1995; DUARTE, 2008) e dos caminhos da pesquisa, apresentamos o arranjo de quatro capítulos, de forma a assegurar uma base teórica sobre assessoria de imprensa, identidade e *ethos* para então desenvolvermos o conteúdo das entrevistas em profundidade, da pesquisa quantitativa e as consequentes reflexões.

No “Capítulo I: O microcampo da assessoria de imprensa” apresentamos uma contextualização histórica acerca do Jornalismo (MARCONDES FILHO, 2009), do surgimento da função de assessor de imprensa (VIVEIROS; EID, 2007; SILVEIRA, 2010) e do surgimento das relações públicas (CHAPARRO, 2011). Falamos da influência de outras áreas na assessoria de imprensa. Em seguida, apresentamos a teoria dos campos (BOURDIEU, 2006) traçamos distinções entre os termos mais pertinentes para a compreensão do que é assessoria de imprensa no Brasil (CURVELLO, 2009; FENAJ, 2007), apresentamos a figura do jornalista assessor (SILVEIRA, 2010), e apresentamos algumas tensões existentes no exercício da assessoria de imprensa (SANT’ANNA, 2009).

No “Capítulo II: O *ethos* do jornalista nas múltiplas identidades contemporâneas” refletimos sobre as variadas identidades do jornalista (HALL, 2004; TRAQUINA, 2004; MARTINO, 2010; OLIVEIRA, 2005) no contexto atual e conceituamos a noção de *ethos* jornalístico (MAINGUENEAU, 2008; GRANDO, 2012), tendo em vista a possibilidade de existência de *ethos*<sup>7</sup> distintos no exercício de funções tradicionais e da assessoria de imprensa.

No “Capítulo III: Radiografia do jornalismo potiguar” apresentamos a pesquisa quantitativa realizada com jornalistas potiguares no segundo semestre de 2013. Por meio destes dados, foi possível fazer um desenho da prática jornalística no estado do Rio Grande do Norte, bem como tecer algumas generalizações acerca do jornalista potiguar.

No “Capítulo IV: A visão do jornalista assessor acerca de suas práticas” discutimos sobre as entrevistas em profundidades realizadas com quatro jornalistas que atuam ou já atuaram simultaneamente em redações tradicionais e assessorias de imprensa em Natal-RN. A partir das realidades relatadas, pudemos inferir alguns resultados empíricos para a pesquisa.

Em seguida, apresentamos as últimas considerações da pesquisa, que versam sobre os motivos que levam os profissionais a terem mais de um emprego, sobre a precarização da profissão e ainda sobre o *ethos* ou os *ethos* desses sujeitos.

---

<sup>7</sup> O plural de *ethos* pode ser *ethe*, *ethea*, *ethoi* ou mesmo *ethos*; adotaremos esta última nomenclatura.

## Capítulo I

### O microcampo da assessoria de imprensa

A prática da assessoria de imprensa é comumente confundida com funções ligadas às relações públicas e à assessoria de comunicação. Entretanto, acreditamos ser necessário que se faça uma distinção clara sobre os limites de cada uma dessas atuações, e ainda um esclarecimento sobre os termos usados na área da comunicação organizacional. Para entendermos melhor esse panorama, podemos começar pelos momentos históricos que envolvem essas práticas.

O jornalismo pode ser dividido em quatro fases distintas, de acordo com Marcondes Filho (2009). O primeiro jornalismo compreende o período entre 1789 e a metade do século 19, época na qual está associado à iluminação e à desconstrução do poder da Igreja e das Universidades; o segundo é identificado a partir da metade do século 19 e tem como características a inovação tecnológica e o jornal como uma grande empresa capitalista; o terceiro começou no século 20, com o desenvolvimento e o crescimento das empresas jornalísticas; e o quarto e atual jornalismo, o da era tecnológica, teve início por volta dos anos 1970.

Para o autor, é no chamado quarto jornalismo que pode ser observada a proliferação de materiais de imprensa oferecidos por assessorias de imprensa – entendidas como agentes empresariais e públicos, que se misturam com as informações jornalísticas oriundas de reportagens.

Em 1979, por meio do Art. 11 do Decreto 83.284/1979, a legislação reconheceu o trabalho do assessor de imprensa como próprio do jornalista, na época chamado de “repórter de setor”. Entretanto, de acordo com Duarte (2011), a oficialização da assessoria de imprensa como atividade do jornalista se deu em meados dos anos 80, quando o então diretor da FENAJ, Washington Mello – que atuava como jornalista e assessor de imprensa -, suscitou debates que culminaram na realização do I Encontro Nacional dos Jornalistas em Assessoria de Imprensa, em 1984. No ano seguinte, a Federação lançou a primeira versão do Manual de

Assessoria de Imprensa, que de acordo com a própria entidade “chegou como única referência baseada nas reflexões dos profissionais atuantes na área”<sup>8</sup>.

A mudança no pensamento da FENAJ acerca da prática da assessoria de imprensa teve inúmeras reverberações que sofrem modificações até os dias atuais. Essa legitimação institucionalizada é uma característica da assessoria de imprensa praticada no Brasil. Em diversos países, a exemplo da União Europeia, o profissional que for atuar no segmento e possuir registro como jornalista tem que optar por uma das duas atividades, pois estas são autoexcludentes, como identifica Silveira (2010).

Voltando os olhares para a comunicação organizacional, é relatado que os primeiros passos desta foram dados pelo fundador da escola das relações públicas, o jornalista americano Ivy Lee, que no início do século 20 deixou as redações para se dedicar à imagem pública do empresário John Rockefeller. De acordo com Chaparro (2011), ele não se limitou a fazer a ponte de relacionamento com a imprensa, pois era um “homem de comunicação, sabia que a imagem das pessoas, como a das instituições, não se muda com conversa fiada e notas em jornais” (CHAPARRO, 2011, p. 38).

No contexto brasileiro, a comunicação organizacional se fortaleceu entre os anos 1960 e 1970, época da ditadura militar. No entanto, a função era pouco prestigiada. Alguns aspectos da identidade do assessor de imprensa que observamos hoje são decorrentes desse período, no qual o profissional era visto como oposição aos jornalistas que trabalhavam em redações. A época ficou conhecida como a do “nada a declarar”, máxima evocada pelas figuras públicas com ajuda dos assessores de imprensa (VIVEIROS e EID, 2007). Silveira (2010) aponta que

A atividade de assessoria, no Brasil, surgiu em um processo de conscientização que se disseminou nas organizações e que indica a necessidade de se comunicarem com seus diversos públicos (*stakeholders*). A mentalidade ancorada na célebre frase atribuída ao empresário estadunidense William Vanderbilt (o público que se dane), há muitas décadas, cedeu lugar a uma realidade de trocas de informações em múltiplos sentidos (SILVEIRA, 2010, p. 67).

---

<sup>8</sup> Informação retirada do sítio <<http://www.fenaj.org.br/public.php>>.

Como a comunicação organizacional da época ainda estava em desenvolvimento, os termos eram empregados sem distinção. A partir da redemocratização pela qual passou o Brasil na década de 1980, as instituições precisaram ter posturas diferentes, e as informações não mais poderiam ser escondidas. De acordo com Viveiros e Eid (2007), foi nessa época que a assessoria de imprensa começou um processo de valorização.

Chaparro (2011) conta que, naquela época, houve a ruptura entre a assessoria de imprensa e suas raízes nas relações públicas, o que culminou em uma experiência de assessoria de imprensa jornalística única no mundo. A ocupação jornalística nesse segmento foi tão forte que, de acordo com pesquisa feita pelo Dieese no Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo em 1995, cerca de um terço dos jornalistas profissionais brasileiros com carteira assinada, à época, atuavam fora das redações, ou seja, nas fontes. Para o autor, nesse momento histórico as fontes deixaram de reter informações, o que ele chama de revolução das fontes.

## **1.1 A assessoria de imprensa no contexto da comunicação organizacional**

Para entendermos o lugar dentro da comunicação e do Jornalismo onde se encontram as práticas da assessoria de imprensa e explicar as relações estabelecidas, recorreremos ao conceito de campo social de Bourdieu (2006), que remonta a perspectiva de um espaço no qual os agentes compartilham um condicionamento histórico e características inerentes como, por exemplo, o campo científico. Os agentes de cada campo disputam o direito à legitimidade, enquanto que no espaço de interação os diferentes campos fazem trocas e se atualizam.

Propomos na pesquisa que a comunicação seria o campo social maior, do qual surgem dois campos distintos, porém com semelhanças irrefutáveis: o campo do jornalismo e o campo das relações públicas. Desses, surge o campo da comunicação organizacional, que contém o microcampo da assessoria de

imprensa, que também tem herança dos dois campos anteriores, embora com nomenclaturas e atuações profissionais diferentes (**figura 01**).

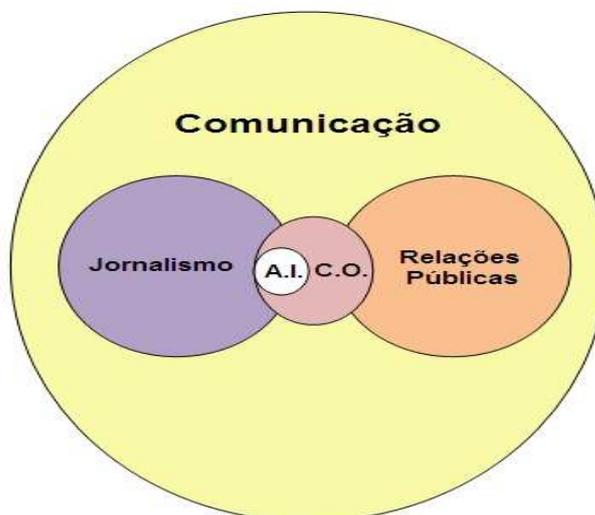


Figura 01: Esquema proposto para os campos: em amarelo, o campo social da Comunicação; em roxo, o campo do Jornalismo; em laranja, o campo das Relações Públicas, e em rosa o campo social da Comunicação Organizacional, no qual está contido o microcampo da assessoria de imprensa

Fonte: Dantas (2014)

Acreditamos que essa diferenciação de hierarquias dentre as nomenclaturas faz-se necessária para que se entenda a nossa perspectiva da assessoria de imprensa. Em nossa proposta de pesquisa, destacamos que essa visão não é unânime entre os pesquisadores. A seguir, mostramos a genealogia da assessoria de imprensa em meio ao sistema de campos sociais proposto.

Diante da proposta de campos sociais, fica exposto que acreditamos que a assessoria de imprensa atualmente tenha influência não somente no Jornalismo, mas também nas relações públicas, como outrora acontecia. De acordo com Chaparro (2004), a luta por espaços profissionais entre as áreas de Relações Públicas e Jornalismo arrasta-se desde meados de 1969, quando teve início um confronto no território das “tarefas específicas” de cada área, amparadas pelas regulamentações profissionais.

De acordo com o autor, esse conflito entre profissionais é falso e “inútil”, tendo em vista que há a possibilidade de atuação conjunta e solidária entre

jornalistas e relações públicas. Entretanto, devido à atuação no mercado potiguar, acreditamos que essas tensões ainda não estão resolvidas, mesmo em meio a avanços.

Voltando nossos esforços para entender os conceitos, acreditamos que na contemporaneidade as diferenciações podem ser feitas com mais facilidade, inclusive é possível tecer uma hierarquização entre eles. Propomos dois campos sociais principais: o campo do Jornalismo e o campo das Relações Públicas. A comunicação organizacional é um terceiro campo, resultado da hibridização dos campos do Jornalismo e das Relações Públicas.

Desses campos resultam variados microcampos, tais quais o da assessoria de imprensa, objeto de nosso interesse. Diante destas escolhas, autores essenciais da perspectiva das Relações Públicas, como a pesquisadora Margarida Kunsch, não participam do corpus teórico da investigação.

Curvello (2009) estabelece que a comunicação organizacional pode ser dividida por duas frentes: pelas Ciências da Comunicação e pela Administração. Preferimos, no entanto, a divisão do ponto de vista do profissional, e não da área: a comunicação organizacional da perspectiva do jornalista e do profissional de relações públicas – interessando ao trabalho, portanto, essa primeira.

De acordo com o autor, a comunicação organizacional é um espaço para atuação profissional de assessores, gestores e consultores advindos principalmente das áreas de relações públicas, jornalismo, publicidade e propaganda, marketing e administração. Tais profissionais são responsáveis pelo planejamento, formulação estratégica, gestão da informação, discursos, imagens, gestão e produção do mix de medias, promoção e eventos organizacionais.

A comunicação organizacional é muito presente nas instituições, porém as nomenclaturas nem sempre são claras e bem definidas. Por vezes, ela é tratada simplesmente como comunicação empresarial, que tem emprego mais ligado à área de administração; ou até mesmo como comunicação institucional, normalmente em uma versão mais abrangente do que o conceito de empresa.

Há, ainda, autores que utilizam as terminologias jornalismo institucional e jornalismo empresarial. É o caso de Viveiros e Eid (2007, p. 21), que denominam a primeira como uma especialização do Jornalismo que busca “suprir a demanda de

informação que os veículos de comunicação de massa não conseguem atender”. Para os autores, o conceito de jornalismo institucional pode ser dividido em duas frentes de trabalho: jornalismo empresarial (composto pelos públicos interno e externo) e assessoria de imprensa (canal entre os sistemas sociais e os veículos de comunicação). Para Silveira (2010), o uso dos termos “jornalismo institucional” e “jornalismo empresarial” são mecanismos para tentar validar as assessorias de imprensa como subgrupos do jornalismo.

De acordo com o Manual de Assessoria de Comunicação da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ, 2007, p. 07), assessoria de imprensa é um “serviço prestado a instituições públicas e privadas que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para os veículos de comunicação em geral”.

Com relação ao papel do assessor de imprensa, Silveira (2010) acredita que é responsável “pelo elo entre os seus assessorados e os jornalistas que buscam colher informações na organização e se responsabiliza pelo material de cunho informativo, opinativo e interpretativo” (SILVEIRA, 2010, p. 17).

Nesse contexto, consideramos que assessoria de comunicação é um termo mais abrangente e surgiu da ampliação das atividades das assessorias de imprensa nos últimos anos, mudanças que tornaram os jornalistas gestores de comunicação, fazendo-os trabalhar com uma equipe multifuncional composta por outros profissionais, tais quais relações públicas e publicitários (FENAJ, 2007).

Ou seja, o assessor de comunicação é um gestor da comunicação, ideia compartilhada por Silveira (2010), que acredita nessa denominação “caso exerçam a função gerencial, ou seja, de coordenar toda a equipe de comunicação, o que não implicaria no exercício de funções não jornalísticas, como aquelas da alçada do RP e do publicitário” (SILVEIRA, 2010, p. 64). Para o autor, a composição das assessorias de comunicação pelos profissionais nas três habilitações (Jornalismo, Relações Públicas e Publicidade & Propaganda) representaria um cenário ideal.

## 1.2 O jornalista assessor

Chaparro (2011) defende que, no mundo globalizado, as instituições agem pelo que dizem, fazendo uso da eficácia difusora do jornalismo. Conseqüentemente, isso reverbera para a assessoria de imprensa, pois essa é profundamente vinculada à necessidade de se conseguir espaço na mídia – trabalhando, portanto com a imagem institucional na esfera pública.

A atuação do jornalista frente às assessorias de imprensa aparenta ser uma questão clara, academicamente, e sem resquícios dos preconceitos difundidos no início da popularização da função no país. Entretanto, no mercado jornalístico brasileiro, especificamente no contexto potiguar, a atuação desse profissional ainda é carregada por tensões, que consideramos serem ligadas a questões identitárias.

A temática de certa forma relacionada à ética no exercício da assessoria de imprensa pode parecer, para alguns pesquisadores e profissionais, uma discussão já esgotada ou ultrapassada. Porém, percebemos que na atualidade há uma nova configuração midiática, diferente do momento social e político dos anos 80, quando o assunto começou a ser debatido e o exercício da assessoria de imprensa foi legitimado como jornalístico pela FENAJ.

Segundo Sant'Anna (2009), os cenários midiático e jornalístico estão passando por transformações com relação à agregação das fontes no processo de produção e difusão das informações, o que ele chama de jornalismo das fontes, extra-redação, uma espécie de jornalismo de influência. Tais transformações se dão em três níveis: na hibridização dos discursos, das estruturas informativas e do espaço profissional, e interferem diretamente na modelagem do espaço público.

A teoria de mídia das fontes do autor considera que o Brasil tem uma paisagem midiática única, na qual a sociedade civil organizada se comunica diretamente com a opinião pública, sem passar por intermediação das mídias tradicionais. Fazemos a leitura de que muito desse fenômeno se deve à proliferação das assessorias de imprensa. Para Sant'Anna (2009), o espaço público é um ambiente de comunicação, no qual a população se faz presente e interage entre si e com os meios de comunicação. Neste ínterim, as mídias das fontes – ou atores sociais - disputam um lugar de visibilidade no espaço público.

De certa forma, o microcampo da assessoria de imprensa não é legitimado em unanimidade. Porém, de acordo com Sant'Anna (2005, p. 17), “os jornalistas brasileiros e suas entidades representativas somaram esforços para que o Estado, a sociedade e os próprios jornalistas aceitassem as atividades concernentes à assessoria de imprensa como um campo jornalístico”.

O autor aponta que os jornalistas, com apoio da FENAJ, se apropriaram da reserva de mercado que outrora era ocupada sem distinção por publicitários, relações públicas e pessoas sem formação; tanto os jornalistas quanto a Federação julgaram que os conhecimentos técnicos e a formação do jornalista profissional eram muito compatíveis com a atuação em assessorias de imprensa.

De acordo com Silveira (2010), os jornalistas-assessores<sup>9</sup> outrora eram vistos apenas como intermediários entre fonte e jornalistas de redação; no passado, era comum pensar que o jornalista que atuava em assessoria era de “segunda classe”, que estava naquela função por não ter competência para se vincular a funções convencionais do jornalismo, porém esta realidade mudou.

A partir do momento em que esse mercado de assessoria se expandiu e todos perceberam que o número de vagas em assessoria era muito maior, num ambiente de precarização do ambiente convencional, era esperado que o discurso condenatório arrefecesse. E arrefeceu. Atualmente, ainda persistem críticas à atuação de jornalistas no campo da assessoria, mas se tornou uma realidade culturalmente aceita, tolerável, e por que não dizer, almejada por muitos profissionais do Jornalismo. As críticas não são mais num tom elevado como no passado, tudo passou por uma relativização, fruto da mudança do próprio mercado. Não percebemos que haja nenhuma má intenção ou manipulação, apenas a realidade mercadológica fez com que todos sentissem o seu peso (SILVEIRA, 2010, p. 293).

Consoante com a nossa proposta, o jornalista assessor tem como referência para atuação profissional a técnica jornalística que aprendeu em sua formação acadêmica. Para Silveira (2010), como o mercado de assessoria é ocupado por jornalistas, em sua maioria, “inevitavelmente isso fortalece uma convicção, mesmo que inconsciente, de que muito da qualidade dos produtos e serviços se deve às habilidades técnicas oriundas da formação em Jornalismo” (SILVEIRA, 2010, p. 90).

---

<sup>9</sup> Nomenclatura adotada pelo autor.

Entretanto, a técnica jornalística não esgota o conhecimento necessário para o desempenho como assessor de imprensa, o que o faz buscar ensinamentos nas relações públicas, no marketing, na publicidade e até no senso comum do mercado ou na experiência pautada no instinto. Isso se deve ao fato dos cursos de Jornalismo serem compostos por poucas disciplinas direcionadas à prática da assessoria de imprensa<sup>10</sup>.

Devido a esse movimento, os assessores de imprensa não possuem uma identidade definida e reconhecida no meio jornalístico. Pensa-se ser uma questão resolvida, porém no mercado potiguar ainda é possível identificar problemas de legitimação com relação à função de assessor de imprensa, frente aos jornalistas de redação. Silveira (2010) acredita que os assessores buscam se validar enquanto jornalistas, incluindo a nomenclatura “jornalismo” em suas práticas, como apresentado anteriormente.

Ainda com relação às nomenclaturas, Silveira (2010) utiliza “redação convencional” e “redação de assessoria” para referir-se ao ambiente do trabalho dos jornalistas que atuam nas redações jornalísticas (primeiro território) e nas assessorias de imprensa (segundo território), respectivamente. De acordo com o autor,

Entre esses dois territórios, consideramos a existência de uma fronteira sem contornos nítidos, ao ponto de ser tênue e fluida, o que dificulta a percepção de que haja separação entre os dois subgrupos de jornalista e alimenta, nessa intersecção, uma discussão intensa no Brasil sobre se o trabalho de assessoria é ou não atribuição do jornalista (SILVEIRA, 2010, p. 18).

Essa visão do autor de considerar os dois espaços como redações mostra-nos uma alternativa em termos conceituais. Ele aponta uma evolução nos serviços da assessoria de imprensa no Brasil, o que estaria ligado ao interesse da própria sociedade, não somente das fontes; bem como ligado à atração dos jornalistas do primeiro território para o segundo, em um movimento relacionado à crise financeira das redações.

---

<sup>10</sup> No caso da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, o curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo possui apenas uma disciplina obrigatória específica da área, "assessoria de comunicação", e outras obrigatórias tangenciais, como "gestão em comunicação", "marketing em comunicação" e "comunicação publicitária".

Para ele, os jornalistas-assessores estão bem mais aceitos na atualidade, porém é necessário “organizar-se em entidades e acontecimentos midiáticos converte-se numa forma de tornar o seu próprio trabalho como aceitável socialmente e respeitável, do ponto de vista profissional” (SILVEIRA, 2010, p. 91).

### 1.3 O jornalista assessor e a deontologia do jornalista

As práticas do jornalista assessor de imprensa interferem diretamente no que é veiculado pelos meios de comunicação social, que por sua vez fazem parte do cotidiano das pessoas. Muitas vezes, inclusive, o material produzido nas assessorias chega diretamente ao público, sem nenhuma edição, o que reforça a ideia do *dever ser* do jornalista. De acordo com Silveira (2010), o primeiro código deontológico dos jornalistas brasileiros foi divulgado em 1985. Até então, apenas Lei de Imprensa e o bom senso guiavam a atuação jornalística. Em 2007, o código de ética foi modificado pela primeira vez, única mudança até hoje. Pela falta de regulamentação, o Jornalismo se guia pela deontologia.

O conceito de deontologia aproxima-se do termo ética, porém é mais amplo e engloba uma maior subjetividade. A palavra “deontologia” vem do grego *deóntos* e significa “dever ser”. Segundo Karam (2009), refere-se ao conjunto de princípios para o exercício da atividade profissional que estabelecem o dever ser na configuração de processos e produtos.

Especialmente em relação às profissões da comunicação, como jornalismo, publicidade e propaganda e relações públicas, corresponderia ao conjunto de procedimentos considerados corretos, aconselháveis ou recomendáveis, desde a perspectiva ético-moral, no exercício da atividade (KARAM, 2009, p. 91).

Silveira (2010, p. 269) complementa essa ideia ao dizer que “a conduta profissional deontológica está assentada nos deveres, e estes, por sua vez, para ser fixados, dependem do estabelecimento anterior de princípios e regras”. Para ele, esses deveres relacionam-se com os direitos da sociedade e do jornalista em relação à sua dignidade humana. De acordo com Silveira (2010), os assessores

têm potencial para passar de intermediários a fontes colaborativas, o que pode diminuir os possíveis conflitos éticos.

Quanto aos assessores, se entendermos que eles são jornalistas que cruzaram a fronteira, saindo do território das redações convencionais e adentrando o ambiente das assessorias, é possível evitar-se uma predisposição a um clima de desconfiança. O assessor pode, nessa relação com seu antigo espaço de trabalho, incorporar uma postura de fonte colaborativa, e não, de um mero intermediário de entrevistas, que pode facilitar ou dificultar o acesso do colega às informações. Dessa forma, ele estaria minimizando o espaço de ocorrência de potenciais conflitos éticos (SILVEIRA, 2010, p. 92).

Ele acredita que é possível uma atuação em assessoria que respeite a ética – entretanto não cita, *a priori*, a atuação simultânea em assessoria e redação.

(...) Os limites podem ser impostos no campo da deontologia. Para isso, é necessário que abandonemos o ceticismo quanto ao fato de que jornalistas não podem atuar nas assessorias também de forma ética. É certo que aquilo que praticam naquele território, nem sempre, é Jornalismo – digamos que, em grande parte dos casos, não se trata de Jornalismo – mas também é inquestionável que esse profissional utiliza as ferramentas do Jornalismo em seu trabalho. (...) As informações repassadas aos jornalistas podem estar precedidas de uma postura revestida de credibilidade, desde que haja um consenso em torno de um código deontológico a ser respeitado, no qual os assessores tenham um norte para sua ação profissional (SILVEIRA, 2010, p. 93-94).

Barros Filho (2003) trata a ética na comunicação não a partir do comportamento dos profissionais, mas do “produto informativo”. Mesmo assim, sua obra traz uma contribuição à pesquisa ao defender que qualquer normatização do trabalho jornalístico – incluindo padronização quanto à ética – é inútil quando são desconhecidos os efeitos negativos que podem ser evitados com tal prática.

