

O 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-RN¹

Juliana Bulhões Alberto Dantas²

Juciano de Sousa Lacerda³

RESUMO: 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, ao *ethos* 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. A base metodológica foi pautada na etnometodologia, na entrevista em profundidade e na pesquisa quantitativa.

PALAVRAS-CHAVE: *Journalismo, Assessoria de Imprensa, Ethos Jornalístico, Identidade.*

ABSTRACT: 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, *ethos* 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. The methodological basis was based on ethnomethodology, the in-depth interview and quantitative research.

KEYWORDS: *Journalism, Press Office, Journalistic Ethos, Identity.*

¹ Versão anterior apresentada no 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, 2013.

² Professora do Departamento de Comunicação Social da UFRN. Doutoranda em Comunicação da Universidade de Brasília, linha de pesquisa Jornalismo e Sociedade. Mestre em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN), especialista em Assessoria de Comunicação (UnP), graduada em Comunicação Social - Jornalismo (UFRN) e Radialismo (UFRN).

³ Professor Adjunto III do Curso de Comunicação Social da UFRN. Professor Permanente do Programa de Pós-Graduação em Estudos da Mídia, na linha de pesquisa Estudos da Mídia e Práticas Sociais. Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (2008).

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 (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.

CAMINHOS METODOLÓGICOS

Pautamos nosso pensamento metodológico por meio da 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).

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).

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 Bonin (2011) 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.

Em seguida, foram selecionados 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.

A última etapa da pesquisa foi a realização de uma pesquisa quantitativa, idealizada a fim de verificar dados gerais do mercado jornalístico potiguar, tendo em vista que a pesquisa qualitativa envolvendo entrevistas em profundidade não permitia generalizações.

A PRECARIZAÇÃO DA PROFISSÃO DE JORNALISTA

Sustentamos a premissa de que a profissão de jornalista está passando por um processo de precarização. Como não temos ferramentas suficientes para generalizar o problema no âmbito brasileiro, buscamos formas de validar esta perspectiva nos limites no estado do Rio Grande do Norte, onde nossa experiência mercadológica torna-se aliada junto à pesquisa empírica que será apresentada.

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.

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 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.

Marcondes Filho (2009) 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.

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.

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. 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.

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.

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 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?*

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 jornalística, 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 Grando (2012), o Jornalismo possui dois tipos de *ethos*, que resultam em um processo contínuo de construção da imagem discursiva. 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" (GRANDO, 2012, p. 98).

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.

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.

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 Iasbeck (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. 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 Grando (2012), os jornalistas sustentam princípios básicos que são utilizados pela própria sociedade para representar o *ethos* jornalístico. 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.

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. De acordo com a autora, existe o mundo do jornalista 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. Isto porque a complexidade dos sujeitos vai além dessa discussão.

O JORNALISTA ASSESSOR DE IMPRENSA 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 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. 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, Margarida Izar, Nísia Floresta e Rogério Cadengue.

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.

Fortuitivamente, teve início no âmbito do Programa de Pós-graduação X a pesquisa Y, 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.

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 referem-se a uma primeira análise 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.

SÍNTESE DAS PESQUISAS QUALITATIVA E QUANTITATIVA

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 aturam 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.

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 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 a 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. Consequentemente, 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.

Muitos pesquisadores acreditam que esse debate está superado e ultrapassado, no entanto percebemos que pelo menos no contexto potiguar o jornalismo de redação tem um *ethos* ligado à cidadania, pois é associado à verdade, à voz do povo; enquanto a assessoria tem um *ethos* menos ligado a essas questões e mais próximo às questões salariais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

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:

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; a assessoria de imprensa é exercida geralmente para complementar a renda, e não por afinidade com a função; 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; 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.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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.

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.

comunicação corporativa, entretenimento e jornalismo. *Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo*, Brasília, v. 2, n. 11, p. 82-94, 2012.

COULON, Alain. *Etnometodologia*. Petrópolis: Vozes, 1995.

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

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. 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.

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.

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.

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

MAIA, Kênia; FEMINA, Cleber. Os valores profissionais dos estudantes da UFRN:

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.

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.

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