Silveira destaca um dos resultados oriundos do movimento de jornalistas entre redações jornalísticas e assessorias de imprensa.

Apresentamos uma das dificuldades mais visíveis encontradas pelos jornalistas que cruzam a fronteira para o território das assessorias: o dilema ético. Esses indivíduos estão sujeitos a um conflito de consciência justamente por se sentirem pressionados a atender a uma matriz deontológica, em princípio, incompatível com a nova atividade, ou seja, uma matriz representada pelos parâmetros éticos dos jornalistas que atuam nas redações convencionais (SILVEIRA, 2010, p. 97).

A Diretoria Executiva da FENAJ (2011) entende que os dilemas éticos estão presentes em todos os segmentos que compõem o jornalismo e que a ética tem o mesmo valor para o jornalista que atua em redações e para o que atua em assessorias de imprensa. No entanto, nos interessa menos emitir juízos de valor do que compreender como esses profissionais – que por diversos motivos atuam simultaneamente nos dois campos de trabalho – enfrentam, representam, interpretam as questões éticas impostas por tal situação.

Retornando aos quatro sujeitos da pesquisa, ficou evidente que todos sentiam a necessidade de justificar seus pensamentos éticos acerca de suas práticas enquanto jornalistas atuantes em duas funções diferentes – uns mais fortemente, como Joelmir e Rogério, outros em menor intensidade, como é o caso de Margarida e Nísia. Para Silveira (2010), além da aceitação da função de assessor entre seus pares jornalistas, há ainda a questão da própria aceitação. Provavelmente, devido a este segundo fato, os entrevistados sintam uma necessidade de se justificarem eticamente a todo instante.

A aceitação dos jornalistas de assessoria como verdadeiros jornalistas não passará incólume pelo conflito. E não nos referimos ao conflito apenas entre segmentos profissionais, mas a um conflito interior de cada indivíduo que atua nesse subespaço profissional. Esse choque interior é o mais difícil de administrar, pois ele se dá a partir do trabalhador consigo mesmo, frente à tradicional e única deontologia, difícil de ser harmonizada com os novos anseios. Se tal jornalista vai conseguir aliar o domínio da assessoria às exigências deontológicas vigentes e, ao mesmo tempo, ser capaz de enfrentar a discussão, frontalmente, justificando e defendendo essa seara legitimamente como sua, isso ainda é um processo em construção (SILVEIRA, 2010, p. 260).

O autor ainda defende que a transição de um território (redação) para o outro (assessoria) não é primordialmente inaceitável, mas que precisa ter um cuidado deontológico – do *dever ser*, mesmo que o mercado já tenha consolidado esta prática.

Não vemos impedimentos originalmente existentes para que o jornalista trabalhe no segundo território ou que possam justificar a contento essa pretensão. Para que isso ocorra sem conflitos, é necessário que as regras deontológicas para os jornalistas-assessores estejam bem claras e marquem bem a diferença entre eles e os jornalistas convencionais. Esse cuidado se faz necessário, mesmo que a prática do mercado tenha criado uma cultura de aceitação desse cenário de transição constante entre os dois territórios (SILVEIRA, 2010, p. 297).

A discussão sobre deontologia e ética, aplicada ao contexto dos jornalistas assessores de imprensa, muito se aproxima às ideias de *ethos* e identidade, também utilizadas na pesquisa. No capítulo que segue, fazemos a aproximação entre esses dois conceitos, em uma tentativa de entender como pode se dar a complexa construção de identidade dos sujeitos de pesquisa.

## Capítulo II

### O *ethos* do jornalista nas múltiplas identidades contemporâneas

Acreditamos que as mudanças recentes pelas quais passou o jornalismo culminaram em uma atual precarização da profissão, como apontamos anteriormente. Neste sentido, observamos que a identidade do jornalista está sofrendo modificações, o que, devido ao teor de complexidade, inclui a parcela de profissionais que atuam frente às assessorias de imprensa, e ainda mais os que atuam simultaneamente nas redações convencionais e nas assessorias.

Na atualidade, é tema recorrente a crise pela qual passa o jornalismo e a profissão de jornalista. Nesse sentido, Martino (2010, p. 39), acredita que “os problemas relativos à identidade geralmente vêm à tona em momentos de crise, quando as certezas a respeito de quem se é são questionadas ou alteradas”.

Em outra perspectiva, Lopes (2013) indica que não podemos confundir o atual momento de instabilidade da profissão com uma crise de identidade jornalística. A autora acredita que o início do século 21 foi marcado por uma série de transformações no jornalismo, no ambiente midiático, no contexto educacional e profissional, dentre outros, que pôs em xeque alguns elementos da identidade jornalística. Ou seja, ela acredita em modificações dessa identidade profissional, mas não em uma crise.

No âmbito dessa identidade, ela aponta, ainda, que “imagens hegemônicas e sentidos compartilhados aparentemente de maneira ampliada não significam, necessariamente, a existência de um consenso acerca da identidade jornalística” (LOPES, 2013, p. 248).

Antes de adentrarmos na reflexão acerca da identidade do jornalista, podemos inferir uma ligação dessa com o *ethos* jornalístico. Entendemos, de forma geral, o *ethos* como uma identidade social. No sentido mais trivial, do ponto de vista do discurso, o *ethos* pode ser entendido como um fenômeno no qual o locutor, em sua fala, ativa nos destinatários uma representação controlada de si.

Entretanto, é possível que antes mesmo da fala, o público faça uma construção do *ethos* do enunciador.

Geralmente a conceituação de *ethos* é relacionada à retórica aristotélica, que tem como característica mais forte o objetivo de causar boa impressão e uma imagem positiva de si por meio do discurso. Por vezes *ethos* é traduzido erroneamente como caráter, porém é um conceito mais complexo (MAINGUENEAU, 2008).

De acordo com Grandó (2012), o Jornalismo possui dois tipos de *ethos*, que resultam em um processo contínuo de construção da imagem discursiva.

Existe, então, o *ethos* sociológico – que engloba características e valores compartilhados por um grupo e atribuídos pela sociedade a esse grupo e também diz respeito à posição institucional que outorga autoridade e eficácia aos discursos produzidos pelo grupo – e o *ethos* discursivo – a imagem de si que o orador constrói discursivamente através da utilização de recursos linguísticos, discursivos e retóricos (GRANDÓ, 2012, p. 44).

A autora acredita que o *ethos* sociológico está relacionado à identidade do jornalista e à identidade do grupo profissional. Para ela, esse *ethos* determina como o discurso do jornalista é produzido e é recebido pela sociedade. Com relação ao conceito de *ethos* discursivo, ela acredita que "diz respeito às imagens mobilizadas discursivamente pelo locutor, como estratégia argumentativa para conquistar a adesão do auditório ao seu discurso. Trata-se, portanto, de um recurso discursivo utilizado para fins de persuasão" (GRANDÓ, 2012, p. 98).

Em um mesmo sentido, Amossy (2005, p. 17), Maingueneau propõe que "o *ethos* está ligado ao estatuto do locutor e à questão de sua legitimidade, ou melhor, ao processo de sua legitimação pela fala", a construção de uma imagem de si no discurso. Não buscamos entrar na questão da análise do discurso que o autor trabalha, porém sua concepção de *ethos* ligado ao ato de enunciação é uma perspectiva interessante para a pesquisa.

Ainda nesta perspectiva, Traquina (2004) afirma que os membros de uma profissão se desenvolvem com um *ethos* distinto. Para o autor, "ser jornalista implica a partilha de um *ethos* que tem sido afirmado há mais de 150 anos" (TRAQUINA, 2004, p. 67), e a função que mais caracteriza o jornalista é o repórter

que trabalha externo à redação, diretamente na apuração dos acontecimentos, junto à sociedade.

O pesquisador considera que o *ethos* jornalístico tem sido divulgado de forma mitológica, o que tem como uma das consequências a atração de jovens para os cursos de Comunicação e Jornalismo nas universidades. Desta forma, propomos o uso do termo *ethos* em associação à construção da identidade profissional do jornalista, especificamente assessor de imprensa. Oliveira (2005) concorda nesse aspecto quando propõe que a profissão de jornalista é repleta de imagens.

No exercício de seu papel, o jornalista também é classificado como espécie de representante da sociedade, porta-voz da opinião pública, servidor do público, o que o levaria a ter um constante compromisso com o "outro". Ou seja, nessa imagem - que destaca o alto grau de responsabilidade social da profissão e resvala numa aura missionária - o público seria absolutamente priorizado em detrimento dos interesses particulares dos agentes do campo. Em última instância, imbuído de sua missão, o jornalista seria desinteressado de outros ganhos que não estivessem relacionados ao seu compromisso com a verdade e o interesse geral (OLIVEIRA, 2005, p. 19).

Referindo-se à evolução da atividade de assessoria de imprensa no Brasil, Silveira (2010) destaca o enfraquecimento da imagem do jornalista frente à sociedade: "os jornalistas, por outro lado, experimentaram a queda ou o enfraquecimento dos próprios mitos que, durante décadas, coloriram a aura da profissão (o super-homem, o defensor da sociedade e dos mais fracos etc.)" (SILVEIRA, 2010, p. 74).

Neste ponto, abrimo-nos à possibilidade do *ethos* jornalístico estar se modificando conforme as mudanças no mercado e à própria precarização da profissão, que culminam em uma intensificação da complexidade da identidade jornalística.

## 2.1 A identidade jornalística: redação e assessoria, mundos diferentes?

Para Hall (2004), as antigas identidades estão em declínio, o que faz com que surjam novas identidades e que seja fragmentado o indivíduo moderno, outrora entendido como sujeito unificado. Esta crise de identidade é vista pelo autor como parte de um processo mais abrangente de mudanças pertinentes à pós-modernidade ou modernidade tardia.

Martino (2010) também defende uma identidade complexa, formada por inúmeras variantes, às vezes até mesmo contrárias, unindo oportunidades de escolha, obrigações sociais e determinações psíquicas. Ele considera que, devido as pessoas serem complexas, nem sempre podem ser definidas por um único aspecto, pois essa complexidade reside em seus paradoxos e contradições.

Para o autor, as fronteiras de identidade estão sempre se modificando, o que muitas vezes acontece de forma imperceptível, pois a consciência sobre si não é fácil de ser alcançada. Para ele, “identidade é algo que se produz, transformando-se em uma mensagem, reelaborada por outra pessoa” (MARTINO, 2010, p. 14). Neste ponto, podemos relacionar essa identidade, tão dependente da visão do outro, ao conceito de *ethos*.

Consoante com o autor, a identidade é simultaneamente reflexiva e autorreflexiva, tendo em vista que as pessoas se definem em relação a si e aos outros, aos grupos de convivência e às situações políticas, sociais e econômicas nas quais vivem.

De acordo com Lasbeck (2009, p. 173), no âmbito da Comunicação, a identidade é caracterizada por um “conjunto único de diferenças que torna algo ou alguém conhecido e reconhecido numa situação de troca informacional”; quanto mais distantes os sujeitos, menor é a identidade na relação; quanto mais próximos, mais identidade.

Neste contexto, refletimos sobre a proximidade entre as funções exercidas no âmbito das redações tradicionais e das assessorias. A construção da identidade do jornalista assessor de imprensa é uma das questões da pesquisa. Almejamos entender como o profissional que atua simultaneamente em redações e

assessorias de imprensa se vê e se identifica. Se é como um jornalista que também atua como assessor de imprensa, ou se é um assessor de imprensa que também atua como jornalista em redações. Neste caso, a ordem dos fatores altera o resultado, pois o modo como ele se representa por meio do *ethos* revela sua identidade e pode ajudar a compreender esta complexa atuação profissional simultânea.

Devido às suas peculiaridades, as características dos jornalistas são naturalmente identificáveis. Traquina (2004) propõe que existe uma tribo jornalística e que ela é transnacional – estes sujeitos possuem o mesmo perfil e as mesmas rotinas no mundo inteiro. Dentre as características peculiares dessa tribo estão o imediatismo, uma maneira própria de agir diante dos fatos, de ver o mundo e de falar – o jornalês. Nesta perspectiva, os jornalistas são os profissionais que dominam o *ethos* e o discurso inerentes à profissão.

Para Oliveira (2005), são variadas as construções imagéticas que se tem dos jornalistas e que eles próprios ajudam a perpetuar: representantes da sociedade, mediador imparcial, contrapoder, herói, intelectual, membro da "elite pensante", dentre outros. De acordo com a autora, isso representa uma "flagrante discrepância entre as imagens construídas em torno da profissão e da realidade operacional" (OLIVEIRA, 2005, p. 202), e esse pensamento incide diretamente sobre a questão da identidade à qual nos referimos.

Segundo Silveira (2010), o "jeito de ser" do jornalista está vinculado ao seu *ethos* profissional. O autor acredita que os jornalistas constroem várias representações para si, em uma tentativa de compreender seu próprio papel profissional.

Os costumes que os diferenciam das outras profissões são oriundos dessa dimensão de confluência entre os valores da categoria e os dos setores sociais que com ela interagem. O modo de agir de cada jornalista considera o que a sociedade espera desse profissional e, até certo ponto, seus códigos de ação e de conduta são construídos em harmonia com esses anseios (SILVEIRA, 2010, p. 245).

O autor acredita que, enquanto os jornalistas lutam pelas adversidades, alimentam seu próprio *ethos*. "Eles agem com a pretensão de consolidar uma visão favorável à profissão, por mais que as ações possam parecer díspares" (SILVEIRA,

2010, p. 256). Para Grandó (2012), os jornalistas sustentam princípios básicos que são utilizados pela própria sociedade para representar o *ethos* jornalístico.

Alguns princípios básicos do jornalismo são justamente a neutralidade, a objetividade e a imparcialidade, e o *ethos* pré-discursivo do jornalismo enquanto entidade abstrata possui esses mesmos traços – a sociedade, de modo geral, tende a representar o *ethos* jornalístico como neutro, imparcial, objetivo, verdadeiro etc.; no entanto é interessante observar nos últimos anos uma transformação nos grupos de destinatários, que estão mais bem informados e críticos em relação ao jornalismo e às informações veiculadas (GRANDÓ, 2012, p. 33).

A autora acredita que a credibilidade, no discurso jornalístico, é necessária para a eficácia discursiva do jornalista com a sociedade; ou seja, seu *ethos* é essencial para a crença em um profissional e empresa sérios. Ela ainda destaca que o conceito de *ethos* institucional é bastante complexo, pois mesmo que exista o âmbito discursivo, significa uma dimensão social bastante híbrida, pois engloba características do texto, do auditório e de múltiplos autores – ou seja, no conceito organizacional, das mensagens-chave, do público receptor de informações e dos *stakeholders*.

Para a autora, todo veículo constrói seu *ethos* institucional visando a conquista de audiência. Entretanto, a autora pontua que nem sempre a imagem construída por meio do discurso corresponde à realidade, e a própria teoria do *ethos* deixa margem para que o *ethos* do locutor não seja obrigatoriamente um espelho do autor real.

A imagem de si construída no discurso de profissionais ou de instituições jornalísticas nem sempre corresponde à realidade daquela prática; reconhecemos, então, que a imagem de si pode ser bem questionável. No entanto, segundo a teoria do *ethos*, essa imagem não precisa obrigatoriamente corresponder à realidade: o *ethos* diz respeito ao locutor, e não ao autor real, empírico do discurso. Além disso, os efeitos produzidos pelo discurso jornalístico como um todo sobre a sociedade é muito mais influenciado por essas imagens compartilhadas e validadas socialmente do que pelo conhecimento, por parte do auditório, da realidade objetiva da prática jornalística (GRANDÓ, 2012, p. 100-101).

Adentrando a nossa visão ao *ethos* sociológico, indagamo-nos sobre a possibilidade de existência de *ethos* distintos entre os jornalistas de redações convencionais e os jornalistas que atuam em assessorias de imprensa. Caldas (2011) entende que esses profissionais possuem *ethos* distintos. No entanto, ela vê

interesses em comum aos dois profissionais: a divulgação da informação e o cultivo da ética.

A diferença de *ethos* começa a ser estabelecida na hora em que se observa o *timing* de captação e da divulgação da informação. Outros aspectos preponderantes a serem observados são os propósitos específicos de cada um. Embora sejam profissionais da imprensa, estão temporariamente atuando em *fronts* diferentes. Isso não significa, em hipótese alguma, demérito à função do assessor que é mostrar para a opinião pública o papel e a produção de seu patrão-cliente e do jornalista da mídia e selecionar o que considera relevante para a opinião pública. Se houver clareza disso, da legitimidade das funções, todo o restante fica mais fácil. (...) A formação comum e a atuação distinta não podem, no entanto, provocar uma relação de dependência que distancie os dois da profissionalização e da ética necessárias às atividades que desempenham (CALDAS, 2011, p. 323).

De acordo com a autora, existe o mundo do jornalista<sup>11</sup> e o mundo do assessor. Além disso, Caldas (2011) acredita que para entendermos o comportamento do jornalista de redação e de assessoria de imprensa, é necessário compreender o cotidiano e os costumes desses profissionais. Sua ideia de mundos diferentes nos ajuda a entender a ambiguidade que acompanha o fazer jornalístico, entretanto a indicação de *ethos* distintos nem sempre pode ser validada, como veremos no Capítulo 4. Isto porque a complexidade dos sujeitos vai além dessa discussão. Além disso, Caldas (2011) aborda o sujeito que atua como jornalista de redação e o sujeito que atua como assessor de imprensa como sendo pessoas separadas, enquanto no nosso caso estamos lidando com jornalistas que atuam nessas duas frentes de trabalho simultaneamente.

---

<sup>11</sup> A autora utiliza a nomenclatura “jornalista” para se referir ao jornalista que atua em redações tradicionais; consideramos esta categorização como arbitrária, já que está implicitamente aceito em seu texto que ambos são jornalistas.

## Capítulo III

### Radiografia do jornalismo potiguar

Com vistas à captação de dados empíricos concretos sobre a prática profissional do jornalista potiguar que atua na mídia – seja como repórter, apresentador ou editor - e fora da mídia, como assessor de imprensa, selecionamos atores sociais que se enquadram nesse perfil, como apresentado na introdução.

Diante da necessidade de fazermos generalizações, o que não era possível apenas com a pesquisa qualitativa desenhada anteriormente, nos foi sugerida a realização de uma pesquisa quantitativa. Devido a debates recentes acerca do jornalismo praticado no país, muitas são as pesquisas que buscam descrever o jornalista na contemporaneidade. Nesse contexto, destacamos o Perfil do Jornalista Brasileiro (MICK; LIMA, 2013), que fez avançar o pensamento neste sentido no país.

Fortuitamente, teve início no âmbito do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da UFRN a pesquisa “Radiografia do Jornalismo Potiguar”<sup>12</sup>, com vistas a descrever de forma mais abrangente as práticas dos jornalistas potiguares. Endossamos na equipe de divulgação da pesquisa e tivemos acessos aos resultados brutos.

O uso dos dados da Radiografia nos permite uma aproximação com um dos objetivos secundários da pesquisa, investigar como os jornalistas potiguares representam para si a identidade da profissão, que está diretamente ligado ao objetivo central, bem como corrobora com a nossa problemática de pesquisa.

Foi utilizado como ferramenta de captação de dados um questionário online desenvolvido na plataforma *Google Docs*, divulgado via email, em forma de releases e pelas mídias sociais, contendo 38 questões abertas e fechadas, com respostas obrigatórias e não obrigatórias, voltadas a jornalistas atuantes na mídia, fora da mídia e especificamente em docência<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Pesquisa coordenada pela Profa. Dra. Kênia Maia (Decom-UFRN).

<sup>13</sup> O questionário original consta como anexo deste trabalho.

Nos emails de divulgação e postagens em mídias sociais, foi exibida a seguinte recomendação: Esta é uma pesquisa desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e tem o objetivo de traçar o perfil dos jornalistas do Rio Grande do Norte. Ela deve ser respondida por pessoas com diploma universitário de jornalista e/ou com registro profissional de jornalista e/ou que trabalhem como jornalista.

O questionário esteve aberto a respostas entre 26 de setembro e 10 de outubro de 2013, tendo captado 159 respostas, todas consideradas válidas, a princípio. Acredita-se que a amostra teve um percentual considerável de abrangência no RN, tendo em vista que se estima que haja aproximadamente 1.700 jornalistas registrados no estado (MAIA; FEMINA, 2012). Sendo assim, o questionário foi respondido por mais de 9% dos jornalistas registrados nesse território.

As informações elencadas a seguir referem-se a uma primeira análise<sup>14</sup> dos dados, em uma investigação independente da que está sendo feita pelos idealizadores da radiografia. Algumas perguntas do questionário original foram suprimidas, tendo em vista que tratavam de questões não ligadas diretamente aos objetivos da nossa investigação. Sendo assim, utilizamos 20 das 38 questões do questionário original<sup>15</sup>.

### **3.1 Características do jornalista potiguar**

O perfil do jornalista brasileiro (MICK e LIMA, 2013) revelou uma série de características atuais dos profissionais do jornalismo no país. Almejamos identificar se o panorama estadual está próximo ou distante dos números nacionais, e para isso elencamos a seguir comparações entre os dois índices.

Esse primeiro conjunto de questões visa traçar um panorama geral sobre os jornalistas potiguares: sexo, idade, grau de instrução, registro profissional e filiação a sindicatos.

---

<sup>14</sup> Será lançada uma obra com as análises dos idealizadores da pesquisa.

<sup>15</sup> Não utilizamos nesta pesquisa as questões 01, 02, 07, 09, 11, 14, 24, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35 e 38 (numeração do questionário original).

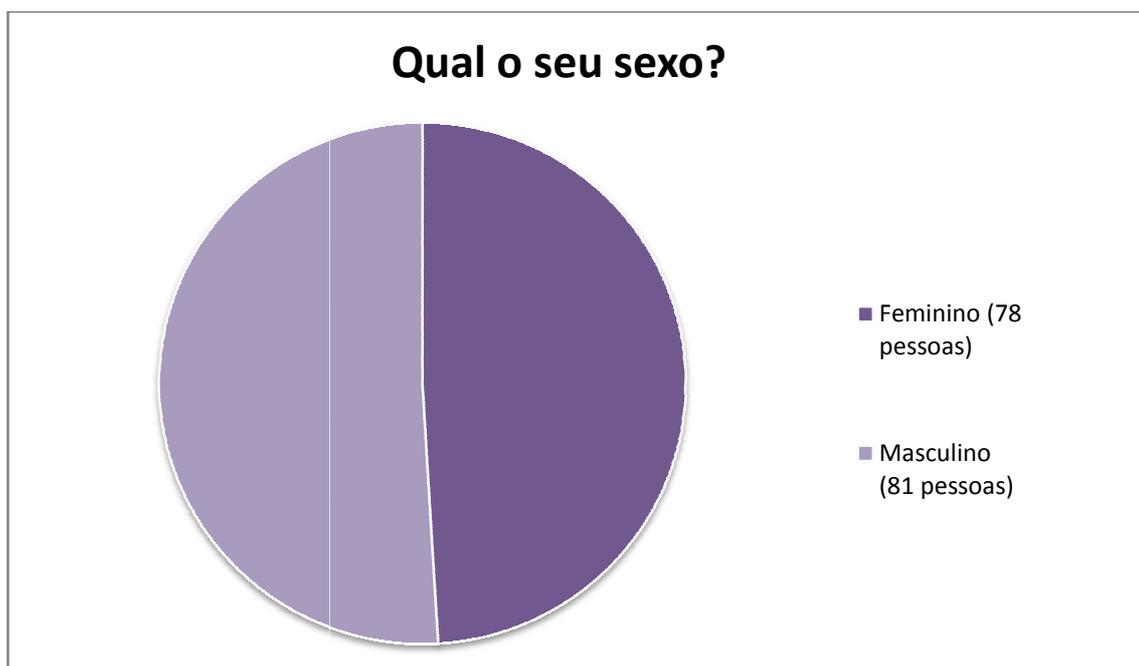


Gráfico 01: É possível observar que a quantidade de homens (51%) e mulheres (49%) é quase equivalente

Fonte: Dantas (2014)

A primeira pergunta, “qual o seu sexo?” (**gráfico 01**), teve como objetivo identificar se há alguma predominância de sexo no mercado jornalístico potiguar. Todos os entrevistados responderam esta questão, o que gerou um resultado de equivalência, pois 78 marcaram “feminino”, o que corresponde a cerca de 49% das respostas, e 81 optaram por “masculino”, o que equivale, aproximadamente, a 51% dos jornalistas.

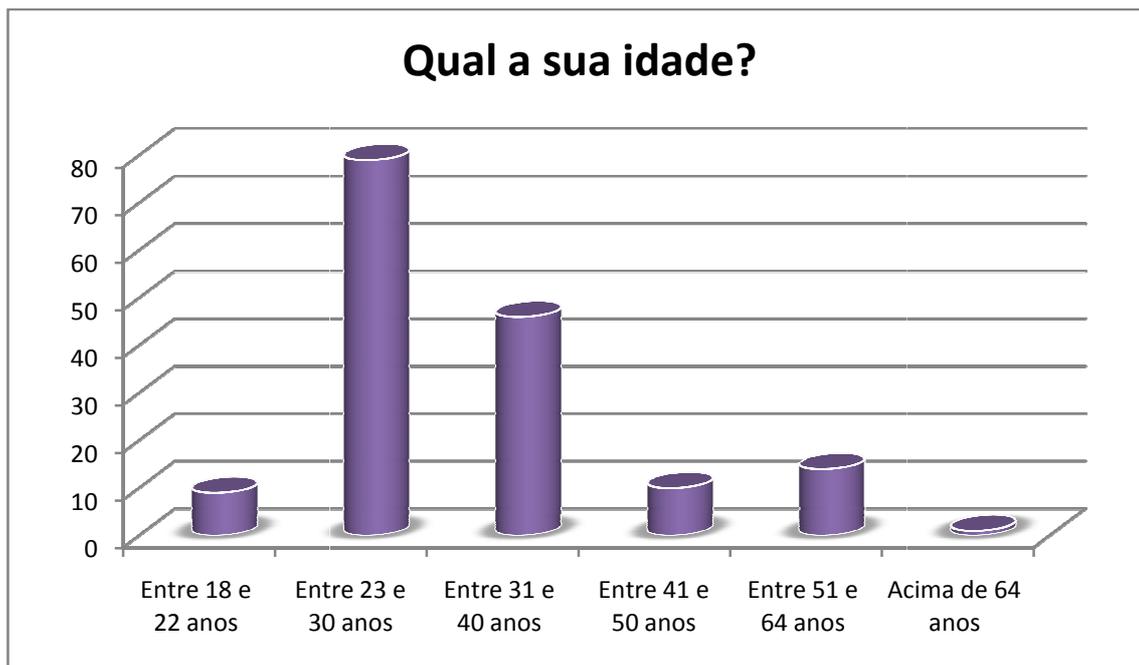


Gráfico 02: Observa-se que há um pico na opção “entre 23 e 30 anos”, o que significa que a maior parte dos jornalistas entrevistados é jovem

Fonte: Dantas (2014)

Por meio da segunda pergunta, “qual a sua idade? (anos completos)” (**gráfico 02**), foi possível observar que há uma predominância de jovens atuando no mercado jornalístico potiguar, o que também é uma tendência nacional resultante do crescimento do número de graduações na área nos últimos anos. Nove pessoas estão na faixa etária entre 18 e 22 anos e 79 estão na faixa entre os 23 e 30 anos, o que equivale a, aproximadamente, 55% dos entrevistados. Entre 31 e 40 anos temos 46 pessoas, na faixa seguinte (41 a 50 anos) 10 pessoas, entre 51 e 64 anos há 14 jornalistas e acima de 64 anos apenas um.

Traquina (2004) aponta que há uma tendência universal que preconiza que o jornalismo está passando pelos processos de comercialização, profissionalização e escassez de prestígio da profissão. O autor aponta quatro grandes tendências mundiais que se acentuam no perfil dos integrantes da tribo jornalística: a expansão de participantes, o rejuvenescimento, a feminização e o aumento da escolaridade.

Segundo o perfil, há uma predominância de mulheres jovens atuando no mercado brasileiro; no entanto, a radiografia demonstrou que no estado do Rio

Grande do Norte não há uma diferença tão significativa de gênero, mas que a maioria é composta por homens jovens.

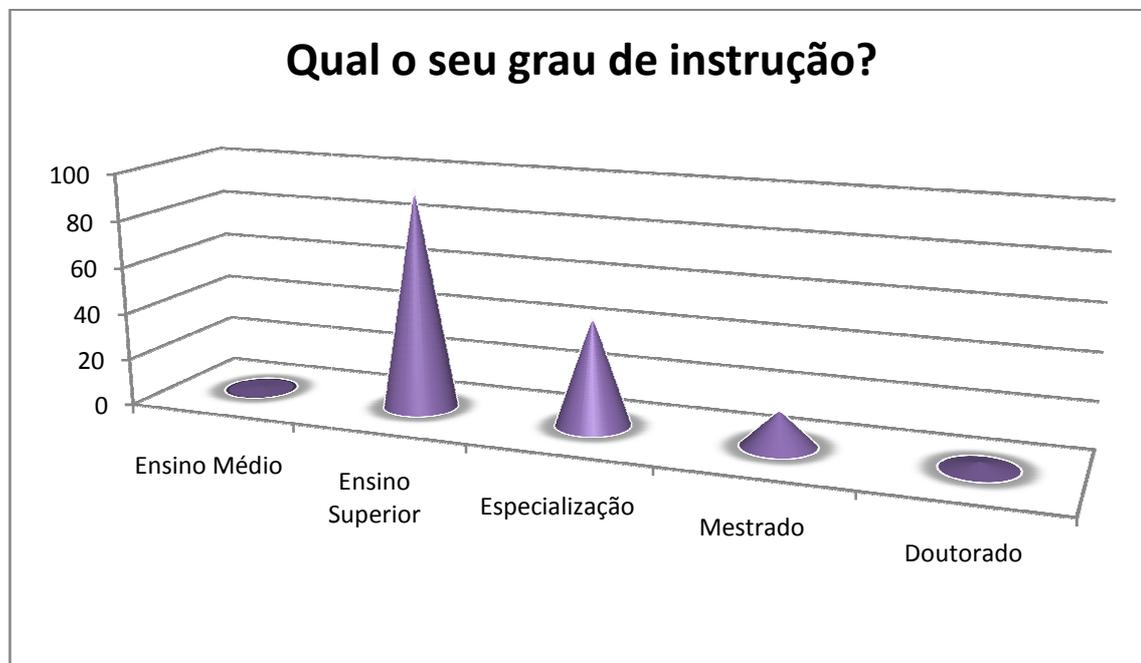


Gráfico 03: A opção “ensino superior” foi a mais marcada (94 pessoas), mas também é destaque a quantidade de jornalistas com pós-graduação (64 pessoas)

Fonte: Dantas (2014)

A terceira pergunta, “qual seu grau de instrução?” (**gráfico 03**) identificou uma situação contrária ao senso comum: 94 jornalistas (cerca de 59%) responderam que possuem ensino superior - entretanto não significa que a formação seja em Jornalismo, como se pode observar na pergunta seguinte. O que surpreende no resultado é que apenas uma pessoa marcou na opção “ensino médio”, justificando que é ainda estudante da graduação em Jornalismo.

As três opções que indicam pós-graduação, juntas, somam aproximadamente 40% (especialização - 46 pessoas, mestrado – 15 pessoas e doutorado – 03 pessoas); ou seja, mais de 99% dos jornalistas atuantes no mercado, dentro da amostra, possuem pelo menos ensino superior. Ninguém marcou as opções “ensino fundamental”, “ensino técnico” e “pós-doutorado”.

Em seguida, foi feita a pergunta: “se você tem ensino superior ou está cursando, qual é sua área de graduação?”, que foi complementar à terceira e

voltada à parcela dos entrevistados que possui graduação. Nessa questão, foi fornecida a seguinte orientação: “Em caso de mais de uma graduação, mencione a que considera mais relevante para sua atuação profissional como jornalista”.

Aproximadamente 84% marcaram a opção “Jornalismo” (133 pessoas), e 16% selecionaram outras opções, que vão desde outras áreas da Comunicação, como Rádio e TV (11 pessoas), Publicidade e Propaganda (2 pessoas), Audiovisual (1 pessoa), Multimídia (1 pessoa) e Assessoria (2 pessoas, que provavelmente referem-se à especialização que cursam); a áreas distintas, como “Administração” (duas pessoas), “Direito” (duas pessoas), “Filosofia” (01 pessoa) e “Medicina” (01 pessoa); provavelmente. Três pessoas deixaram a pergunta em branco.

Mais de 99% dos jornalistas potiguares possuem alguma formação superior. Do número total, 84% cursaram a graduação em jornalismo, 11% tiveram formação em outro curso da área de comunicação e os 5% restantes incluem outras formações e uma pessoa que se declarou como estudante de Jornalismo; um destaque é que cerca de 40% dos potiguares fazem ou já fizeram uma pós-graduação; aproximadamente.

Os dados nacionais mostram um contexto semelhante: cerca de 98% cursou alguma faculdade, aproximadamente 89% do número total cursou jornalismo e dentre os graduados, cerca de 3% fez outros cursos da área de comunicação e 5,5% tiveram outras formações; 40,4% cursam ou já cursaram uma pós-graduação.



Gráfico 04: Dentre os 159 entrevistados, 105 possuem registro profissional de jornalista junto ao Ministério do Trabalho e 54 não possuem

Fonte: Dantas (2014)

A questão seguinte, “você tem registro profissional de jornalista?” (**gráfico 04**) identificou que 105 jornalistas têm e 54 não têm o registro como jornalista, o que corresponde, respectivamente, a cerca de 66% e 34%; ou seja, apenas dois terços dos jornalistas possuem.

No RN, cerca de 66% dos jornalistas possuem registro profissional como jornalista, enquanto no índice brasileiro o número supera os 75%. De acordo com Mick e Lima (2013), essa questão tem a ver com a taxa de emprego no segmento. Enquanto 80% dos entrevistados da radiografia estão atuando no jornalismo, no perfil brasileiro esse índice cai para 76%<sup>16</sup>.

<sup>16</sup> Dado apresentado no gráfico 06.

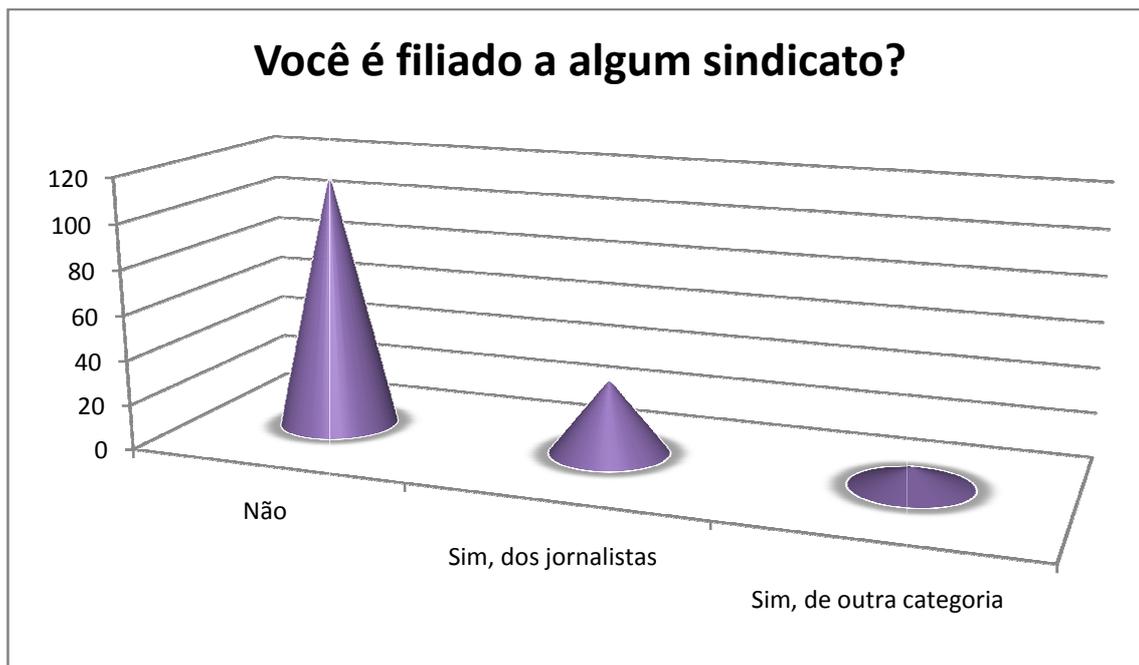


Gráfico 05: Esta pergunta resultou na constatação de que a maioria dos jornalistas não é filiada a nenhum sindicato

Fonte: Dantas (2014)

Em seguida, foi feita a pergunta: “você é filiado a algum sindicato?” (**gráfico 05**), por meio da qual foram obtidas 157 respostas (duas pessoas deixaram em branco); a opção “não sou filiado a sindicato algum” foi aderida por 115 pessoas, “sim, ao dos Jornalistas do RN” por 33 pessoas e “sim, ao de outra categoria” por nove.

Com relação à filiação em sindicatos, no RN 72% não estão associados a nenhum sindicato; dos sindicalizados, 75% fazem parte do sindicato dos jornalistas do RN (21% do número total). No perfil brasileiro, constatou-se que quase 75% não têm nenhuma sindicalização e que dos sindicalizados, mais de 90% estão em sindicatos de jornalistas.

### 3.2 Identidade do jornalista potiguar

O conjunto de perguntas a seguir refere-se direta ou indiretamente à identidade dos entrevistados: como eles representam para si a identidade da profissão. As questões giram em torno do atual trabalho dos entrevistados, área de atuação, quantidade de empregos, carga horária semanal, renda mensal, tipo de vínculo empregatício e tempo de atuação jornalística.

Em seguida, há indagações exclusivas para jornalistas predominantemente atuantes em mídia - tipo de veículo, cargo, funções desempenhadas, área de atuação secundária; e para quem atua fora da mídia - ramo de atuação, funções desempenhadas, área de atuação secundária.

Ao final, elencamos questões sobre as perspectivas para o futuro profissional dos entrevistados, previsão de tempo feita pelos jornalistas acerca do seu atual emprego, grau de satisfação com o emprego atual.

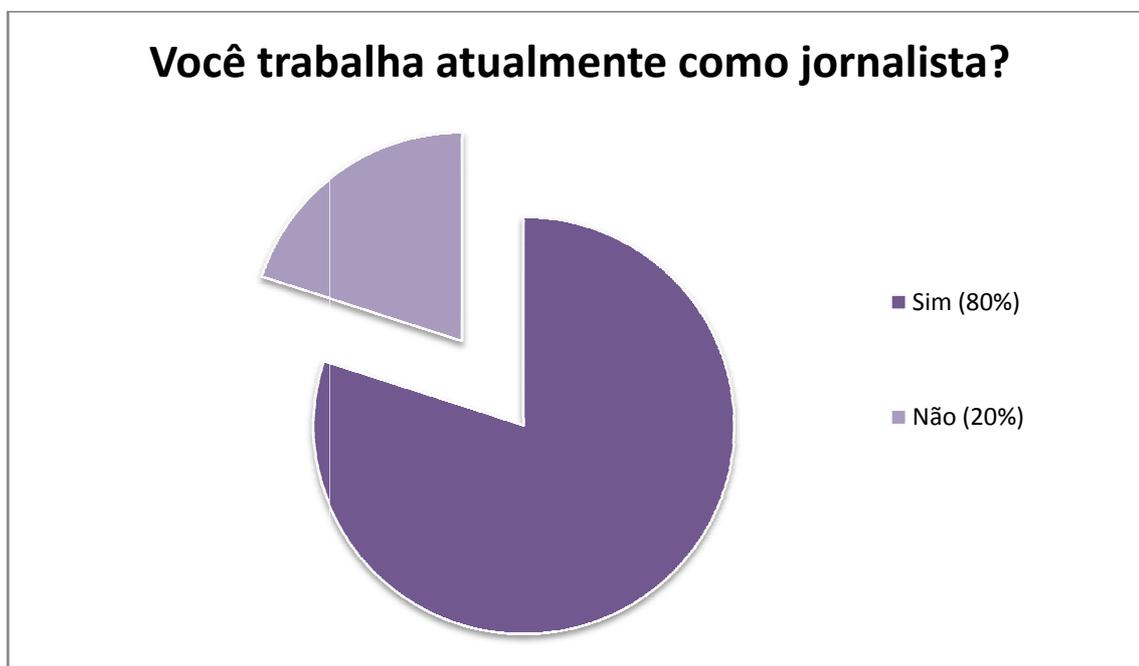


Gráfico 06: O gráfico aponta o percentual de jornalistas que responderam o questionário que se consideram inseridos no mercado jornalístico atualmente

Fonte: Dantas (2014)

A pergunta “você trabalha atualmente como jornalista?” (**gráfico 06**) foi feita com o intuito de aferir se os profissionais contribuintes para o questionário estão ou não no mercado de trabalho atualmente, uma questão que pode ter variadas interpretações, a depender do que se considera como trabalho. O resultado foi que aproximadamente 80% “sim” (127 pessoas) e 20% “não” (32 pessoas).

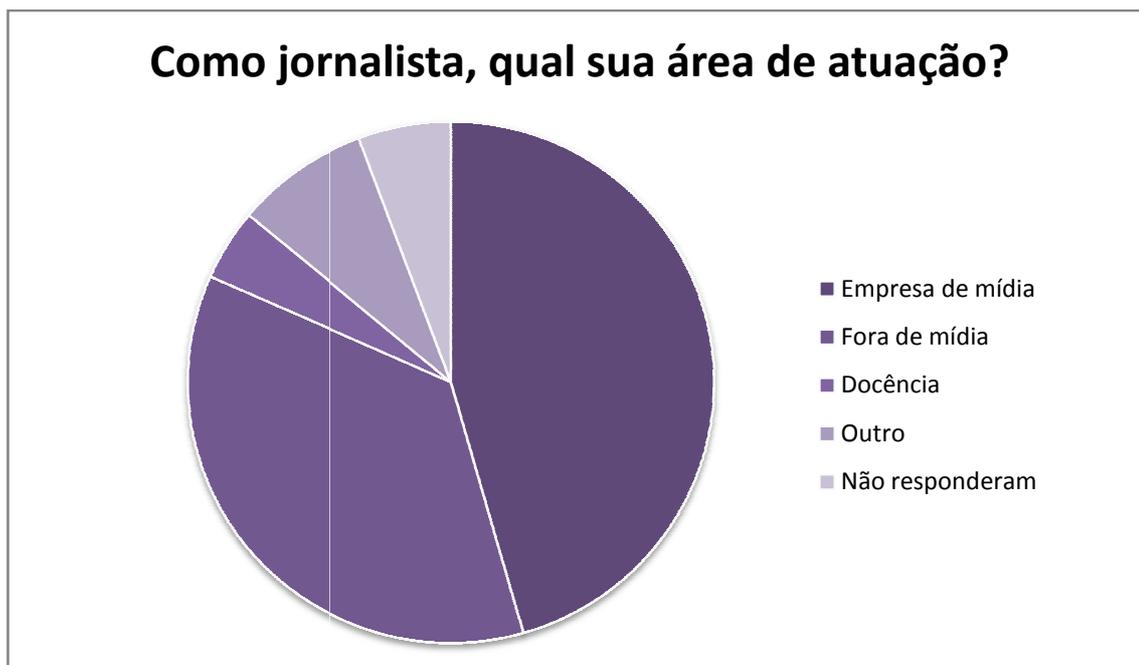


Gráfico 07: A opção “trabalho em empresa de mídia” teve 72 marcações e “trabalho fora de empresa de mídia” foi escolhida por 57 pessoas

Fonte: Dantas (2014)

A questão “como jornalista, qual sua área de atuação?” (**gráfico 07**), trazia a orientação: se você tem mais de uma ocupação, marque a que você considera principal. A opção “trabalho em empresa de mídia (rádio, TV, impresso etc.)” foi escolhida por 72 pessoas; “trabalho fora de empresa de mídia (assessorias, governo, empresa privada, freelancer etc.)” por 57 pessoas; “trabalho em docência” por 07 pessoas. Nove pessoas não responderam e 13 escolheram a opção “outro”.

Com relação à área de atuação dos profissionais potiguares considerada por eles como principal<sup>17</sup>, os empregos na mídia somaram aproximadamente 53%, os

<sup>17</sup> Consideramos aqui os potiguares que escolheram uma das três opções, o que dá um total de 136 pessoas.

empregos em empresas fora da média 42% e em docência 5%, enquanto que no Brasil, respectivamente, os números correspondem a 54,5%, 40,3% e 5,2%.

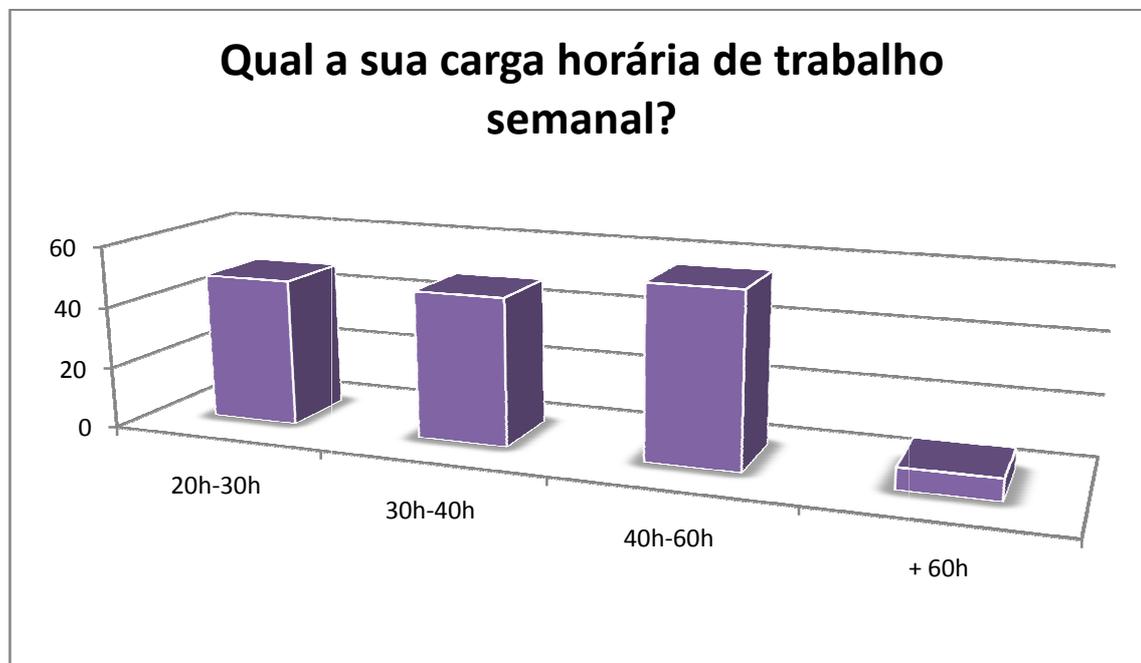


Gráfico 08: Cerca de 70% dos jornalistas entrevistados trabalham mais de 30h por semana

Fonte: Dantas (2014)

Junto à próxima questão, “qual sua carga horária de trabalho semanal?” (**gráfico 08**), estava a orientação: considere todos os empregos. É possível observar que a maioria dos entrevistados (aproximadamente 65%) trabalha entre 30 e 60 horas por semana, uma carga horária superior ao esperado para um jornalista com apenas um emprego, já que a legislação indica uma carga horária semanal de 25h semanais ou cinco horas diárias<sup>18</sup>. As opções disponíveis eram “entre 20 e 25 horas” (29 pessoas), “entre 25 e 30 horas” (19 pessoas), “entre 30 e 40 horas” (48 pessoas), “entre 40 e 60 horas” (56 pessoas) e “mais de 60 horas” (07 pessoas).

A carga horária média diária de trabalho desses profissionais, considerando todos os empregos, em números aproximados e, respectivamente, os números

<sup>18</sup> Fonte: Decreto nº 83.284/79, disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/decreto/Antigos/D83284.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/Antigos/D83284.htm).

estaduais e nacionais são: até cinco horas, 18% e 12%; entre cinco e oito horas, 42% e 43%; entre oito e doze horas, 35% e 40%; mais doze horas, 5% e 5%.

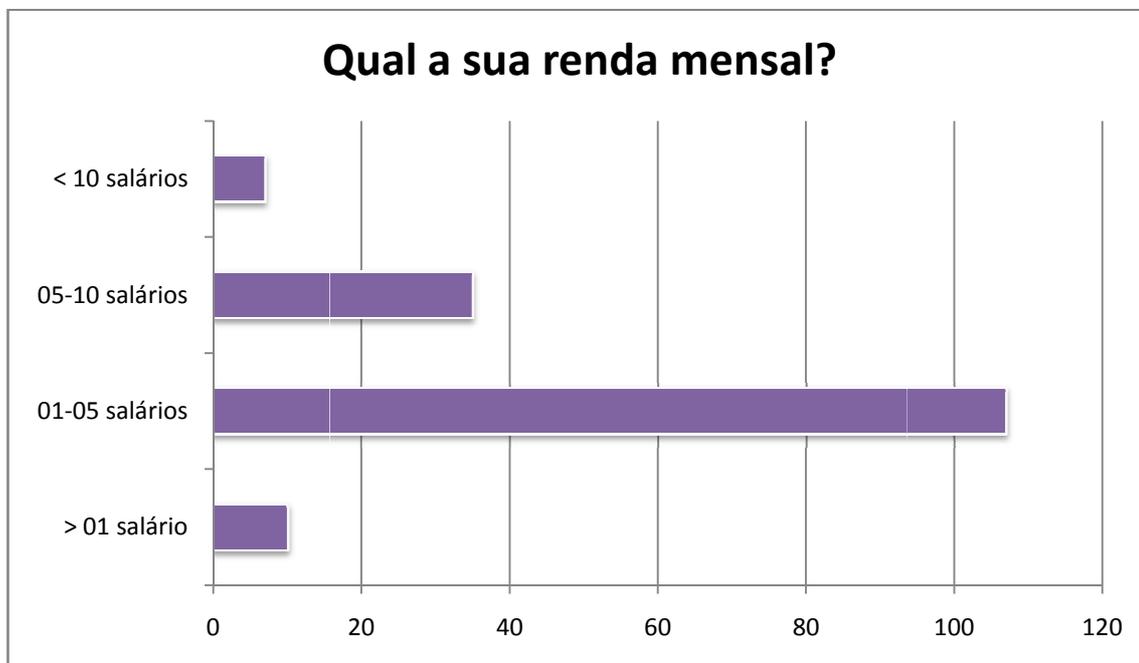


Gráfico 09: A partir do agrupamento das respostas, é possível perceber que a maior parte dos jornalistas (aproximadamente 67%) ganha entre R\$678,00 e R\$3.385,00

Fonte: Dantas (2014)

A questão “qual a sua renda mensal?” (**gráfico 09**)<sup>19</sup> buscou identificar as condições financeiras dos jornalistas entrevistados, em meio ao mercado cujo piso salarial de jornalista é considerado o menor do Brasil. Foi fornecida a orientação: considere todas as suas ocupações. O panorama resultante foi o seguinte: menor que um salário mínimo; 10 pessoas; um salário mínimo (R\$ 678,00), 04 pessoas; entre 01 e 02 salários (R\$ 678,00 a R\$ 1354,00), 25 pessoas; entre 02 e 03 salários (R\$ 1353,00 a R\$ 2031,00), 32 pessoas; entre 03 e 04 salários (R\$ 2031,00 a R\$ 2708,00), 22 pessoas; entre 04 e 05 salários (R\$ 2708,00 a R\$ 3385,00), 24 pessoas; entre 05 e 10 salários (R\$ 3385,00 a R\$ 6770,00), 35 pessoas; e acima de 10 salários, 07 pessoas.

<sup>19</sup> Esta questão baseou-se no salário mínimo à época da aplicação do questionário.

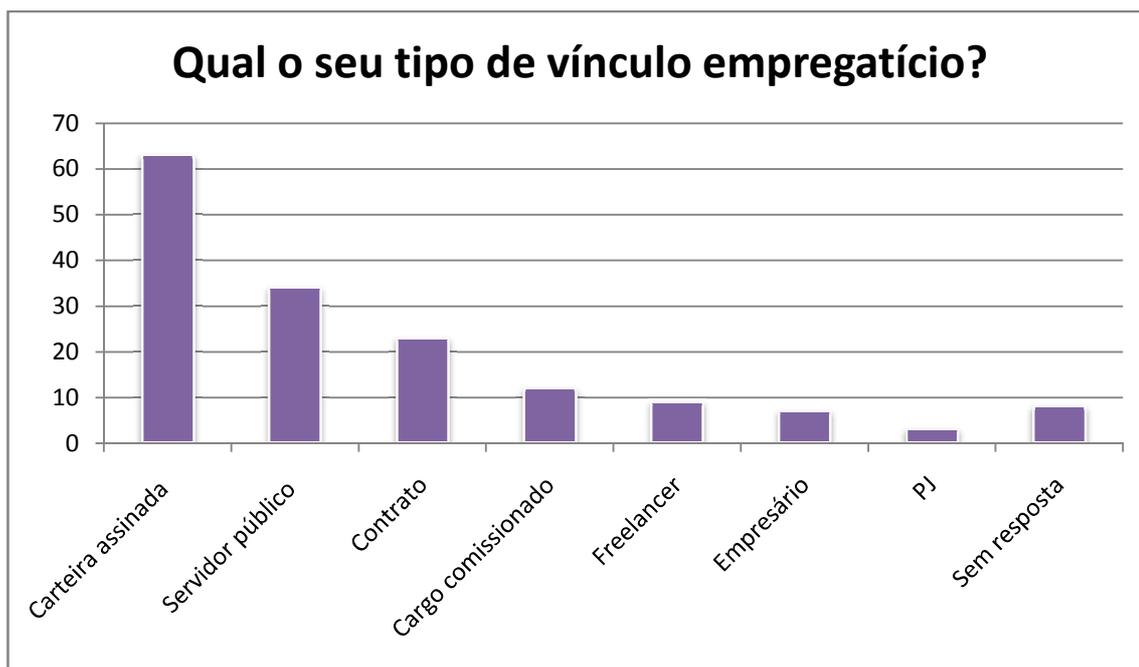


Gráfico 10: Os trabalhos sem vínculo empregatício (*freelancer*, contrato, empresário e PJ) representam cerca de 28% dos entrevistados

Fonte: Dantas (2014)

“Qual o seu tipo de vínculo empregatício?” (**gráfico 10**) foi uma questão que almejou verificar a situação empregatícia dos jornalistas potiguares. Foi indicado que deveria ser considerada a principal ocupação. Foram fornecidas as seguintes opções de marcação: carteira de trabalho assinada (escolhida por 63 pessoas), servidor público (34 pessoas), contrato de prestação de serviços (23), cargo comissionado (12), *freelancer* (09), empresário (07) e contrato como Pessoa Jurídica (03). Oito pessoas não responderam.

Quase um terço dos jornalistas potiguares não tem vínculo empregatício no seu principal trabalho como jornalista, dado não muito destoante do perfil brasileiro<sup>20</sup>. Sobre a remuneração desses jornalistas, considerando todas as ocupações, tivemos o seguinte panorama: até cinco salários mínimos, 73,5% no RN e 61% no Brasil; entre 05 e 10 salários, 22% no RN e 25% no Brasil; acima de 10 salários, 4,5% no RN e 12,1% no Brasil.

<sup>20</sup> Equivalente a 28% no RN e no Brasil 30,6% (jornalistas atuantes na mídia) e 29,4% (fora da mídia).

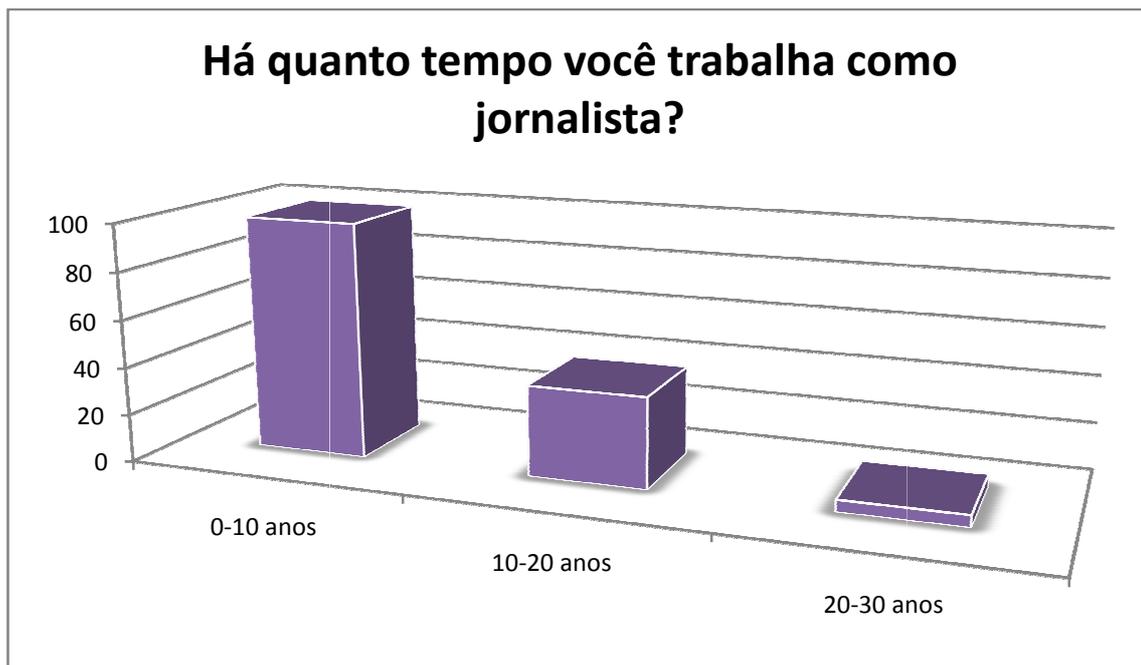


Gráfico 11: Mais de 62% dos jornalistas trabalham há menos de 10 anos na profissão, o que nos leva a um perfil jovem deste profissional

Fonte: Dantas (2014)

A questão “há quanto tempo você trabalha como jornalista?” (**gráfico 11**) indicou o seguinte panorama: até um ano, 12 pessoas; de 01 a 03 anos, 35 pessoas; de 03 a 05 anos, 22 pessoas; de 05 a 10 anos, 30 pessoas; de 10 a 20 anos, 38 pessoas; de 20 a 30 anos, 05 pessoas; mais de 30 anos, 08 pessoas; sem resposta, 09 pessoas.

Mais de 62% dos jornalistas potiguaros trabalham há menos de 10 anos na profissão, enquanto que no perfil brasileiro o índice é de aproximadamente 74%; ambos os índices reforçam a ideia de um perfil jovem desse profissional.

As perguntas que seguem foram divididas visando identificar peculiaridades dos dois principais segmentos de jornalistas considerados na pesquisa: “jornalistas de mídia”, referindo-se aos que atuam em veículos tradicionais, como TV, jornal impresso e rádio; e “jornalistas fora da mídia”, termo referente aos que atuam em funções extra-redações tradicionais, boa parte frente às assessorias de imprensa.

O conjunto de questões que seguem foi voltado à segmentação por atividade predominante: na mídia, fora da mídia e em docência. Foi disponibilizada a informação que o respondente respondesse as questões de acordo com sua atuação principal.

### ***Jornalistas em mídia***

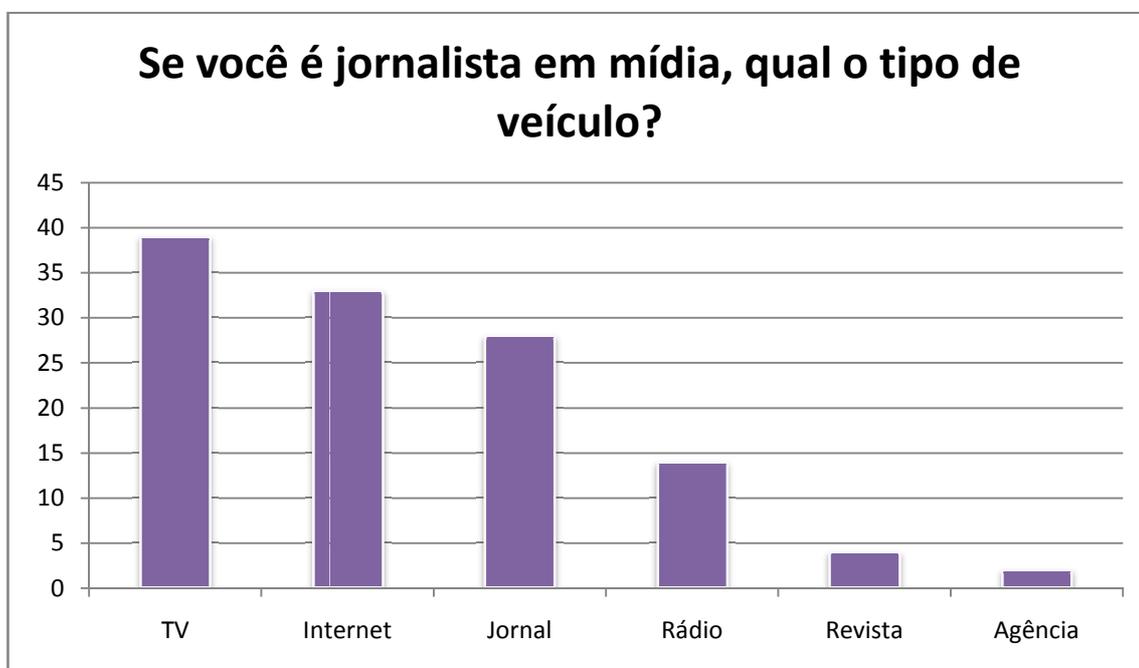


Gráfico 12: O gráfico aponta que os jornalistas atuantes na mídia concentram-se em veículos de TV, internet e jornal

Fonte: Dantas (2014)

A primeira questão voltada aos jornalistas que se consideram predominantemente atuantes na mídia, “se você é jornalista em mídia, qual o tipo de veículo?” (**gráfico 12**), permitia múltipla marcação. Foi fornecida a orientação: caso você atue dentro e fora da mídia, considere sua ocupação principal. As opções eram: televisão (marcada por 39 pessoas), internet (33 pessoas), jornal (28 pessoas), rádio (14 pessoas), revista (04 pessoas) e agência de notícias (02 pessoas).

Os principais veículos nos quais atuam os jornalistas predominantemente de mídia no RN são, por ordem de marcação: TV, internet, jornal e rádio; no Brasil, a ordem é: internet, jornal, revista e TV. Essa diferença no resultado pode explicar o porquê da concentração de jornalistas com duplo emprego (concomitantemente na mídia e fora dela) na mídia televisiva do estado, característica apontada pela pesquisa exploratória desenvolvida na primeira etapa desta pesquisa.

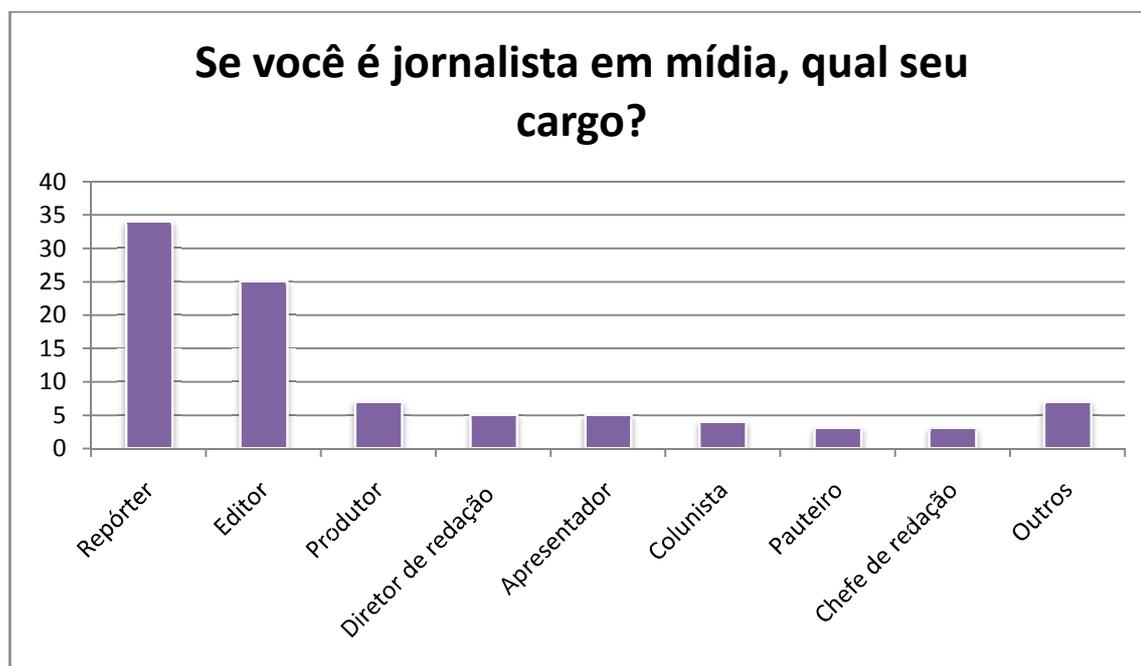


Gráfico 13: Por meio desta questão, identificamos que no mercado potiguar boa parte dos jornalistas que atuam em mídia desempenha as funções de repórter e editor

Fonte: Dantas (2014)

Na questão seguinte, “se você é jornalista em mídia, qual seu cargo?” (**gráfico 13**), foram elencadas as seguintes opções, ordenadas por número de marcações: repórter (34 marcações), editor (25 marcações), produtor (07 marcações), diretor de redação (05 marcações), apresentador (05 marcações), colunista (04 marcações), pauteiro (03 marcações), chefe de redação (03 marcações) e outros (07).

Com relação às funções desempenhadas, predominam no RN as opções repórter e editor, as mesmas que se destacam no perfil brasileiro. Por meio dessa questão podemos aferir que os jornalistas que atuam na mídia estão concentrados em funções nos quais eles têm o poder de decisão sobre o que é veiculado.

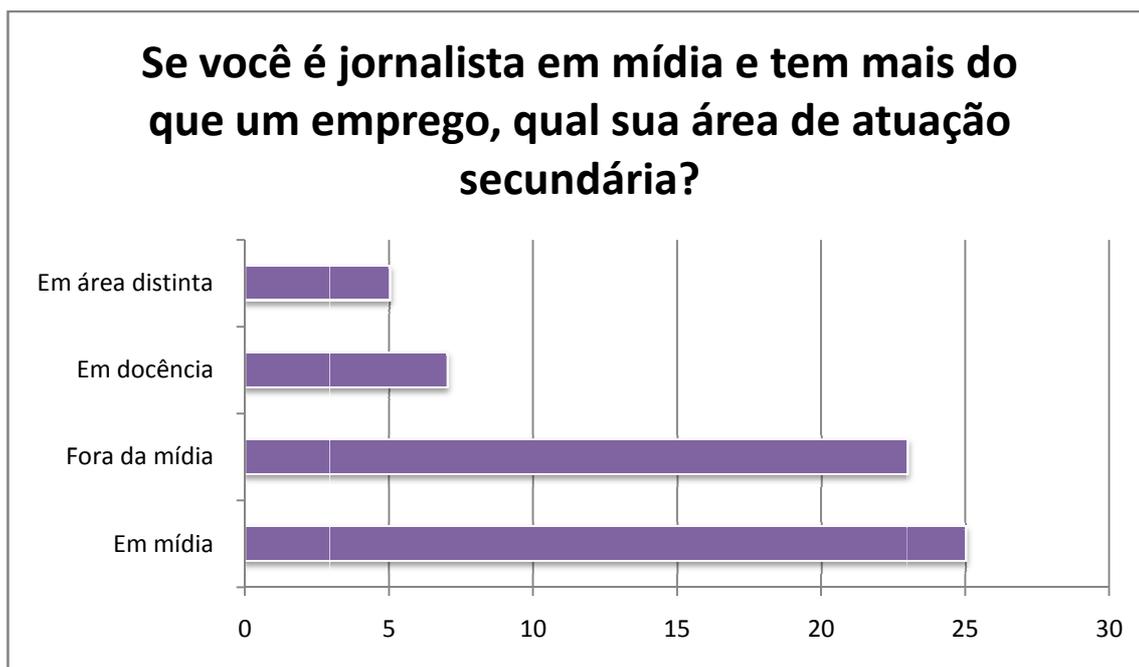


Gráfico 14: O gráfico demonstra que os jornalistas que atuam na mídia e têm mais de um emprego, geralmente trabalham em outra função na mídia (25 pessoas) ou em uma função fora da mídia (23 pessoas)

Fonte: Dantas (2014)

Na pergunta “se você é jornalista em mídia e tem mais do que um emprego, qual a sua área de atuação secundária?” (**gráfico 14**), figuraram como opções predominantes “em mídia”, marcada por 25 pessoas que atuam também em outro veículo, e “fora da mídia”, que obteve 23 marcações. Em seguida, vieram as opções “em docência”, escolhida por sete pessoas e “em área distinta”, escolhida por cinco.

No Brasil, aproximadamente 36% dos jornalistas que atuam predominantemente em mídia possuem outro emprego; no RN, esse índice chega a 83%. Desses, 42% têm seus empregos secundários em mídia, 38% fora da mídia, 12% em docência e 8% em áreas distintas.

### **Jornalistas fora da mídia**

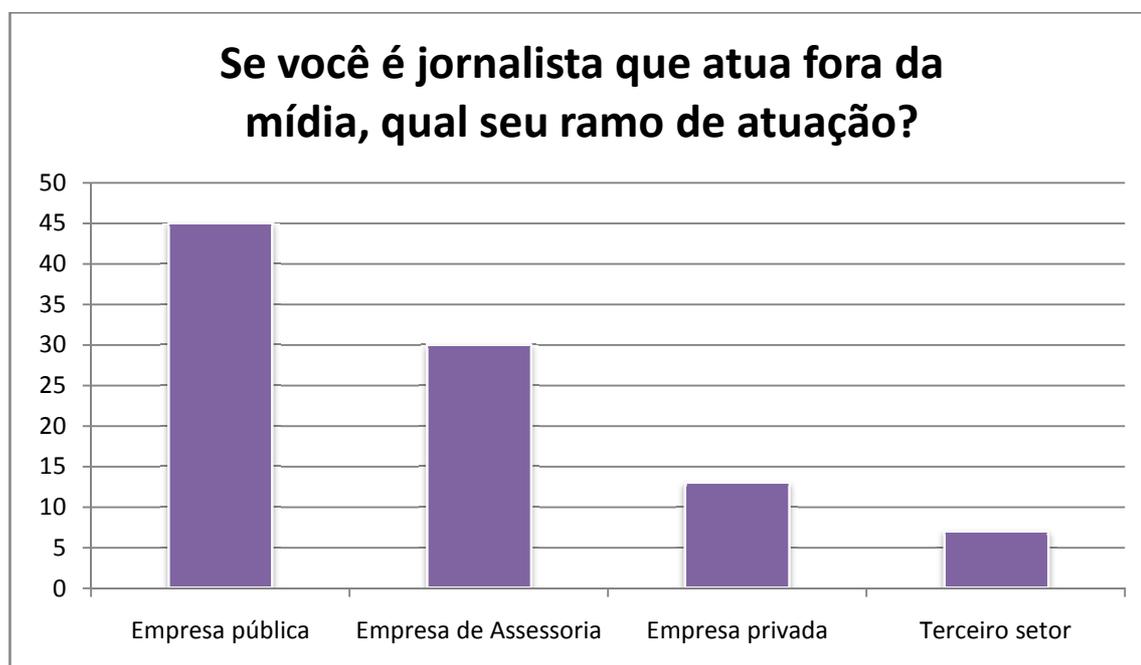


Gráfico 15: O gráfico mostra a natureza da instituição na qual trabalha o jornalista fora de mídia, que retrata uma realidade reforçada pelo senso comum, que os órgãos públicos detêm a maior parte das vagas para assessores de imprensa na cidade

Fonte: Dantas (2014)

A pergunta destinada a quem tem como principal ocupação um emprego fora da mídia, “se você é jornalista que atua fora da mídia, qual seu ramo de atuação?” (**gráfico 15**), buscou identificar o âmbito de trabalho destes profissionais. As opções foram: empresa ou órgão público (45 marcações), empresa de assessoria de imprensa/comunicação (30 marcações), empresa privada (13 marcações), terceiro setor (07 marcações), agência de publicidade (04 marcações) e outros (08 marcações), opção na qual apareceram as seguintes especificações: audiovisual, autônoma, blog, docência, jornalismo sindical, literatura, pesquisa e redação, sindicato.

Com relação aos jornalistas potiguares que atuam *fora* da mídia<sup>21</sup>, os ramos principais de atuação são empresa ou órgão público (79%) e empresa de assessoria de imprensa/comunicação (53%). Esse resultado coincide com o perfil

<sup>21</sup> Declararam estarem nessa situação 57 jornalistas potiguares.

brasileiro, que também tem como principais ramos empresa ou órgão público (35,2%) e empresa de assessoria de imprensa/comunicação (34,9%). Esse resultado retrata uma realidade reforçada pelo senso comum, que os órgãos públicos detêm a maior parte das vagas para assessores de imprensa no RN.

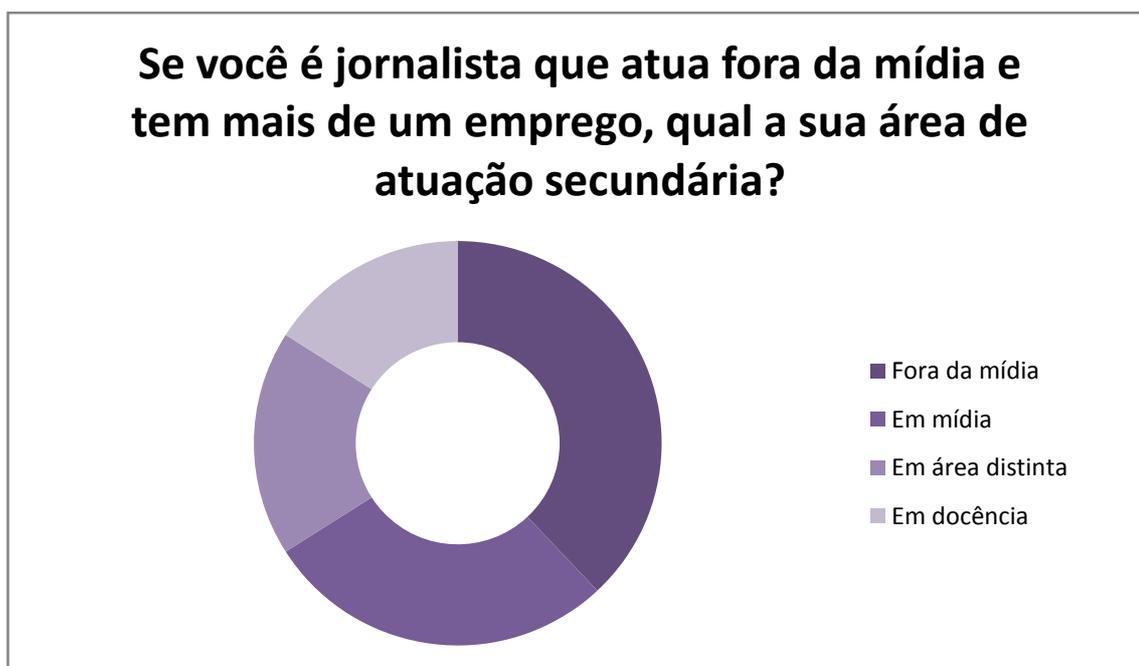


Gráfico 16: O gráfico demonstra que os jornalistas que atuam fora da mídia e têm mais de um emprego, geralmente trabalham em outra função fora da mídia (19 pessoas) ou em uma função na mídia (14 pessoas)

Fonte: Dantas (2014)

A segunda questão direcionada à parcela de jornalistas que se considera principalmente atuante fora da mídia foi “se você é jornalista que atua fora da mídia e tem mais de um emprego, qual a sua área de atuação secundária?” (**gráfico 16**), que buscou identificar qual a outra ocupação, quando se aplicar, do jornalista que atua fora da mídia. A opção “fora da mídia” (19 pessoas) foi a mais escolhida; em seguida vieram “em mídia” (14 pessoas), “em área distinta” (09 pessoas) e “em docência” (08 pessoas).

Ainda sobre os jornalistas fora da mídia, o perfil brasileiro indica que 35,5% possuem pelo menos outro emprego, enquanto que no RN essa taxa é de 88%. Desses, exatamente um terço (33%) atua em outro emprego fora da mídia, quase 25% em emprego na mídia e 14% em docência; os índices aproximados do Brasil são, respectivamente, 19%, 13% e 4%.

Nesse ponto, podemos perceber que os jornalistas potiguares da mídia, quando possuem mais de um emprego, a ocupação secundária é também na mídia ou fora dela; mas os jornalistas potiguares fora da mídia, quando possuem mais de um emprego, geralmente o secundário é fora da mídia.

A seguir, mostramos as duas questões finais selecionadas do questionário original, que dizem respeito aos planos profissionais para o futuro e sobre a satisfação com seus atuais empregos e ou com a atual situação profissional dos entrevistados potiguares.

### ***Sobre futuro e satisfação***

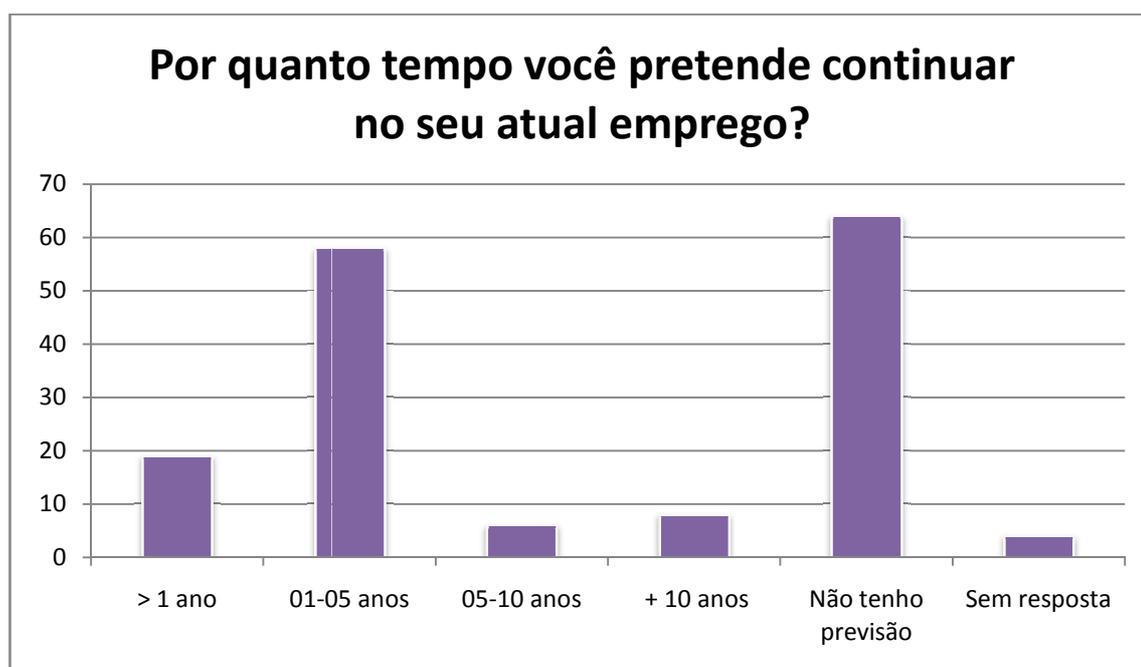


Gráfico 17: O gráfico apresenta uma previsão de tempo feita pelos jornalistas acerca do seu atual emprego

Fonte: Dantas (2014)

Na pergunta “por quanto tempo você pretende continuar no seu atual emprego?” (**gráfico 17**), todos responderam e cada um marcou apenas uma opção. O resultado foi: até 01 ano (19 pessoas), entre 01 e 02 anos (28 pessoas), entre 02 e 03 anos (11 pessoas), entre 03 e 05 anos (19 pessoas), 05 e 10 anos

(06 pessoas), mais de 10 anos (08 pessoas), não tenho previsão (64 pessoas) e sem resposta (04 pessoas).

Perguntados sobre a pretensão de continuarem nos atuais empregos, os jornalistas potiguares, em sua maioria (40%), não possuem previsão. Cerca de 48% planeja permanecer até cinco anos. Com relação à satisfação, a maioria (75%) está satisfeito ou muito satisfeito.



Gráfico 18: Por meio da última questão, podemos perceber que a maioria dos jornalistas entrevistados está satisfeito ou muito satisfeito com seus atuais empregos

Fonte: Dantas (2014)

A última questão por nós trabalhada, “qual o seu grau de satisfação em relação ao seu trabalho?” (**gráfico 18**), foi respondida por todos os 159 jornalistas. As opções, agrupadas por quantidade de marcações, foram: satisfeito (86 pessoas), muito satisfeito (34 pessoas), nem satisfeito, nem insatisfeito (21 pessoas), insatisfeito (13 pessoas), e muito insatisfeito (05 pessoas). Ou seja, a atuação como jornalista no RN, mesmo em meio à precarização da profissão, ainda é considerada satisfatória.

No início do questionário, quando perguntados sobre suas áreas principais de atuação, 72 jornalistas potiguares escolheram "na mídia", 57 "fora da mídia",

sete "docência", 13 "outro" e nove não responderam. Entretanto, nas questões destinadas exclusivamente para quem escolheu "fora da mídia", identificamos até 86 respondentes. Elencamos como possíveis fatores para este problema, além da crise de identidade, a má interpretação das questões e à reflexividade, conceito da etnometodologia (COULON, 1995) que indica que a pessoa, ao expor sua ideia sobre sua prática, forma sua opinião ou seu discurso durante o próprio momento de exposição das ideias.

No momento de escolha da atividade predominante em exercício, há também outro problema de identidade. Na pergunta "você trabalha atualmente como jornalista?", as pessoas predominantemente na docência respondem "não", entretanto de acordo com o Decreto nº 83.284/79, quem ensina as técnicas jornalísticas - professor do curso de Jornalismo, como é o caso de alguns entrevistados - também se enquadra como jornalista.

## Capítulo IV

### A visão do jornalista assessor acerca de suas práticas

Com vistas à captação de dados empíricos concretos sobre a prática profissional do jornalista potiguar que atua na mídia (seja como repórter, apresentador ou editor) e fora da mídia (como assessor de comunicação ou assessor de imprensa), selecionamos atores sociais para caracterizar o mercado potiguar, falar de suas experiências e nos dar pistas para entender a complexa situação de trabalho investigada.

Para a composição da fase atual da pesquisa, executamos o planejamento da metodologia e aplicamos a técnica de entrevista em profundidade, a partir de Duarte (2008), seguindo os preceitos da etnometodologia (COULON, 1995). Optamos por fazer apenas uma entrevista com cada ator social, a fim de facilitar a reflexividade de que trata a etnometodologia.

Quatro fontes foram selecionadas para essa etapa. Para preservar seus nomes escolhemos, com auxílio delas, pseudônimos em homenagem a jornalistas brasileiros já falecidos. São eles: Joelmir Beting<sup>22</sup>, Margarida Izar<sup>23</sup>, Nísia Floresta<sup>24</sup> e Rogério Cadengue<sup>25</sup>.

Para Duarte (2008), as fontes de uma pesquisa qualitativa como a nossa devem ser poucas, porém de qualidade, considerando o tema proposto. O autor aponta que a escolha das fontes tende a ser um julgamento do entrevistador, e não por sorteio, como é o caso de amostras probabilísticas. Há dois tipos principais de amostras não probabilísticas em entrevistas qualitativas: por conveniência e intencional.

---

<sup>22</sup> Jornalista e sociólogo (1936-2012) que se destacou no jornalismo econômico por popularizar os termos do chamado “economês”. Fonte: <<http://www.joelmirbeting.com.br>>.

<sup>23</sup> Jornalista (1914-1974) pioneira na década de 1930, considerada a primeira repórter mulher do Brasil. Fonte: <<http://www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2542864.pdf>>.

<sup>24</sup> Jornalista, educadora e poetisa potiguar (1810-1885) apontada como a primeira jornalista e a precursora do feminismo no Brasil. Fonte: <<http://www.memoriaviva.com.br/nisiafloresta/>>.

<sup>25</sup> Jornalista e professor de Jornalismo potiguar (1945-1998) fundador do Sindjorn RN e defensor da liberdade de expressão. Fonte: <<http://anacadengue.com.br/?p=6649>>.

A seleção acidental ou por conveniência é caracterizada pela escolha por proximidade ou disponibilidade da fonte. Já a intencional ocorre quando o pesquisador escolhe por juízo particular como, por exemplo, por conhecimento do tema ou representatividade subjetiva, que é o nosso caso. Optamos por escolher fontes com perfil extremamente específico, requerido na investigação; isto é, jornalistas potiguares com a dupla atuação em redações televisivas e em assessorias de imprensa, perfis estes identificados a partir da pesquisa exploratória realizada na primeira fase da pesquisa.

Duarte (2008) ainda aponta cinco tipos de informantes para pesquisas em profundidade: o especialista, que tem uma grande experiência no assunto, mas que não está diretamente envolvido com o problema de pesquisa; o informante-chave, que é uma fonte fundamental para um determinado tema e geralmente não pode ser substituído; o informante-padrão, que é envolvido com o tema de pesquisa, mas pode ser substituído por outro com o mesmo perfil – que é o caso dos nossos entrevistados; o informante complementar, que é o surgido no decorrer da pesquisa e tem participação secundária; e o informante-extremista, que é aquele cuja visão é muito particular e destoante das demais, mas que pode ser útil no momento de vislumbrar perspectivas diferentes sobre o tema.

No padrão de entrevista semi-aberta escolhido, com o modelo de roteiro e questões semi-estruturadas, desenvolvemos sete questões-chave para as entrevistas, como recomenda Duarte (2008). Cada questão abordou um tema de interesse de discussão, de modo que pudesse se desdobrar em várias subquestões. Foram elas:

---

### Questões-chave

- Quando e por que você escolheu ser jornalista?
- O que você acha da profissão de jornalista no Brasil?
- Como você avalia a situação salarial do jornalista potiguar?
- Qual sua opinião sobre a obrigatoriedade ou não do diploma de jornalista?
- Como você chegou a atuar simultaneamente nas duas funções?
- De que modo você acredita que essa dupla atuação interfere em cada emprego?
- Você vê distinção em ser chamado por “jornalista” ou “assessor”?

## 4.1 Atores sociais da pesquisa

Os quatro sujeitos da pesquisa se conhecem e se relacionam. Dois já trabalharam juntos como repórteres em uma TV; outros dois já tiveram relação de chefe e estagiário em uma assessoria. Dois também já trabalharam juntos em uma TV, como repórter e editor; e outros dois já estudaram juntos em uma pós-graduação.

Entretanto, na escolha dos sujeitos da pesquisa, *a priori* não sabíamos dessas relações. Esse movimento de mercado demonstra uma das características do mercado jornalístico: a grande rotatividade nos empregos.

Joelmir, Margarida, Nísia e Rogério estão ligados a nós de alguma forma, seja como colega em sala de aula, seja como colega em alguma assessoria. Quatro jornalistas potiguares apaixonados pela profissão; dois atuam em redações e assessorias, dois já trabalharam.

### **Joelmir Beting**

Joelmir Beting, 38 anos, tem experiência em várias emissoras de TV de Natal como repórter e apresentador. Também atuou em jornais impressos e em um

portal como repórter, além de ter sido assessor de comunicação e assessor de imprensa em várias instituições públicas e privadas. “Eu nunca passei pelo rádio, é a única experiência que nunca tive”. Também já foi professor do ensino médio.

Vale ressaltar que ele atualmente exerce a concomitância de funções, pois é apresentador de um telejornal e assessor de comunicação e imprensa de um órgão público. Ele vê claramente uma distinção entre ser assessor de comunicação e assessor de imprensa.

Desde o início da pesquisa, em abril de 2012, o jornalista diplomado na UFRN, Joelmir Beting, havia se disponibilizado para ser uma das fontes. Como foi o primeiro a confirmar participação, também foi o primeiro que convocamos para a entrevista em profundidade.

Em abril de 2013, marcamos um encontro noturno em um açaí de Natal. O local, escolhido por ele, o deixou muito à vontade para responder os questionamentos. Suas respostas fluíram com rapidez e naturalidade, como se já soubesse o roteiro. Sua satisfação em ser jornalista estava clara e latente em sua fala fluída.

Joelmir se mostrou bastante crédulo com a relação entre entrevistado e entrevistador. Hora nenhuma demonstrou descrença nas perguntas feitas na entrevista e nos rumos que a pesquisa poderia tomar.

### ***Margarida Izar***

A entrevista com Margarida Izar, 42 anos, também diplomada jornalista pela UFRN, aconteceu em abril de 2013. O local escolhido por ela foi um salão de beleza, e as perguntas foram lançadas e respondidas enquanto ela fazia as unhas. Durante o ritual de beleza, ela demonstrou estar confortável ao fato de ter pessoas ouvindo nossa conversa. O prazer em falar sobre sua carreira como jornalista estava evidente. Tive a impressão que durante a entrevista Margarida utilizou um pouco da hipérbole para descrever sua atuação jornalística, provavelmente devido à presença de pessoas ouvindo a conversa.

Margarida trabalhou em duas emissoras de TV como pauteira, repórter e apresentadora; “rádio, eu nunca fiz não”. Atualmente, trabalha em jornal impresso, como colunista, e é assessora de comunicação em um órgão público. Também é proprietária de uma empresa de assessoria de comunicação. Um foco de atenção é que ela não apontou a assessoria de imprensa como uma das funções jornalísticas que já exerceu.

**Margarida:** Sim, [assessoria de imprensa] entra [na lista de funções que exerceu]. Você falou na parte mais jornalística em si, mas assessoria de imprensa eu já estou trabalhando há bastante tempo. (...) Eu acho que é correlato, mas o assessor de imprensa tem um papel fundamental, que é o papel de ser interlocutor, fazer essa ligação entre o assessorado e a imprensa. Então nesse papel, eu preciso ser jornalista pra entender os dois lados. Entendeu?

Nesse ponto da conversa, já aparece a reflexividade de que trata a etnometodologia (COULON, 1995), visto que Margarida, a princípio, tratou a assessoria de imprensa como uma função não jornalística, e em seguida pensou melhor e percebeu o equívoco – ou mudou de ideia; pelas suas feições, era algo em que ela ainda não tinha pensando com profundidade e refletiu sobre isso no momento de sua fala.

### ***Nísia Floresta***

Os últimos 10 dos 29 anos de Nísia Floresta têm sido dedicados ao Jornalismo. Descobriu ainda criança sua afinidade pela área, chegando a participar do jornalzinho da escola. Na adolescência, pensou em cursar Direito “pelo fato da argumentação, de achar que tudo na vida da gente deve ser defendido, e acreditar que a argumentação e o poder das palavras podem mudar a realidade de alguns fatos”.

Já foi apresentadora, repórter, produtora e pauteira em duas emissoras de TV do estado. Sempre teve no mínimo dois empregos. Atuou na concomitância durante cinco anos ininterruptos, como repórter televisiva e assessora de imprensa de um órgão público estadual. Já chegou a ter quatro empregos fixos simultâneos: três assessorias distintas e uma redação. Hoje, é assessora de imprensa também

de um órgão público e repórter em um portal de notícias. Também já estive em duas redações ao mesmo tempo, em TV e em portal de notícias.

**Nísia:** É difícil conciliar duas redações, principalmente porque a redação, sempre, sempre, ela exige mais do que a assessoria. Então, fazer duas redações, você vai deixar algum santo descoberto. Você vai acabar fazendo um trabalho inferior ao que você poderia fazer em alguma das redações.

Ela acredita que o Jornalismo, atualmente, “tem um reconhecimento da sociedade, que acho que é o mais importante, apesar dos pisos estaduais de jornalista não serem o ideal”. E considera que “hoje a gente consegue cumprir o papel que a sociedade espera, que as pessoas esperam, que é o de ser informado, e do jornalista, que é de informar”.

Em alguns momentos da fala, Nísia deixou-se perceber não muito confiante na experiência profissional da entrevistadora, pois a toda hora explicava detalhes profissionais que certamente uma jornalista já teria conhecimento. Isso leva a crer que ela desconsidera ou desvaloriza o sujeito que está fora do mercado, nesse caso o que está como docente.

Ela supervaloriza quem está no mercado, em detrimento de quem está na academia, aparentemente sugerindo que quem não tem competência para o mercado - que necessita de muito preparo e de tempo da vida pessoal -, segue a profissão de pesquisador ou professor. “As pessoas que querem optar por ser professores, às vezes não é porque querem ser, é porque veem que no mercado não tem espaço. O mercado exige muito. Você tem que abrir mão da sua vida pessoal, às vezes”.

Nísia que se ofereceu para ser entrevistada, quando soube da pesquisa. Em outubro de 2013, reunimo-nos em seu ambiente de trabalho – a escura sala de assessoria de imprensa de um órgão público -, o que se tornou uma conversa bem idealista sobre a profissão. Foram várias as interrupções de conversa, pois Nísia estava em seu horário de expediente – desde pessoas que foram cumprimentá-la, a funcionários com novas demandas a serem resolvidas.

## **Rogério Cadengue**

Aos 15 anos, Rogério começou a trabalhar sem se ater à sua vontade oculta de ser jornalista, desejo que foi revelado por influência de uma prima. Desde o início da carreira quis trabalhar em televisão, mas seu chefe no jornal impresso não aprovava. “Aí eu queria ir pra TV, só que meu chefe me disse uma coisa: ‘um bom jornalista de televisão é aquele que passa pelo jornal’. E não me ajudava a ir”. Ele reforça: “não era questão de aparecer, queria os bastidores da TV”.

Secretário gráfico, editor de jornal impresso, editor de portal de notícias, repórter, pauteiro, produtor e editor de TV, repórter de revista, assessor de comunicação e assessor de imprensa de políticos, empresas e governo, gerente de campanha na web: essas foram as funções jornalísticas desempenhada nos seus 21 anos de experiência como jornalista.

Já estive em duas redações simultaneamente, em várias assessorias ao mesmo tempo e em redação e assessoria concomitantemente, entre os anos de 2002 e 2011. Hoje, é assessor de comunicação de um político, de um órgão público, de uma autarquia e dono de empresa de assessoria de imprensa, onde tem vários clientes.

Rogério cita um dado bastante repercutido no senso comum, que os assessores devem ter, preferencialmente, vasta experiência em redações em suas bagagens. Em 2002, começou a fazer trabalhos como *freelancer* em assessoria quando atuava em TV. E relata que esteve em um lugar privilegiado para observar como deveria ser feita uma assessoria, já que estava do “outro lado do balcão” na maior parte do tempo.

Cadengue mostrou-se confiante com a pesquisa e interessado em ajudar, fornecendo o máximo de detalhes sobre a sua trajetória e experiência profissional. Nossa entrevista aconteceu no início do mês de outubro de 2013, em meio a várias reuniões e a uma gravação de vídeo de seu assessorado.

## 4.2 Visão sobre o jornalista no Brasil e no RN

Para Joelmir, o jornalista exerce uma atividade profissional essencial em qualquer sociedade, pois “é quem reporta as necessidades da população, das pessoas, é a voz das pessoas, mas, por outro lado, há um desrespeito quando se fala das instituições. (...) É muito triste também o reconhecimento do mercado em pagar um salário que não é digno. (...) É uma profissão de risco”. Ele fala que, com a popularização das mídias sociais, o jornalista teve que se adaptar e ter mais agilidade.

“A profissão hoje está mais difícil que nunca”, acredita Margarida, se referindo à questão financeira e ao acúmulo de funções com o qual o jornalista tem que lidar atualmente. Joelmir, Margarida e Rogério demonstraram uma validação da nossa premissa de precarização devido - em parte - ao aumento de atribuições que o jornalista teve nos últimos anos e à desvalorização profissional.

Já Nísia pensa o inverso; acredita que a profissão está sempre melhorando, principalmente devido às tecnologias. Ela destaca as mídias sociais como propulsoras do avanço da profissão, e utiliza conceitos como *verdade* e *credibilidade* para nomear o papel do jornalista nos dias atuais.

Podemos considerar que nesse contexto a “verdade” situa-se no papel do *ethos* institucional, para Nísia, pois ela constrói uma visão do jornalismo em cima do que se espera do jornalismo como entidade – em todo seu contexto de mensagens e públicos, em um híbrido entre orador-indivíduo e orador-instituição (GRANDO, 2012). No entanto, sua fala leva a crer que sua opinião sobre a atual precarização da profissão de jornalista recai na tecnologia, e não no sistema de produção de maneira geral, o que podemos enxergar como uma contradição.

**Nísia:** Eu acho que o jornalismo é como a sociedade e a tecnologia: ele sempre avança. Acho que o jornalismo sempre avança, como as redes sociais. (...) Hoje qualquer pessoa se sente um pouco jornalista, se sente um pouco repórter. Elas querem informar, elas querem dizer o que tão vendo, e eu acho que isso fez com que o jornalismo tivesse que melhorar, que ter mais apuração, que ter mais credibilidade. Acho que o jornalismo tem que ser mais diferente do que as pessoas já veem. Hoje, acho que as pessoas que procuram os jornais, que procuram a televisão, que procuram informação nessas fontes, digamos que oficiais, querem mais detalhes do que já viram nas redes sociais. (...) É mais detalhe, querem a *verdade*. O que elas querem ler, escutar e assistir é isso; elas querem a verdade que às vezes as redes sociais não passam. E o fato das redes sociais serem

um ambiente meio que sem limites, as pessoas também às vezes aumentam, às vezes inventam, então acho que quando as pessoas procuram os jornais, os veículos de comunicação, é justamente para isso. Acho que nos últimos anos o jornalismo melhorou e muito, por causa desses fatores. (...) Eu acho que [a tecnologia] obrigou o jornalista a ser mais rápido.

Rogério acredita em um jornalismo global, como defende Traquina (2004). Além disso, ele acredita que os profissionais do RN têm a mesma capacidade dos que atuam no eixo Rio de Janeiro - São Paulo, “só que lá eles têm uma estrutura de trabalho melhor”.

Nesse ponto, recorremos ao conceito de *ethos* sociológico-institucional. Para Grando (2012), o *ethos* sociológico do jornalismo está vinculado à própria identidade do jornalista e também com uma identidade coletiva do grupo profissional; esse *ethos* determina como o discurso próprio do jornalismo é produzido e como é recebido. Já o *ethos* institucional compreende características como prudência e benevolência.

Assim sendo, as características do *ethos* sociológico-institucional podem ser transpostas para a visão dos entrevistados acerca do jornalismo - aqui considerado como instituição. Os quatro atores sociais da pesquisa imputam ao jornalismo um *ethos* unificado pelo discurso, independente da função jornalística – neste momento em desacordo com Caldas (2011), que acredita que os jornalistas que atuam em assessorias e em redações possuem *ethos* distintos.

**Joelmir:** Mudou muita coisa. Você tem que estar mais ágil e atento, pois não só os veículos, mas a própria população está cobrando dos órgãos públicos pelas redes sociais. (...) É mais trabalho, e eu acho que quem trabalha com assessoria de imprensa não pode perder o bonde, tem que acompanhar.

**Margarida:** É uma profissão difícil, apesar de que muita gente diz: ah, mas é só pensar. Gente, dá muita dor de cabeça correr atrás de fonte, de informação, mas é muito gostoso, é muito prazeroso. Eu não me vejo em outra profissão, de jeito nenhum.

**Rogério:** Olha, eu vou ser bem sincero. Eu não tenho muito parâmetro pra comparar o jornalismo no exterior e com o jornalismo no Brasil, eu acho que acaba sendo tudo o mesmo jornalismo. Uma mesma coisa, só que eu acho que no Brasil, e particularmente aqui, há a desvalorização do jornalismo, do profissional, por conta não só da questão financeira, mas da questão mesmo como profissional. Você vê que a gente não tem um Conselho Nacional de Comunicação, a gente não tem sindicatos que

funcionem bem em defesa do jornalista, a gente tem uma Federação Nacional do Jornalista que faz o máximo, mas não conta com a união da categoria.

Margarida caracteriza a profissão como glamorosa e, muitas vezes, boêmia – estilo de vida levado principalmente por quem trabalha em jornal impresso, segundo ela. Esse estilo de vida é apontado por Traquina (2004) e Oliveira (2005), que acreditam que o cotidiano da profissão é encoberto por um mito, sustentado inclusive pelos próprios jornalistas. Esse fato recai na nossa problemática, tendo em vista que em alguns momentos do discurso, os entrevistados sobrepõem o glamour da profissão em detrimento a precariedade de trabalho.

De acordo com Silveira (2010, p. 212), “ao mesmo tempo em que se identificam com um ideal de Jornalismo nascido numa antiga visão calcada no glamour da profissão, [os jornalistas] percebem que essa visão é falseada, sem concretude cotidiana na maior parte dos casos”. É possível observar essa característica apontada pelo autor no discurso dos entrevistados, tendo em vista que eles apontam a satisfação em exercer o jornalismo acima dos problemas da profissão.

Marcondes Filho (2009) aponta que a precarização fez diminuir esse glamour da profissão. Margarida diz: “ainda não pensei nisso, se esse glamour está subindo ou diminuindo. Eu sei que todo mundo quer ser [jornalista], todo mundo quer ter opinião, quer passar opinião e quer ganhar dinheiro. Não sei se ainda estamos no auge. E isso me entristece”. O fato de Margarida dizer que se entristece com a atuação de pessoas sem formação que atuam no jornalismo pode ser um indicativo de sua opinião acerca da obrigatoriedade do diploma de jornalista para o exercício profissional.

Margarida acredita que a popularização das mídias sociais fez com que as pessoas buscassem o Jornalismo pelo *status* que imaginam que a profissão tem – visão que corrobora com Oliveira (2005), quando fala das imagens pré-fabricadas em torno da profissão de jornalista, imagens estas criadas e mantidas pela sociedade e pelos próprios jornalistas. A opinião de Margarida é distinta da de Nísia, que considera o uso das mídias sociais como um benefício para os próprios jornalistas.

Joelmir vê o mercado jornalístico do Rio Grande do Norte como limitado. “A nossa remuneração não é suficiente, então você termina sendo obrigado a estar em dois expedientes, em dois veículos, em dois empregos”. De acordo com o jornalista, quase todos os colegas de profissão que atuam em veículos fazem assessoria de imprensa, dado que de certa forma foi validado na pesquisa quantitativa.

**Joelmir:** Nem que seja para uma só pessoa, nem que seja até voluntário. (...) Só não fazem assessoria de imprensa os que trabalham pra filial da Rede Globo, porque há uma exigência da emissora para que você seja exclusivo. Mas nos outros veículos, em cada redação que eu vou, tem um colega que faz assessoria de imprensa, devido à remuneração.

Margarida tem a mesma opinião: acredita que no RN o jornalista é mal remunerado e desvalorizado, e ainda aponta uma peculiaridade que ela acredita ser regional. Ela vê dois caminhos para se sustentar com o jornalismo no estado: exercer a assessoria de comunicação/imprensa ou praticar o jornalismo não profissional em blogs, cobrando salários a figuras públicas para não repercutir notícias negativas. Ela aponta as ameaças feitas pelos jornalistas não profissionais, o que não seria uma prática dos jornalistas por formação, relacionando essa prática a uma falta de dignidade.

**Margarida:** O jornalista que não quer fazer ameaças às pessoas para ganhar dinheiro vai fazer assessoria de comunicação. É um trabalho digno, é muito bom de fazer, e eu me orgulho demais de ser assessora de comunicação hoje. (...) Outros jornalistas, que não querem fazer esse tipo de trabalho, fazem o que atualmente está na moda. É cobrar para ficar calado. Isso eu nunca fiz. “Quer investir no meu blog?”. Aí a pessoa: “ah, quero”. “Cobro tanto” - Para não falar. Para não dar notícia. Isso aí eu nunca fiz, jamais vou fazer.

Nísia já aponta outro viés acerca do jornalismo praticado nos blogs; ela pensa que ele é um veículo legítimo, porém deveria ser regulado e voltado à informação com opinião, não apenas mantido por notícias “coladas de outros veículos”.

Acreditamos que o jornalista sem formação que atua em blogs pode ser representado por um *ethos* específico: seu ambiente de trabalho, técnicas de redação, postura profissional, rotina de produção e demais características compõem um mundo diferente do habitado pelo jornalista profissional. Esse tipo de

jornalismo, não profissional, é visto pelos quatro entrevistados como algo aquém do jornalismo.

**Nísia:** [Blog] é uma forma de comunicar? É. Eu acho que eu não tô aqui para julgar ninguém, nem ter preconceito com blog, mas eu acho que ele cumpre um papel limitado, esse papel de noticiar. Mas, eu não sei se é um papel de informar da maneira que deveria ser, e acho que hoje os blogs deveriam... Não sei se é possível, mas eles deveriam obedecer a certas regras. (...) Até porque a notícia já tá nas redes sociais, já tá no jornal, de forma imparcial, digamos assim. Acho que o blogueiro tem que dar opinião. O blogueiro que é realmente blogueiro cumpre a missão dele quando informa com opinião.

Para Rogério, o “ranço” dos colegas de redação com os assessores ainda existe no estado. “Existe, e existe muito. O jornalista da redação, ele se acha “o” jornalista. O assessor é aquele que está fazendo o favor de passar pra ele [alguma informação]. É tanto que você sabe que muito jornalista liga direto para a fonte, e não liga para o assessor.”

Ele comenta que a falta de respeito com o assessor de imprensa o entristece muito, mas que não se pode demonstrar esse sentimento. “Eu jamais vou passar para o repórter que eu tô com raiva. Eu engulo a seco, mas eu não passo. Sabe por quê? Porque se eu passar, eu vou ser mal visto naquela redação”.

Essa visão de certa forma excludente acerca da assessoria de imprensa foi bastante reforçada antes de sua legitimação como função jornalística por parte da FENAJ, que se deu na década de 1980 (DUARTE, 2011). Em discussões sobre essa temática, é comum os pesquisadores e profissionais sustentarem a teoria de que isso já está resolvido e que é uma prática ultrapassada, mas percebemos pelos relatos desta pesquisa que no contexto potiguar isso ainda é uma questão pendente.

Sobre a remuneração do jornalista potiguar, Nísia e Rogério concordam com Joelmir e Margarida com relação à insuficiência do valor. Rogério comenta também que os jornalistas que vêm de fora conseguem espaços mais facilmente devido a uma valorização de quem vem do eixo Sudeste-Sul do país. Para Nísia, “as pessoas que têm oportunidade vão pra outros estados em busca de um salário melhor e de um reconhecimento melhor da profissão”.

**Nísia:** [O salário de jornalista no RN] está muito abaixo do que realmente deveria ser. Até porque eu acho que o jornalista que trabalha 6 horas e fica praticamente impossível ele trabalhar em duas redações, ele precisa conciliar uma redação com uma assessoria para poder ter um ganho financeiro que dê pelo menos para pagar as contas no final do mês. Eu acho que é quase um salário mínimo, acho o piso da gente muito baixo. (...) Se fosse o dobro disso, acho que seria o justo.

**Rogério:** Ser jornalista no Rio Grande do Norte é ser... Ele vai ter muitos desafios, porque é um mercado muito pequeno ainda, né. Ainda se tornou menor ainda quando o Diário de Natal fechou, porque a gente conta nos dedos o número de redações que existem no nosso estado. Não é nem falta de privilégios você se formar como jornalista aqui, porque você pode se formar aqui e você ser um bom jornalista lá fora. Isso não caracteriza que você tenha que fazer um jornalismo lá fora, até porque eu acho que o jornalismo é o tipo da profissão autodidata. (...) Eu acho que jornalismo, aqui em Natal e no Rio Grande do Norte, é difícil como em outros lugares, mas aqui o que mais me impressiona é a falta de respeito dos meios de comunicação com o profissional em termos de remuneração.

As reclamações com relação à remuneração têm fundamento. O Rio Grande do Norte tem um dos mais baixos pisos salariais para jornalista do país, provavelmente o mais baixo, que atualmente é R\$1.225,80 - o que representa um valor inferior a dois salários mínimos<sup>26</sup>. De acordo com Silveira (2010), essa situação salarial reverbera justamente no acúmulo de empregos.

Com uma oferta salarial mais justa, seria possível que houvesse um movimento no qual os jornalistas optassem por permanecer apenas nas redações convencionais. Mas isso é só uma hipótese difícil de verificar, pois seria preciso que o cenário fosse modificado para observar os comportamentos (SILVEIRA, 2010, p. 279).

Rogério dá pistas para o fato de as pessoas continuarem procurando o jornalismo e permanecerem na profissão, mesmo diante dos baixos salários. Ele acredita que a ideologia voltada à profissão, especificamente às funções existentes nas redações, é que fazem com que haja procura pelos empregos em veículos da mídia, mesmo em meio à má remuneração, como se existisse uma relação entre o *ethos* do jornalismo e a remuneração. Para Rogério, o prazer em ser jornalista supera a precarização da profissão.

O que essa questão nos leva a crer é que o *ethos* discursivo jornalístico é diferente de seu *ethos* institucional, para Rogério. O discurso sobre a realidade praticada destoa do discurso geral da profissão, mais uma vez corroborando com

---

<sup>26</sup> Desde 01/01/2014 o valor do salário mínimo brasileiro é R\$724,00.

as ideias de Traquina (2004) e Oliveira (2005) no que diz respeito ao mito em torno da profissão, sustentado pelos próprios jornalistas.

**Rogério:** Olha, o salário é baixo, mas nenhum jornalista aqui trabalha menos ou procura fazer menos porque o salário é baixo, e é nisso que as empresas ganham. Tem poucos jornalistas se submetendo a ganhar pouco, mas pra ser jornalista daquele veículo. Por quê? Porque a Tribuna do Norte paga inclusive direitinho e tal, paga até bem em relação a outros. Mas, é aquela coisa de você trabalhar na instituição, porque nós jornalistas temos um grande problema. O médico trabalha pelo dinheiro, o advogado trabalha pelo dinheiro, mas o jornalista, ele não trabalha pelo dinheiro. Ele trabalha pela questão de fazer jornalismo. Isso é que às vezes faz a gente ser tão besta em relação à questão do dinheiro. Aí as redações do Rio Grande do Norte até se dão bem, entre aspas, por conta disso.

Margarida acredita que todos os problemas pelos quais o jornalista está passando, principalmente com relação à falta de qualidade e profissionalismo no mercado, devem-se à não obrigatoriedade do diploma de jornalista. Embora não entre na questão dos blogs e espaços na web, Joelmir tem opinião parecida sobre a falta de exigência do diploma de jornalista no exercício da profissão no país.

Nísia acredita que uma solução para o exercício do jornalismo sem diploma é a criação de reserva de mercado para os diplomados. "Acho que os veículos que devem obrigar o jornalista a ter isso [o diploma] ou controlar, ou de repente abrir vagas pra os jornalistas sem diploma, mas que isso não seja uma quantidade superior aos que tenham diploma. Isso tem que ser cuidado pelos veículos".

Os quatro jornalistas deixam claro o posicionamento acerca do diploma: não aceitam que profissionais não habilitados exerçam a profissão.

**Margarida:** Eu acho que [a “queda” do diploma] gerou todo esse caos que está hoje, porque pra mim é um caos. Pra mim todo mundo escreve, passa informação, cobra por aquela informação, porque não há blogueiro nenhum, que não crie um blog atrás de dinheiro, e isso está péssimo para a nossa profissão. (...) e isso está gerando toda essa polêmica com relação ao jornalista, que o jornalista é mercenário, que jornalista só faz por dinheiro. Mas não. É porque tem muita gente que não é da profissão. Isso só veio pra acabar com o jornalista. Mas, quem derrubou o diploma, achava que ia ser bom. E agora está descobrindo que não é, porque está precisando pagar pro nome não sair em alguns locais. Isso é verdade.

**Joelmir:** É uma coisa muito triste, isso é lamentável. (...) abriu espaço pra que muita gente se colocasse na condição de jornalista sem ter nenhuma formação, sem ter nenhum conhecimento técnico, porque há uma diferença muito grande. “Ah, eu gosto de escrever” e “ah, eu sei escrever,

eu sei quais são as técnicas utilizadas pra escrever. Eu sei quais são as técnicas utilizadas pra fazer uma assessoria de imprensa, de que forma eu devo me relacionar com os veículos, de que forma eu sou um jornalista de televisão”. Há uma diferença muito grande, e essa diferença é exatamente o fato do teórico e do prático que a universidade proporciona.

**Nísia:** Não é preconceito, mas um direito que os jornalistas com diploma têm de achar, de acreditar e de defender que todos os profissionais deveriam ter diploma. Eu não quero dizer, com isso, que um advogado não possa escrever uma coluna sobre Direito, não quero dizer que um arquiteto não possa escrever uma coluna sobre design, mas acho que tem que ter um profissional que regule isso, que olhe pra isso, que veja isso com outros olhos. Pode ser o editor, pode ser o chefe de redação, pode ser o pauteiro. Mas, isso tem que ser controlado. Eu não sou a favor de jornalista que exerça em veículos de comunicação, o jornalismo sem diploma. Não sou.

**Rogério:** Você aprende muita coisa, claro, na faculdade, sou a favor que tenha o diploma de jornalista. Sou a favor. Tem que ir pra faculdade? Tem. Conheço muitos colegas que são radialistas, são jornalistas melhores do que muitos jornalistas que têm diploma, mas eu acho que tem que passar pela faculdade. Não é porque eu passei, não. Mas, eu acho que é uma coisa que toda profissão tem que passar. O médico tem que passar pela faculdade, o advogado tem que passar, né? Então com o jornalista, por que esse negócio? Eu sou contra esse negócio de cassar o diploma.

Mick e Lima (2013) apontam que os jornalistas que atuam fora da mídia têm uma formação melhor dos que o que estão predominantemente na mídia; 49,2% têm pós-graduação. O índice geral, sem especificar a função, aponta que 40,4% dos jornalistas possuem ou cursam pós-graduação. De acordo com Caldas (2011), é cada vez mais crescente a profissionalização dos jornalistas que atuam como assessores de imprensa, o que faz com que o trabalho tenha cada vez mais qualidade.

Com relação ao conhecimento necessário para desempenhar a função de assessor, Margarida explica que na faculdade de Jornalismo, que concluiu no ano de 1992, não se falava em assessoria de imprensa. Ela começou a ouvir falar nesta prática nos anos 2000. “Eu aprendia no dia-a-dia, na prática”. É provável que esse dado aponte um atraso no que diz respeito ao mercado jornalístico, tendo em vista que a atividade ganhou visibilidade no panorama nacional desde a década de 80, de acordo com Viveiros e Eid (2007).

Margarida, Rogério e Joelmir decidiram aprofundar seus estudos em assessoria de imprensa: os três fizeram, em turmas distintas, especialização na

área; um deles já havia feito uma especialização antes e outro continuou a carreira acadêmica em um mestrado. Somente Nísia tem apenas graduação.

### 4.3 O mundo da redação e o mundo da assessoria

“Estamos em posições bem diferentes, e eu vivo nesse limiar”. Joelmir aponta uma diferença fundamental entre a sua rotina na TV e como assessor: a carga horária. Como assessor de comunicação e imprensa, ele relata que está disponível para seu assessorado em boa parte do dia, já como repórter tem hora para entrar e também para sair do trabalho. Hoje, ele não saberia escolher entre uma das duas funções.

**Joelmir:** É bom jogar em vários times, é bom você ter essas oportunidades de ter uma profissão. É como talvez um advogado, pegando um exemplo de outra categoria, um advogado não seja só advogado trabalhista, trabalha na Vara de Família, na Eleitoral, então assim, um ator que trabalha no teatro, tem passagens pelo teatro, pelo cinema e pela televisão. Então acho que o jornalista tem essa mobilidade também, tem essa possibilidade. Há também a questão do aprendizado. Quem está numa redação e que trabalha numa assessoria compreende muito bem as necessidades, e vice-versa, do outro. (...) É uma escolha de Sofia [escolher entre a assessoria e a redação]. Gosto muito de fazer televisão, mas começo a vislumbrar a possibilidade de não ficar pra sempre nela, televisão trabalha com imagem e você vai envelhecendo. (...) Vicia, é apaixonante, mas o dia-a-dia de uma assessoria é fundamental onde eu trabalho. (...) Eu tenho consciência que os caminhos vão me levar para a assessoria, pelo fato da estabilidade do meu trabalho. Eu teria que pensar muito, porque assim, eu *sou jornalista*. E jornalista gosta de tudo que é comunicação.

Nesse ponto, observamos a materialização da proposta de Caldas (2011), quando diz que o jornalista de redação e o assessor de imprensa vêm de dois mundos diferentes. Acreditamos que Joelmir ultrapasse a fronteira entre esses dois mundos, vivendo-os de maneira sobreposta, como se o mundo do assessor estivesse subentendido no mundo do jornalista, algo que está relacionado ao fato dele considerar a atuação em assessoria de imprensa uma função jornalística tal qual a atuação em redações.

Margarida considera que o assessor de imprensa é muito mais cobrado que um repórter, justamente devido à disponibilidade requerida, como apontado por

Joelmir. Essa indicação de carga horária excessiva é um dos pontos que reforça nossa premissa de precarização.

**Margarida:** No caso da assessoria de imprensa, a gente vive uma luta constante, então pra mim é muito desgastante. (...) Como assessora de imprensa eu não durmo. Eu tenho que estar ligada 24 horas, e se não sair a matéria do jeito que ele [o assessorado] quer, é um Deus nos acuda. (...) É desgastante, mas é onde a gente consegue uma boa remuneração.

Nísia já deixa claro que sua primeira opção é a redação. Ela aponta a função de assessora de imprensa como digna – observação que acreditamos que não seria necessário se não houvesse uma distinção de status, no meio jornalístico, entre quem está na redação e fora dela.

**Nísia:** Eu gosto de assessoria, eu acho um trabalho digno, eu acho um trabalho que exige muito cuidado da sua parte, mas no meu caso, eu jamais deixaria tudo pra ficar só na assessoria, se não fosse por motivos financeiros, que já aconteceu comigo em uma época, mas graças a Deus eu consegui contornar.

A impressão que temos nesse ponto é que Joelmir vê a disponibilidade de tempo que a assessoria de imprensa exige como um fator positivo, enquanto que Margarida vê como negativo. Isso nos dá a ideia de que Joelmir vê prazer em exercer a assessoria de imprensa, enquanto que Margarida e Nísia veem apenas como uma vantagem financeira.

Rogério fala sobre sua dupla atuação em veículos de comunicação, momento em que começam surgir em sua fala justificativas éticas para o contínuo desempenho de funções em várias empresas simultaneamente.

**Rogério:** Quando eu tava na TV e no impresso, eu tinha que saber conciliar, porque eram dois veículos de comunicação que eu tava em papéis fundamentais, que era no setor de pauta, chefia, então a notícia que a TV já sabia eu não podia passar para o impresso. Era muito difícil para mim, porque eu tinha que *ser muito ético*. O impresso queria dar um furo, eu já sabia do negócio lá na TV. Então quando eu chegava no jornal, tudo que eu sabia da TV tinha que deletar. Porque eu não podia chegar, senão o pessoal... Era tanto que muitas vezes os amigos da redação diziam “ah, tá saindo na TV porque ele levou daqui do impresso”, e tiravam onda.

Margarida se contradiz ao distanciar o jornalista do assessor de imprensa, como havia explicado no início da conversa. “Ele [o assessor de imprensa] tem que ser jornalista antes de tudo”. Entretanto, ela traça diferenças entre ser assessora de comunicação e assessora de imprensa.

O discurso de Margarida nos leva a crer que ela tem duas identidades, uma enquanto assessora e uma enquanto repórter, isto é, se entendermos identidade como uma mensagem sobre si que será recodificada por outra pessoa (MARTINO, 2010); além disso, cremos que ela possui dois *ethos* diferentes, pois no momento em que fala de cada uma dessas funções, ela evoca diferentes representações sobre si. Essa ideia corrobora com a visão de Caldas (2011), que acredita que assessores e jornalistas de redação possuem mundos diferentes.

**Margarida:** Se alguém me disser: “você é o que? Assessora de imprensa ou jornalista?” Jornalista. Eu quero *ser jornalista*. Eu acho que assessoria de imprensa entrou na minha vida por uma situação. Por que ela não é ainda uma função que me dá tanto prazer? Por conta desses conflitos que ainda existem. Mas entre assessora de imprensa e uma assessora de comunicação de um órgão público, eu estou com um prazer imenso, porque eu estou conseguindo lidar, e aí a gente tem um respeito. É diferente. Assessora de imprensa de empresa particular é visto de uma maneira. Assessora de comunicação de uma empresa pública é vista de outra. Por quê? Porque o fator principal da minha informação diz, é de interesse da comunidade. E enquanto assessora de imprensa de uma empresa privada, o interesse é basicamente do cliente. Então é difícil de vender, e é difícil deles engolirem, só se eu tiver muito bem fundamentada.

Quando ela fala que “quer ser jornalista”, implicitamente está dizendo que enquanto assessora de imprensa ela não o é. E quando Margarida distingue os tipos de assessoria como pública e privada, impõe uma condição à atuação do assessor para que ele continue sendo jornalista, vinculada ao suposto interesse da comunidade naquele tipo de informação.

Da mesma forma, acreditamos que Rogério transita entre os dois mundos fazendo sempre distinção. Inclusive, ele impõe condições para ser um bom assessor: ter passado antes por redações tradicionais. Ele condiciona o *ethos* profissional do assessor de imprensa ao *ethos* do jornalista de redação.

**Rogério:** Pode me chamar de assessor... “Chegou o menino que vai fazer a matéria, o rapaz da comunicação”. Nunca me incomodei se chamam de jornalista. Mas, existe uma diferença. O assessor de comunicação, ele nunca vai deixar de ser jornalista. Por quê? Porque pra ele ser um bom

assessor, tem que ser bom jornalista. Isso na minha visão. O jornalista é aquele que tá pronto pra fazer um trabalho de comunicação. O nome “jornalista”, ele não pode ser, digamos que restrito a questão de só... “Eu sou jornalista porque eu tô fazendo uma notícia”. Quando você é assessor, você faz a notícia também. A diferença é que você trabalha como uma ponte entre a imprensa e o seu assessorado, aquela pessoa. Mas, você não vai deixar de ser jornalista nunca. Porque se você é um bom assessor, você vai fazer matéria jornalística sim.

No entanto, destacamos que a existência de duas identidades e dois *ethos* nem sempre acontece. É o caso de Joelmir, que pela fala e gestos demonstra ter um *ethos* único enquanto jornalista – seja desempenhando a função de assessor, seja atuando em redações, ou ainda enquanto *comunicador*.

**Joelmir:** Eu não vejo distinção, eu me vejo como comunicador, seja mandando um *release* de uma assessoria, seja apresentando um jornal ou fazendo uma matéria, eu estou fazendo comunicação, eu me vejo igualmente. (...) Eu acho que pra o público, para a sociedade, eu sou conhecido como repórter de televisão, como apresentador. Para os meus colegas, talvez sim, também. Mas por exemplo, no espaço em que eu trabalho como assessor de imprensa, lá já sabem, eles me reconhecem e me identificam como assessor de imprensa do órgão, mas eu acho que pra o público e pra categoria no geral, é como repórter, como jornalista, como apresentador.

No caso de Nísia, acreditamos que ela tem uma identidade híbrida, sobreposta e em crise, pois ao mesmo tempo em que ela fala que distingue bem o trabalho feito nas duas frentes de trabalho, e que acha a atuação em assessoria de imprensa digna para os jornalistas, não sabe explicar muito bem sua opinião acerca do próprio trabalho como assessora de imprensa.

Outro ponto é que Nísia evoca o conceito de *verdade* para se remeter ao jornalismo, mas o que está implícito é que ela utiliza o termo “jornalismo” para se referir ao jornalismo praticado em redações. Rogério deixa clara a sua predileção pelo trabalho em redações, e evoca, assim como Nísia, o conceito de *verdade*, o que entendemos claramente como uma alusão à visão romântica do jornalismo, assim como apontam Traquina (2004) e Oliveira (2005).

**Nísia:** Com certeza, sinto muita distinção [em estar como assessora ou como repórter]. Em vários lugares, de várias formas. Não sei se essa é a palavra, tá? Não sei se é preconceito, digamos assim. Às vezes, você acaba sendo elogiada por você ser assessora, as pessoas acham que é uma coisa muito importante e ali ao lado, pouco depois, vai ter uma turma que vai achar que o assessor tá sempre beneficiando o assessorado, que ele é muito chapa branca, então existe esse preconceito sim, e ao

contrário também. Às vezes um repórter é muito bem recebido num lugar como repórter, mas se aquele repórter chegar em outro lugar, o fato de ele não estar identificado como assessor vai prejudicar a entrada dele. É complicado, isso aí, é meio... Depende muito da situação, mas que existe essa diferença, existe. Até como apresentação, quando você se apresenta como assessora ou como repórter, acho que as pessoas distinguem você sim, com certeza.

**Rogério:** Gosto muito da assessoria, mas eu gosto mais de redação. Por quê? Porque numa redação é que a gente faz o *verdadeiro jornalismo*. A gente mostra o pós, o contra. Na assessoria você trabalha a marca, você é o cuidador daquela marca. Então existe uma diferença muito grande de ser jornalista enquanto assessor e ser jornalista enquanto está trabalhando numa redação. Na redação você está trabalhando pra sociedade. Você tá trabalhando pro povo, você está noticiando os fatos. Então você tem que ter coerência de ouvir um e outro, você não pode opinar. Eu, como assessor, tô trabalhando pra uma instituição. Eu tô fazendo com que aquela instituição seja protegida inclusive da má notícia, porque eu tô resguardando o que de ruim tem aqui. Eu não vou chegar pra outro jornalista e dizer.

Nísia e Margarida demonstram incômodo com a denominação “assessora”. Margarida diz que não, mas sua fala revela a distinção; Nísia deixa claro em seu discurso que vê bastante diferença de status entre estas duas atuações.

Nesse ponto podemos validar por meio da fala de Margarida que as identidades entre as funções podem ter diferenciações. Ela se vê diferente, se tratada como jornalista, em detrimento a quando é tratada como assessora de imprensa. Margarida usa a nomenclatura “jornalista” ao referir-se a funções dentro da mídia, fato que reforça sua visão de diferenciação com relação à função de assessora de imprensa.

Joelmir tem uma visão mais ampla, talvez devido à sua afinidade com a função de assessor de imprensa; para ele, é uma identidade única, por mais que cada função faça com que ele tenha posicionamentos diferentes enquanto profissional. Caldas (2011) propõe *ethos* distintos: o *ethos* do assessor de imprensa e o *ethos* do jornalista de redação; é o que podemos identificar pela fala de Margarida.

Na mesma linha de raciocínio, Traquina (2004) acredita que cada profissão tem seu *ethos* distinto, e o do jornalista tem sido reforçado há décadas em nossa sociedade. O autor enfatiza que há funções do jornalismo cujo *ethos* é mais característico. Acreditamos que é o que acontece com as funções na mídia, e que esta visão corresponde à de Margarida – sua identidade mais desejável é a

relacionada com funções tradicionais do Jornalismo, mas é provável que suas múltiplas identidades não estejam delineadas, como aponta Hall (2004) com relação aos sujeitos modernos.

É provável que essa situação tenha relação com a forma com que os entrevistados entraram em contato com as funções jornalísticas fora da mídia. Margarida conta que começou a exercer a função de assessora de imprensa por indicação do seu próprio editor na TV. Joelmir fala que foi um processo natural, que ele julga comum no mercado potiguar.

**Margarida:** Foi a oportunidade que eu tive, e da própria TV onde eu trabalhava, foi uma sugestão do próprio superintendente da época. “Eu não vou aumentar o salário de vocês, se vocês quiserem, arrumem outra coisa, uma assessoria de comunicação e tal”. Então não foi nada escondido. Pelo contrário, foi muito aberto, e ali eu encontrei uma oportunidade de trabalhar dignamente.

**Joelmir:** Eu acho que o que aconteceu comigo aconteceu com muitas pessoas, você está no mercado de impresso ou de televisão, e as oportunidades pra assessoria de imprensa começam a surgir. Aí eu lhe digo isso porque às vezes você começa a receber *releases* de colegas jornalistas que nunca passaram pelo mercado, e termina que fica todo mundo se questionando: “quem é? Foi de onde? Trabalhou em que veículo?”, porque não há o conhecimento de mercado. Então assim, eu acho que termina sendo mais natural, não sei se o correto, o fato de você estar no mercado como repórter e de repente você começar a ser assessor, as assessorias de imprensa começam a lhe absorver, e você vai conquistando espaço. A questão da remuneração, me parece que ser assessor de imprensa, financeiramente falando, hoje é mais interessante do que estar nos veículos de comunicação.

Nísia fala que sua primeira experiência com assessoria foi em um estágio, em um órgão público no qual ela deixou seu currículo sem conhecer ninguém; e fala sobre como começou a acumular os empregos, que até então ela tinha atuado em no máximo duas empresas concomitantemente.

**Nísia:** Eu tava já numa redação e numa assessoria, e recebi um convite para fazer um jornal, e eu tava quase saindo dessa redação. Aceitei, fiquei com esses três empregos, e acabou que eu não saí e continuei acumulando e vi que... Tentei até onde meu limite físico e psicológico deixava. E consegui. E depois surgiu outra oportunidade, que era uma coisa muito legal, que eu sempre quis fazer, que é trabalhar com assessoria de saúde, coisas médicas, que não me ocupam o tempo, não me limitam nessa questão de tempo, que eu consigo fazer, e que pra mim é um trabalho muito prazeroso, que eu aprendo todo dia e que eu acho que ajudo as pessoas também. É a minha menor remuneração, mas para

mim é o que mais me chama a atenção hoje, que não tem problemas, né. Na redação a gente sempre tem problemas, na assessoria também.

Nísia e Rogério explicitam que suas atuações como assessores de imprensa têm origem na questão financeira. Nísia relaciona também a assessoria a uma “paz”, referindo-se ao tempo diário necessário para desempenhar a função. Ela mostra a predileção pela redação, em detrimento à assessoria, e defende que o trabalho do jornalista tem mais qualidade quando ele está em apenas uma função, em uma clara distinção dentre a prática dessas duas funções.

Rogério reforça a questão financeira que envolve a assessoria e demonstra, pela oralidade e pelos gestos, que atualmente tem prazer em desempenhar o papel de assessor de imprensa.

**Nísia:** Acho que todo jornalista, o que gosta realmente de redação, o jornalista de redação (...) procura a assessoria por uma questão financeira. Até pra ter mais tempo, mais paz, digamos assim, que eu acho que a redação em si não oferece. (...) Se pagasse financeiramente, eu acho até que o profissional que fica só em redação, ele é um profissional melhor pra redação, porque acho que ele tem mais tempo de apurar, acho que ele tem mais cuidado, ele vai dormir e acorda pensando na matéria, então eu acho que ele consegue desempenhar um trabalho melhor. Mas, infelizmente a redação, ela não paga o que o jornalista merece. O jornalista é praticamente obrigado a trabalhar numa assessoria também.

**Rogério:** O financeiro. Foi o que contou. O que me botou pra assessoria, que eu acabei gostando e me aperfeiçoando, é porque eu tenho uma coisa em mim. Quando eu faço, eu tenho que fazer bem feito. (...) Também teve a parte do reconhecimento do trabalho. Durante muitos anos na TV, eu conto talvez nos dedos os elogios que eu tive. (...) Mais de uma década trabalhando em TV, eu nunca botei o pé lá pensando em quanto eu ganhava. Eu só me lembrava do salário miserável que eu ganhava lá quando era dia 30 ou o dia que eu ia receber. Aí eu passava o dia, realmente... Aí eu pensava naquele dia. Quando era o dia 1º eu já tava trabalhando rindo, eu já tava correndo com as fitas, eu já tava... Sabe? Me dando todo o sangue e tal. Porque eu gostava de trabalhar. A TV pra mim foi muito bom por conta dos meus amigos que eu fiz lá dentro.

Sobre as vantagens e desvantagens da dupla função frente à redação e à assessoria, além de questões financeiras, Margarida aponta que a desvantagem é ser tratado como concorrência por alguns donos de empresas jornalísticas; e a vantagem é o faro jornalístico desenvolvido na redação, que segundo ela ajuda no exercício da assessoria de imprensa. Essa última afirmação pode ser interpretada

como uma prerrogativa - do ponto de vista dela - para o desempenho da função, como se o *ethos* do assessor de imprensa dependesse do *ethos* do repórter.

Sobre a visão de outros colegas, Margarida acredita que muitos não entendem a situação do assessor de imprensa e resolvem não atuar na função por comodismo, principalmente o repórter de jornal impresso. Acreditamos que seja provável que o repórter de impresso é o que menos se identifique com funções jornalísticas fora da mídia, já que é a função mais característica do Jornalismo, segundo Traquina (2004).

Essa observação de Margarida nos leva a pensar sobre a prática profissional dos jornalistas que atuam simultaneamente nas duas frentes de trabalho (redações e assessorias); pode ser um dos indicativos para a constatação anterior, na etapa de pesquisa exploratória, de que a maior parte dos sujeitos que atuam em concomitância nessas frentes estejam concentrados nas redações televisivas, e não nas redações de impresso.

Com relação ao fato de haver mais profissionais com a dupla atuação profissional concentrados nas TVs, fato que identificamos em pesquisa exploratória, Margarida acredita que é devido à exposição da imagem e à visibilidade da função, opinião compartilhada por Nísia que destaca o *glamour* da TV – que Margarida atribui ao jornal impresso.

**Margarida:** As empresas não aceitam muito os assessores dentro da empresa porque veem que determinado cliente podia estar os pagando. Esse é o grande problema, quando veem que a gente é uma grande rival. E que não é, na realidade. A gente está ali para ajudar. E que a publicidade não interfere na assessoria de comunicação, porque a assessoria de comunicação é uma *espécie* de jornalismo, a gente está em busca da imprensa, não interfere na publicidade dos empresários. Eu acho que hoje eles tão começando a entender, mas a gente também enfrenta a batalha com o colega que está sentado ao lado, que ganha tão pouco e diz: “olha ela. Ela aí está ganhando mais, porque ela está fazendo uma coisa a mais”. E muitos não querem fazer. (...) Os assessorados buscam mais a gente de TV porque não deixa da gente criar uma identificação, uma ligação com eles por eles estarem olhando pra gente todo dia. (...) O segundo fator também é essa questão da exposição. Não vamos esquecer que a audiência de uma TV pra um jornal, se atinge muito mais o público do que um jornal. Então na hora em que eles contratam a gente, imaginam que por ser jornalista de TV, eu vou conseguir mais espaço na TV do que propriamente no jornal. E aí entra o nosso trabalho.

**Nísia:** Acho que o tempo que você consegue estar na TV é menor do que no impresso, porque no impresso você não tem hora para sair [do expediente], e na TV sim. Por isso eu acho que dá pra conciliar a

televisão. A TV também dá uma visibilidade maior e o profissional acaba sendo convidado para trabalhar em assessorias, acho que isso também muda um pouco. A TV tem um *glamour* que os outros veículos não têm. (...) É o seu rosto que está aparecendo, a sua voz que está aparecendo, o seu jeito de interpretar, é a segurança que você passa, a credibilidade que você passa, que infelizmente o online e o impresso não têm essa cara. Você não sabe quem está lhe falando, a maioria das pessoas nunca te viu.

Como a experiência relatada por Margarida refere-se a uma situação de atuação concomitante pela qual ela passou anos atrás, é possível que os conflitos tenham sido mais severos pelo fato da atuação em assessorias de imprensa não ser tão esclarecida à época, no contexto potiguar. Como a atuação de Nísia é pautada em experiências profissionais atuais, essas questões podem estar mais esclarecidas.

### ***Discussões éticas***

Joelmir relata que, quando trabalhava como repórter em jornal impresso, foi convidado para assumir uma assessoria de imprensa de um órgão público. Sua estratégia para que a dupla atuação não parecesse antiética para si foi combinar com o editor do jornal que as pautas relacionadas ao seu assessorado ficassem sempre a cargo de outro repórter. De acordo com ele, sempre deu certo. Já Margarida relata que teve muitos problemas na época em que exerceu a dupla função.

**Joelmir:** Na condição de apresentador do jornal, (...) em último caso eu peço para que levem meu assessorado para ser entrevistado na outra edição do jornal, porque eu acho desconfortável, porque teriam perguntas que seriam necessárias fazer, mas que eu me comprometeria como assessor dessa pessoa depois. Para sugerir pautas na TV em que eu trabalho, eu chego pra produção do jornal e eu digo: “olhe, vai rolar, vai acontecer isso, vai sugerir isso, se vocês quiserem, meu assessorado está à disposição”. E assim, eu sempre deixo para que eles decidam, para que não haja uma interferência minha. Da mesma forma que eu peço que eles não me façam entrevistá-los, eu dou a sugestão, mando o *release*, ligo, às vezes eu peço para um estagiário ligar em um horário em que eu não esteja na TV. Uma ginástica, sabe?

**Margarida:** Quando eu estava na TV e fazendo assessoria de comunicação, e era tudo às claras, encontrei milhões de dificuldades. Para eu conseguir vender aquela matéria, eu rodava. De 10 sugestões, ele [o dono da empresa] aceitava uma ou duas, porque eu sou concorrente. (...)

Para ser assessora de comunicação e trabalhar nos meios de comunicação, você rala. Você não é bem visto, e sempre desconfiam que você está ganhando a mais para fazer aquilo, e não é verdade. (...) Não era um problema só meu, mas um problema de todos que trabalham abertamente, sem negar. (...) Quando tinha um evento, chegava para ela [a editora] e avisava. “Olha, a gente está com essa e essa assessoria e eu trouxe essa matéria. O que você acha?”. “Não, eu só quero se tiver isso. Só se tiver esse dado, essa informação”. Eu trabalhei em uma empresa [de TV] muito séria e muito boa de trabalhar, porque essa dificuldade em colocar matérias fez com que eu crescesse como assessora de comunicação e profissional, onde eu tinha que ter ética ou então não ficava no mercado, porque eu não ia ser bem vista dentro da minha empresa, e onde meu assessorado não ia alcançar o objetivo dele, então eu tive que ralar mais ainda. Eu acho que quem trabalha nos dois não é fácil, porque você também não pode esquecer que nenhum jornalista consegue “botar” uma matéria. A gente não consegue, porque tem pauteiro, diretor, editor.

As estratégias relatadas por Nísia e Rogério são bem próximas à de Joelmir. Rogério relaciona a ética com o caráter e fala sobre a condição de ser pauteiro de telejornal e assessor de imprensa simultaneamente, situação que segundo ele não era explorada com os assessorados no sentido de oferecer como diferencial do seu serviço, mas que era uma situação que ele considerava favorável.

**Rogério:** Como é que eu conduzia como assessor e jornalista? Eu lhe digo uma coisa que eu aprendi com meu pai. *Da questão da ética, do caráter.* Isso daí foi que me ajudava a conduzir isso. Como? Eu na assessoria, quando eu assumia... “Fulano me contratou pra ser assessor e eu trabalho na TV”. Quando eu chegava para me apresentar e tal, dizia: “olha, quem está falando aqui é o jornalista que trabalha na TV tal, eu faço assessoria, mas em nenhum momento eu vou dizer que você vai conseguir uma matéria na TV comigo”. Porque eu acreditava e acredito nesse princípio que eu tenho de mim como ético, você vai me contratar porque eu estou sendo ético. Porque se eu for safado como muitos foram, e que conseguiram abarcar assessoria com isso, era para chegar e dizer: “não, eu garanto a você. Inclusive eu trabalho na TV. Matéria na TV não vai ser dificuldade. Eu tô lá dentro, eu sou pauteiro.” Você já pensou, um pauteiro que tem assessoria? É ouro! Juro por Deus, nunca cheguei pra ninguém pra dizer assim: “eu vou fazer e você vai ganhar”, não. “Olhe, eu não garanto”. Mas claro que é mais fácil. Eu não vou ser cínico e dizer pra você que não é. Mas, a verdade é essa. “Dá pra fazer, mas isso aí não vai depender de mim”.

**Nísia:** Sempre deixei claro as assessorias em que eu trabalhava, e as pessoas... E acho que a própria linha editorial de todos os lugares em que eu trabalhei, elas já direcionam você para não fazer aquilo ou fazer aquilo, e acho que você também tem que ter um pouco de ética nesse sentido. Hoje eu trabalho com político, né, então eu evito escrever matérias sobre política, porque eu sei que uma hora ou outra, ou eu vou beneficiar ou eu vou prejudicar o meu assessorado. Então eu, para que isso não ocorra, e para que isso não prejudique nem a qualidade do material que eu tô escrevendo nem o meu assessorado, prefiro evitar. Realmente, passo essa bola pra outra pessoa, outro profissional. (...) Nunca tive nenhum problema, e já trabalhei em veículos que falaram mal, em algum momento, do meu assessorado. Eu acho que é um papel do veículo, acho que a

gente não pode esconder as informações nem as observações, então acho que é natural, acho que tem que ser encarado de forma natural, tanto para quem está lá na redação, quanto para o assessorado.

Margarida, Nísia, Rogério e Joelmir fizeram e fazem questão de deixar às claras, nas redações, para quem trabalham junto às assessorias. Joelmir relata sua exigência em não lidar, nas redações, com material vinculado a qualquer de seus assessorados.

**Joelmir:** Você tem que passar um filtro, você não pode passar todas as informações, não no sentido de que você não esteja sendo *ético com seus colegas*, mas em algumas situações nem sempre é possível abrir a sala da reunião para que a TV possa filmar. Tem uma questão de você preservar a imagem do seu assessorado, a instituição que você trabalha como assessor. Então é bem fascinante você estar ali como... Eu não diria um militar, mas como se você fosse um *guardião daquela instituição*. (...) Eu sempre coloquei pros meus chefes, pra os diretores da televisão, pros diretores de jornais que eu faço reportagem e que apresento, então sendo necessária a entrevista ou a reportagem do meu assessorado, ou de um assunto relacionado ao meu assessorado, que eu não seja deslocado para cumprir, porque *eticamente eu não vou estar correto*. Eu vou chegar lá como repórter e vou questionar meu assessorado até que ponto? (...) Eu não sei como agem os meus colegas com relação a essa questão, essa preocupação ética que eu tenho de não entrevistar meus assessorados. (...) Claro, você tem que estar preparado pra enfrentar momentos de crise, gerenciar, porque, por exemplo, não tem como não negar determinadas coisas. Você tem que falar, mas você também tem que saber como falar. (...) Eu sempre tenho muito cuidado de como me posicionar perante os meus colegas, quando estou na condição de assessor de imprensa, porque eu sei da necessidade, eu sei do *deadline* que a produção da TV exige, eu sei da urgência, então assim, eu tenho muito cuidado na hora de atendê-los quando eu sei que no meu outro expediente, eu vou estar nessa condição também.

Margarida comenta que é preciso ser ética na hora de fechar contrato com um assessorado, o que Rogério também citou como situação problemática, devido à expectativa de benefícios frente à atuação nas redações. Segundo Rogério, ele atuava com um “jogo limpo”. Ele relata que, por diversas vezes, via pautas de colegas da TV sendo canceladas, o que ele remete à desconfiança dos chefes em possíveis ligações com assessorados ocultos – fato que nunca aconteceu com ele. Sobre os outros colegas de TV, ele fala que seu chefe “derrubava” as pautas na desconfiança dos assessorados estarem se beneficiando.

**Margarida:** O assessorado prefere um assessor repórter de TV porque acredita que a TV vai divulgar tudo porque ele “está pagando”, e aí vem a *ética jornalística*. (...) Por isso que eu digo que nessa profissão tem que ter *muita ética*, senão se confunde o meio de campo. E nem todo mundo tem.

(...) Assim, eu digo como jornalista de redação. O problema que eu acho é que alguns assessores não sabem bem como chegar aos jornalistas. Vender o peixe ao jornalista. Tem gente que fica ligando diariamente vendendo qualquer coisa. Qualquer coisa. Isso chateia, isso cansa.

**Rogério:** Quando eu fui fazer minha pós-graduação, quando havia aquelas apresentações: “ah, você faz o que, tá em qual veículo?”, eu dizia que trabalhava no governo e na filial da Rede Globo. “Mas você é assessor e é jornalista? Como é que pode?” porque isso, no jornalismo, é uma guerra. Se você é assessor, você não pode ser jornalista. Se você é jornalista, você não pode ser assessor. Aí o que é que cabe a eu dizer que estava nessa berlinda? Eu digo o seguinte: qualquer jornalista trabalharia numa dessas profissões, ou só assessoria ou só redação, se ele fosse bem remunerado. Ninguém quer ter dois, três empregos. A gente só tem por conta da necessidade e do que a gente quer pro futuro. Eu não sou preguiçoso. Eu sou de botar o peito, tirar a camisa, pegar o saco de cimento e botar nas costas. (...) Teve professor na sala de aula que me condenou... E tinham outros também que faziam a mesma coisa, aí eu não fui sozinho pra essa sabatina... Mas enfim, aí o que é que eu dizia? “Olhe, eu preciso... eu trabalho na TV. O meu salário de afiliado de Globo não é de Rede Globo.” (...) O salário de afiliado não é o mesmo da Globo e nem é dedicação exclusiva. Ninguém paga, no Rio Grande do Norte, salário pra ninguém ser exclusivo, não. (...) Falei ao professor: “eu preciso, mas antes de tudo eu uso a ética de ser correto e justo.” Eu sou homem pra chegar e dizer: “diretora, eu tô fazendo tal assessoria. A senhora permite?”.

Margarida aponta a necessidade de saber pautar a mídia. De acordo com Caldas (2011), a relação entre o jornalista de redação e o assessor de imprensa é, por vezes, conflituosa; ela acredita que esse relacionamento já melhorou bastante, pois outrora os profissionais dessas duas funções não tinham muita afinidade, e aponta que a maioria dos jornalistas que atua fora da mídia um dia já trabalhou em redações ou pretende fazê-lo. Contudo, os quatro entrevistados não citaram em seus discursos índices de melhora nessa relação, que acreditamos que sempre será conflituosa.

Nísia defende-se de qualquer implicação ética oriunda de seu trabalho jogando esse conflito para quem atua frente aos blogs. Nesse ponto surge novamente a reflexividade, pois ela aparentou estar pensando a fundo sobre isso pela primeira vez.

**Nísia:** É, mas eu acho que essa parte ética não é uma justificativa plausível [para a não atuação simultânea em assessoria e redação]. Acho que essa justificativa ética seria apenas pra um blog, por exemplo. Um blog no qual exista um ou dois profissionais, no máximo, escrevendo. Mas, num veículo de comunicação, você pode colocar outra pessoa pra escrever sobre aquele determinado assunto, e acho que nada impede, sabe? Acho que essa parte ética é meio que uma justificativa falha. Acho que o que mais prejudica é essa questão da dedicação do profissional.

Acho que vai deixar a desejar se ele trabalhar em dois lugares, mas, que infelizmente é o necessário. (...) Acho que o ideal era que o profissional conseguisse se dedicar a uma coisa só, se tivesse um respaldo financeiro. Mas, como não há aqui em Natal, acho que o profissional tem que dividir a energia, dividir a criatividade, dividir a capacidade dele, dividir o conhecimento dele nessas duas coisas. Então eu acho que realmente prejudica um pouco.

Os depoimentos dos quatro atores sociais puderam nortear a pesquisa empiricamente, tendo em vista que muito do que se sabe sobre essa dupla atuação figura no campo do senso comum ou de especulações. Acreditamos que os discursos, somados à pesquisa quantitativa, foram um importante e essencial instrumento para identificarmos as conclusões a seguir.

## Considerações finais

O típico jornalista potiguar é homem e jovem, conseqüentemente trabalhando há pouco tempo no jornalismo, com formação superior específica em jornalismo, com registro profissional de jornalista, não sindicalizado, com principal emprego na mídia televisiva, provavelmente com outro emprego e com renda total de até cinco salários mínimos. A maioria está satisfeita com sua vida profissional.

A pesquisa quantitativa nos mostrou que os índices do Rio Grande do Norte estão equiparados ao do Brasil em muitos pontos. São eles: faixa etária, escolaridade, filiação a sindicatos, áreas principais de atuação, carga horária diária de trabalho e funções mais comuns desempenhadas na mídia e fora da mídia.

Entretanto, há pontos destoantes. No Brasil, a maioria dos profissionais do jornalismo é mulher, enquanto que no RN os homens possuem uma porcentagem ligeiramente maior. No RN, o percentual de registros profissionais dos jornalistas atuantes é menor que o nacional, assim como os índices potiguares de sindicalização específica no jornalismo.

No RN é mais comum se ter mais de um emprego, quando comparado à média do Brasil. Bem como no RN a porcentagem de jornalistas ganhando até cinco salários mínimos é maior que no Brasil. Além disso, no Brasil a porcentagem de profissionais ganhando mais de dez salários mínimos é quase o triplo.

Também há uma diferença quanto aos principais veículos nos quais atuam os jornalistas predominantemente de mídia. No RN, os principais são, por ordem: TV, internet, jornal e rádio; no Brasil, são internet, jornal, revista e TV. Esse fato incide diretamente ao fato de que no estado os profissionais com duplo emprego estão concentrados na mídia televisiva, como aferimos por meio da pesquisa exploratória.

A principal diferença encontrada foi no que diz respeito ao duplo emprego. Enquanto no Brasil cerca de um terço dos profissionais da mídia ou fora da mídia possuem mais de um emprego, no RN esse número mais que duplica.

Foi justamente a essa parcela de jornalistas com mais de um emprego que se deteve nossa a pesquisa qualitativa. Por meio das entrevistas em profundidade

com Joelmir, Margarida, Nísia e Rogério, buscamos investigar a prática profissional dos sujeitos que atuam ou já atuam ao mesmo tempo em redações jornalísticas tradicionais e assessoria de imprensa no contexto potiguar. Buscamos entender os motivos para essa prática, que por meio dos dados quantitativos constatamos ser tão comum no RN. Além disso, tentamos entender o *ethos* profissional e a identidade destes jornalistas.

Nossa premissa de precarização (DRUCK, 2011; MARCONDES FILHO, 2009) veio sendo validada durante todo o contato com os jornalistas potiguares. Os pontos elencados por eles que nos levam a essa crença foram: baixos salários, necessidade de ter mais de um emprego, jornadas intensas de trabalho, “queda” do diploma, falta de qualidade e profissionalismo no mercado, falta de reconhecimento profissional, exercício do jornalismo por profissionais não graduados e acúmulo de funções devido ao avanço da tecnologia.

Por meio de seus discursos, Joelmir, Margarida e Rogério mostram que acreditam que o jornalismo vem piorando. Apenas Nísia acha que a profissão está melhorando e remete isso justamente à tecnologia. Entretanto, em vários momentos ela deixa claro não estar satisfeita com os baixos salários e com a necessidade de ter mais de um emprego para poder se manter.

Ao mesmo tempo em que reclamam, os sujeitos da pesquisa não pensam em migrar para outra profissão. “Dá muita dor de cabeça correr atrás de fonte, de informação, mas é muito gostoso, é muito prazeroso. Eu não me vejo em outra profissão, de jeito nenhum” (Margarida). “Olha, o salário é baixo, mas nenhum jornalista aqui trabalha menos ou procura fazer menos porque o salário é baixo, e é nisso que as empresas ganham” (Rogério).

Diante dessas falas e do resultado da pesquisa quantitativa no que se refere à satisfação profissional dos jornalistas potiguares, acreditamos que eles coloquem o glamour da profissão e a paixão pelo jornalismo acima da precarização. No entanto, reforçam para a sociedade a imagem romântica mitológica desenvolvida sobre o jornalista, tal qual apontam Silveira (2010), Oliveira (2005) e Traquina (2004). O que essa questão nos leva a crer é que o *ethos* discursivo jornalístico é diferente de seu *ethos* institucional.

Joelmir foi extremo ao apontar que quase todos os colegas de profissão que atuam em veículos também atuam em assessorias de imprensa. A princípio, consideramos a declaração exagerada, entretanto a pesquisa quantitativa apontou que esta afirmação não está muito distante da realidade. Retomamos a ideia de Nísia sobre a qualidade do trabalho oriundo destes profissionais; para ela, há muito mais qualidade jornalística quando se tem apenas um emprego.

Nesse contexto, nos perguntamos sobre o porquê dessa dupla atuação. Os entrevistados elencaram como motivo para atuarem nessas duas frentes de trabalho simultaneamente a necessidade de complementar a renda, o que é uma consequência dos baixos salários. Especificamente sobre a atuação na área de assessoria de imprensa, foram apontados como atrativos: melhores salários, qualidade de vida e melhores oportunidades. Apontamos como outra provável razão a possível diminuição dos postos de trabalho em redações no estado, tendo em vista o fechamento de veículos, como foi o caso do jornal Diário de Natal, em outubro de 2012<sup>27</sup>.

Sendo assim, o campo da assessoria de imprensa viria a se constituir em um território em que muitos jornalistas migrariam em busca de maior qualidade de vida, fugindo das redações, como pensa Nísia: "acho que todo jornalista, o que gosta realmente de redação, o jornalista de redação, procura a assessoria por uma questão financeira. Até pra ter mais tempo, mais paz, digamos assim, que eu acho que a redação em si não oferece".

Joelmir viu sua entrada na área de assessoria de imprensa como uma oportunidade de carreira, porém ele remete o fato de precisar estar em dois empregos às necessidades financeiras: "A nossa remuneração não é suficiente, então você termina sendo obrigado a estar em dois expedientes, em dois veículos, em dois empregos".

No entanto, muitas vezes as assessorias se constituem em um espaço de intensificação do trabalho, tal qual acontece nas redações. O desgaste pode ser até maior do que aquele resultado da pressão das redações, como exemplifica Margarida: "Como assessora de imprensa eu não durmo. Eu tenho que estar ligada

---

<sup>27</sup> O jornal fazia parte do Diários Associados e encerrou sua versão impressa em outubro de 2012, deixando apenas seu portal de notícias, que encerrou as atividades três meses depois. Fonte: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/ed715-diario-de-natal-encerra-versao-impressa>>. Acesso em: 15 nov. 2013.

24 horas, e se não sair a matéria do jeito que ele [o assessorado] quer, é um Deus nos acuda. É desgastante, mas é onde a gente consegue uma boa remuneração”.

Dessa forma, quem atua simultaneamente nos dois territórios teria uma dupla precarização em termos de qualidade de vida e consequentes desgastes físicos e mentais. Portanto, a tentativa de chegar a um patamar de renda para garantir sobrevivência impõe uma carga horária diária superior ao que se espera para um jornalista, como vimos na pesquisa quantitativa, o que reforça ainda mais a precarização da profissão.

Um dos pontos mais comentados no senso comum com relação à atuação simultânea em redações e assessorias diz respeito aos limites éticos. No momento em que falavam sobre práticas concomitantes, Rogério, Margarida e Joelmir a todo tempo tentavam justificar-se eticamente, sempre apontando exemplos de falta de ética de colegas. “Eu tinha que ter ética ou então não ficava no mercado, porque eu não ia ser bem vista dentro da minha empresa, e onde meu assessorado não ia alcançar o objetivo dele” (Margarida).

Os entrevistados citaram estratégias para lidar com as questões éticas que possivelmente poderiam resultar dessa dupla atuação: avisar nas redações quem são os assessorados, não atuar em editorias que coincidam com os assessorados, não entrevistar os assessorados, evitar fazer matérias sobre os assessorados e deixar claro aos assessorados que o emprego na redação não garante a veiculação de conteúdo da assessoria.

Nísia deixa implícito em sua fala que ela não acredita que sua dupla atuação tenha consequências éticas no seu trabalho: “a própria linha editorial de todos os lugares em que eu trabalhei, elas já direcionam você para não fazer aquilo ou fazer aquilo, e acho que você também tem que ter *um pouco de ética* nesse sentido”.

Nesse ponto, questionamo-nos se as estratégias apontadas são o bastante para evitar os conflitos éticos. Acreditamos que, a depender do tipo de assessoria praticado, muitas vezes a atuação simultânea seja conflituosa. No caso de Nísia, observamos que não é raro ela fazer reportagens sobre seus assessorados. Até por questões resultantes de equipes reduzidas, ficaria inviável não poder cobri-los, sendo assim, as estratégias elencadas além de tudo são frágeis.

As discussões éticas por vezes são tensionadas em direção aos profissionais que atuam no jornalismo sem diploma específico. Nísia, por exemplo, imputou aos blogueiros sem diploma a necessidade de se pensar sobre a ética: “esta parte ética não é uma justificativa plausível [para a não atuação simultânea em assessoria e redação]. Acho que esta justificativa ética seria apenas para um blog, por exemplo”.

A não aceitação desses profissionais foi unanimidade entre os quatro entrevistados. Acreditamos que o diploma de jornalista corresponde a uma representação do *ethos* jornalístico em sua plenitude - que figura no imaginário dos entrevistados. Margarida acredita que a falta de qualidade e profissionalismo existentes no mercado deve-se à não obrigatoriedade do diploma de jornalista. Rogério compara o jornalismo a outras profissões: “O médico tem que passar pela faculdade, o advogado tem que passar, né? Então com o jornalista, por que esse negócio?”.

Com relação aos *ethos* e às identidades dos entrevistados, há uma variedade e complexidade percebidas por meio de seus discursos. Acreditamos que a existência de *ethos* distintos para um mesmo jornalista que atua simultaneamente como assessor e em redações é possível, mas nem sempre é regra.

Acreditamos que Margarida faça a total distinção entre os dois mundos (CALDAS, 2011), possuindo claramente duas identidades, uma enquanto assessora e outra enquanto repórter. Conseqüentemente, podemos indicar que ela possui *ethos* diferentes e bem delimitados.

No caso de Rogério, ele transita nos dois mundos e demonstra ter dois *ethos* e duas identidades, no entanto estes mundos estão mais próximos, por vezes fundindo-se, como ele demonstra ao falar que precisa dos conhecimentos das redações para atuar como assessor.

Nísia faz muita distinção entre os dois mundos, muitas vezes aproximando-os e outras vezes demonstrando que são opostos. Com relação à sua identidade, ela representa bem a ideia de múltiplas identidades apontada por Hall (2004). Sua identidade está em crise, não fechada e não definida; é um híbrido entre jornalista de redação e assessora.

Joelmir fala: “eu *sou jornalista*. E jornalista gosta de tudo que é comunicação”. Vemos em sua declaração uma síntese de seu *ethos*, que pode ser visto como um *ethos* de jornalista totalmente sobreposto ao *ethos* de assessor, ou simplesmente um novo *ethos*, o de comunicador.

O último ponto da pesquisa que destacamos versa sobre a distinção que é feita acerca do assessor de imprensa, por parte dos jornalistas como um todo, prática que identificamos nos discursos dos entrevistados. Segundo Rogério, os jornalistas de redação não tratam os assessores como iguais e isso muito o entristece. “O jornalista da redação, ele se acha “o” jornalista. O assessor é aquele que está fazendo o favor de passar pra ele [alguma informação]” (Rogério).

Nísia e Margarida demonstram incômodo com a denominação “assessora”, aparentemente porque tem um status diferente da alcunha “repórter”. Enquanto estão exercendo a atividade de repórter, preferem ser chamadas de repórteres, e enquanto estão como assessoras, preferem ser chamadas de jornalistas. Nísia repete em seu discurso que considera a função de assessora de imprensa como digna. Acreditamos que essa explicação não seria necessária se não houvesse uma distinção de status, no meio jornalístico, entre quem está na redação e fora dela.

### ***Hipóteses e provocações***

Consoante com Braga (2005), em se tratando de questões complexas acerca da realidade, é possível que o trabalho de pesquisa resulte em hipóteses. Assim sendo, destacamos em meio às conclusões do trabalho as seguintes provocações resultantes da pesquisa:

a) Os baixos salários levam os jornalistas potiguares a terem mais de um emprego, o que faz com que o estado tenha índices muito maiores que a taxa nacional de acúmulo de empregos;

b) A quantidade de empregos dos jornalistas potiguares reflete em intensas e longas jornadas de trabalho, o que certamente afeta a saúde destes profissionais;

c) Mesmo em meio à precarização da profissão, a maioria dos jornalistas não pensa em deixar a profissão, devido à paixão pelo jornalismo e ao glamour associado a esse profissional, fatos que os levam a sustentar a imagem romântica e mitológica da profissão;

d) Há a possibilidade do jornalista que trabalha ao mesmo tempo em redações tradicionais e assessorias de imprensa possuir *ethos* distintos para o desempenho de cada função, mas também podem ter *ethos* sobrepostos ou mesmo um *ethos* de comunicador.

## Referências

- AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.
- BARROS FILHO, Clóvis de. *Ética na comunicação*. 4. Ed. São Paulo: Summus, 2003.
- BONIN, Jiani Adriana. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, E. et al. *Metodologias de pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011, p. 19-42.
- BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. 9. Ed. Rio de Janeiro: Bertrand, 2006.
- BRAGA, José Luiz. Para começar um projeto de pesquisa. *Comunicação & Educação*, ano X, n. 3, pp. 288-296, set/dez 2005.
- CALDAS, Graça. Relacionamento Assessor de Imprensa/Jornalista: Somos todos Jornalistas! In: DUARTE, Jorge. *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2011, pp. 321-328.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge. *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 4. Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011, pp. 03-21.
- CHAPARRO, Manuel Carlos. Apresentação: conflito equivocado. In: LOPES, Boanerges; VIEIRA, Roberto Fonseca. *Jornalismo e relações públicas: ação e reação. Uma perspectiva conciliatória possível*. Rio de Janeiro: Mauad, 2004, pp. 07-09.
- COULON, Alain. *Etnometodologia*. Petrópolis: Vozes, 1995.
- CURVELLO, João José Azevedo. Comunicação organizacional. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.
- DUARTE, Jorge. Assessoria de imprensa no Brasil. In: \_\_\_\_\_. *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2011, pp. 51-75.
- DUARTE, Jorge. *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. 4. Ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Orgs). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação*. 2. Ed. São Paulo: Atlas, 2008, pp. 62-83.

DRUCK, Graça. Trabalho, precarização e resistências: novos e velhos desafios? *Caderno CRH*, Salvador, v. 24, n. 1, p. 37-57, 2011.

FENAJ. *Anais do XVIII Encontro Nacional de Jornalistas em Assessoria de Comunicação*. Natal-RN, 2011.

FENAJ. *Manual de Assessoria de Imprensa*. 4. Ed. Brasília: FENAJ, 2007.

GIL, Antonio Carlos. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. Ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GRANDO, Carolina Pompeo. *Elementos para um estudo da construção do ethos jornalístico: análise da seção editorial de Carta Capital*. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, 2012.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Guacira Lopes Louro. 9. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2004.

HALL, Stuart. *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

HERITAGE, John C. Etnometodologia. In: GIDDENS, Anthony; TURNER, Jonathan. *Teoria social hoje*. São Paulo: Unesp, 1999.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Identidade. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

KARAM, Francisco José Castilhos. Deontologia. In: MARCONDES FILHO, Ciro (Org.). *Dicionário da Comunicação*. São Paulo: Paulus, 2009.

MAIA, Kênia; FEMINA, Cleber. Os valores profissionais dos estudantes da UFRN: comunicação corporativa, entretenimento e jornalismo. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, Brasília, v. 2, n. 11, p. 82-94, 2012.

LOPES, Fernanda Lima. *Ser jornalista no Brasil: identidade profissional e formação acadêmica*. São Paulo: Paulus, 2013.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do *ethos*. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Org.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2008.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Ser jornalista: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões*. São Paulo: Paulus, 2009.

MARTINO, Luís Mauro Sá. *Comunicação e identidade: quem você pensa que é?* São Paulo: Paulus, 2010.

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

PEREIRA, Fábio Henrique. Conversando com jornalistas: a perspectiva do interacionismo simbólico. In: MAROCCO, Beatriz (Org.). *Entrevista na prática jornalística e na pesquisa*. Porto Alegre: Libretos, 2012, pp. 31-45.

OLIVEIRA, Michelle Roxo. *Profissão jornalista: um estudo sobre representações sociais, identidade profissional e as condições de produção da notícia*. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação. Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação da Unesp. Bauru, 2005.

SANT'ANNA, Francisco. *Mídia das Fontes: o difusor do jornalismo corporativo*. Brasília: Casa das Musas, 2005.

SANT'ANNA, Francisco. *Mídia das Fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro. Um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal*. Brasília: Senado Federal/SSETEC, 2009.

SILVEIRA, José Ricardo da. *O jornalista na comunicação das organizações: cultura profissional e autopercepção*. Tese de doutorado. Faculdade de Comunicação da UnB. Brasília, 2010.

TRAQUINA, Nelson. *A tribo jornalística: uma comunidade transnacional*. Lisboa: Editorial Notícias, 2005.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo*. Volume 1: porque as notícias são como são. 2. Ed. Florianópolis: Insular, 2004.

VIVEIROS, Ricardo; EID, Marco Antônio. *O signo da verdade: assessoria de imprensa feita por jornalistas*. São Paulo: Summus, 2007.

## **Anexo A: Questionário da radiografia**

Radiografia do Jornalismo Potiguar

Essa é uma pesquisa desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) e tem o objetivo de traçar o perfil dos jornalistas do Rio Grande do Norte. Ela deve ser respondida por pessoas com diploma universitário de jornalista e/ou com registro profissional de jornalista e/ou que trabalhem de jornalista.

O questionário leva cerca de quatro minutos para ser respondido.

Os dados pessoais são solicitados para que possamos verificar a veracidade das informações, de forma que as respostas não serão utilizadas e divulgadas de forma individual.

Muito obrigado.

**\*Obrigatório**

**01. Escreva seu nome completo \***

**02. Qual o seu e-mail? \***

**03. Qual seu sexo? \***

Masculino

Feminino

**04. Qual sua idade? (anos completos) \***

**05. Qual seu grau de instrução? \***

Ensino Fundamental

Ensino Médio

Ensino Técnico

Ensino Superior

Especialização

Mestrado

Doutorado

Pós-Doutorado

**06. Se você tem ensino superior ou está cursando, qual é sua área de graduação?**

Em caso de mais de uma graduação, mencione a que considera mais relevante para sua atuação profissional como jornalista.

Jornalismo

Rádio e TV

Publicidade e Propaganda

Audiovisual

Artes ou Design

Outro:

**07. Se você tem ensino superior ou está cursando, qual o tipo de universidade/faculdade?**

Municipal

Estadual

Federal

Privada

**08. Tem registro profissional de jornalista? \***

Sim

Não

**09. Se positivo, em qual(ais) função(ões)?**

É possível marcar mais de uma opção.

Jornalista profissional

Diagramador

Ilustrador

Repórter Cinematográfico

Repórter Fotográfico

Diretor de Empresa Jornalística

Outro:

**10. Você trabalha atualmente como jornalista? \***

Sim

Não

**11. Se você não está trabalhando como jornalista, qual o motivo?**

Atuo em outro emprego da área da comunicação

Atuo em área distinta

Estou aposentado

Estou desempregado

Estou me dedicando aos estudos

Outro:

## **12. Como jornalista, qual sua área de atuação?**

*Se você tem mais de uma ocupação, marque a que você considera principal.*

Trabalho em empresa de mídia (Rádio, TV, Impresso, etc.)

Trabalho fora de empresa de mídia (Assessorias, Governo, Empresa Privada, Freelancer, etc.)

Trabalho em docência

Outro:

## **13. Você é filiado a algum sindicato?**

Sim, ao dos Jornalistas do RN

Sim, ao de outra categoria

Não sou filiado a sindicato algum

## **14. Quantos empregos você tem atualmente?**

Um

Dois

Três

Mais do que três

## **15. Qual sua carga horária de trabalho semanal? \***

*Considere todos os empregos*

De 20 a 25 horas

De 25 a 30 horas

De 30 a 40 horas

De 40 a 60 horas

Mais de 60 horas

**16. Qual sua renda mensal? \***

Considere todas as suas ocupações.

Menor que um salário mínimo

Um salário mínimo (R\$ 677,00)

De 01 a 02 salários (R\$ 677,00 a R\$ 1354,00)

De 02 a 03 salários (R\$ 1353,00 a R\$ 2031,00)

De 03 a 04 salários (R\$ 2031,00 a R\$ 2708,00)

De 04 a 05 salários (R\$ 2708,00 a R\$ 3385,00)

De 05 a 10 salários (R\$ 3385,00 a R\$ 6770,00)

Acima de 10 salários

**17. Qual seu tipo de vínculo empregatício?**

Considere sua principal ocupação.

Carteira de trabalho assinada

Contrato de prestação de serviços

Servidor público

Free-lancer

Empresário

Contrato como Pessoa Jurídica

Cargo Comissionado

**18. Há quanto tempo você trabalha como jornalista?**

Até um ano

De 01 a 03 anos

De 03 a 05 anos

De 05 a 10 anos

De 10 a 20 anos

De 20 a 30 anos

Mais de 30 anos

**19. Se você é jornalista em mídia, qual o tipo de veículo?**

Caso você atue dentro e fora da mídia, considere sua ocupação principal.

Televisão

Rádio

Jornal

Internet

Revista

Agência de notícias

Não se aplica

**20. Se você é jornalista em mídia, qual seu cargo?**

Caso você atue dentro e fora da mídia, considere sua ocupação principal.

Repórter

Repórter fotográfico

Editor

Diretor de redação

Produtor

Repórter cinematográfico

Colunista

Apresentador

Pauteiro

Não se aplica

Outro:

**21. Se você é jornalista em mídia, quais funções você desempenha no seu dia-a-dia?**

Caso você atue dentro e fora da mídia, considere sua ocupação principal.

Reportagem

Edição

Elaboração de pauta

Fotografia

Cinegrafia

Diagramação

Gestão

Não se aplica

Outro:

**22. Se você é jornalista em mídia e tem mais do que um emprego, qual sua área de atuação secundária?**

Em mídia

Fora da mídia

Em docência

Em área distinta

**23. Se você é jornalista que atua fora da mídia, qual seu ramo de atuação?**

Caso você atue dentro e fora da mídia, considere se esta é a sua ocupação principal.

Empresa de Assessoria de Imprensa/Comunicação

Agência de publicidade

Empresa Privada

Empresa ou Órgão Público

Terceiro Setor

Não se aplica

Outro:

**24. Se você é jornalista que atua fora da mídia, quais funções você desempenha no seu dia-a-dia?**

Reportagem

Edição

Revisão

Elaboração de pauta

Fotografia

Cinegrafia

Assessoria de imprensa

Gestão (gerenciamento de rotinas e de pessoal)

Analista de mídias sociais

Não se aplica

Outro:

**25. Se você é jornalista que atua fora da mídia e tem mais do que um emprego, qual sua área de atuação secundária?**

Em mídia

Fora da mídia

Em docência

Em área distinta

**26. Se você é jornalista em docência, em qual área do conhecimento você desempenha seu trabalho?**

Comunicação Social - Jornalismo

Comunicação Social - Radialismo

Comunicação Social - Publicidade e Propaganda

Comunicação Social - Relações Públicas

Ciências Sociais

Ciências Humanas

Linguística, Letras ou Artes

Outro:

**27. Se você é jornalista em docência, qual a universidade / faculdade você trabalha?**

**28. Se você é jornalista em docência, você tem experiência no mercado jornalístico?**

Sim

Não

**29. Em caso positivo, marque as áreas em que atuou.**

Jornalista em veículo impresso

Radiojornalismo

Telejornalismo

Colunista / Comentarista

Redator / Editor

Diretor de Redação

Produção / Direção de TV

Assessoria de Imprensa

Produção Audiovisual

Agência de Propaganda

Outro:

**30. Se você é jornalista em docência, qual a atividade/área na qual você atuou por mais tempo ou se considera especialista?**

Jornalismo Impresso

Redação Jornalística

Radiojornalismo

Telejornalismo

Diagramação/Design Gráfico

Jornalismo Digital / Novas Mídias

Assessoria de Comunicação

Teorias do Jornalismo

Teorias da Comunicação

Ética / Legislação Jornalística

Não leciono disciplinas em Jornalismo

Outro:

**31. Se você é jornalista em docência, em quais áreas você leciona disciplinas?**

Jornalismo Impresso

Redação Jornalística

Radiojornalismo

Telejornalismo

Diagramação/Design Gráfico

Jornalismo Digital / Novas Mídias

Assessoria de Comunicação

Teorias do Jornalismo

Teorias da Comunicação

Ética / Legislação Jornalística

Não leciono disciplinas em Jornalismo

Outro:

**32. Se você é jornalista em docência, quais atividades você desempenha dentro da sua carga horária?**

Se necessário, marque mais de uma opção.

Ensino

Pesquisa

Extensão

Gestão acadêmica

**33. Se você é jornalista em docência e tem mais do que um emprego, qual sua área de atuação secundária?**

Em mídia

Fora da mídia

Em docência

Em área distinta

**34. Se você é jornalista em docência, quais seus projetos para o futuro?**

Realizar Mestrado

Realizar Doutorado

Realizar Pós-Doutorado

Ingressar em um programa de pós-graduação

Realizar especialização em nova área

Voltar a trabalhar numa empresa jornalística

Outro:

**35. Se você é jornalista que atua em mídia ou fora dela, qual a sua perspectiva para seu futuro profissional?**

Continuar trabalhando no meu emprego atual

Procurar um novo emprego com um salário maior dentro da minha área

Me especializar para progredir na carreira

Prestar um concurso público para ter estabilidade financeira

Me especializar para me dedicar à docência

Vou abandonar o jornalismo e me dedicar a outra área de atuação

Outro:

**36. Quanto tempo você pretende continuar no seu atual emprego? \***

Até 01 ano

De 01 a 02 anos

De 02 a 03 anos

De 03 a 05 anos

De 05 a 10 anos

Mais de 10 anos

Não tenho previsão

**37. Qual o seu grau de satisfação em relação ao seu trabalho? \***

Muito satisfeito

Satisfeito

Nem satisfeito, nem insatisfeito

Insatisfeito

Muito insatisfeito

**38. Aproveite este espaço para comentários, críticas e sugestões. Muito obrigado!**