

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SERGIPE  
PRÓ-REITORIA DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA  
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM CIÊNCIAS  
SOCIAIS MESTRADO EM SOCIOLOGIA**

**ISABEL ROCHA SOUZA**

**"PAIXÃO OU VOCAÇÃO?"  
COMPETÊNCIA JORNALÍSTICA, REDES DE RELAÇÕES E  
ATUAÇÃO NA ASSESSORIA DE IMPRENSA POLÍTICA EM  
ARACAJU.**

São Cristóvão/SE  
2013

ISABEL ROCHA SOUZA

**"PAIXÃO OU VOCAÇÃO?"**  
**COMPETÊNCIA JORNALÍSTICA, REDES DE RELAÇÕES E**  
**ATUAÇÃO NA ASSESSORIA DE IMPRENSA POLÍTICA EM**  
**ARACAJU.**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação de Sociologia, do Núcleo de Pesquisa e Pós-Graduação em Ciências Sociais, da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Sociologia.

Orientadora: Fernanda Rios Petrarca

São Cristóvão/Se

2013

ISABEL ROCHA SOUZA

"PAIXÃO OU VOCAÇÃO?"

COMPETÊNCIA JORNALÍSTICA, REDES DE RELAÇÕES E ATUAÇÃO  
NA ASSESSORIA DE IMPRENSA POLÍTICA EM ARACAJU.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação de Sociologia, do Núcleo de Pesquisa e Pós-Graduação em ciências Sociais, da Universidade Federal de Sergipe, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Sociologia.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Ernesto Seidl

NPPCS/UFS

---

Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Fernanda Rios Petrarca

NPPCS/UFS

---

Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Sonia Aguiar Lopes

PPGCOM/UFS

## DEDICATÓRIA

Aos meus pais, por terem me ensinado os caminhos corretos da vida e por nunca deixarem de me dar o apoio necessário para prosseguir.

Aos meus 06 irmãos, pelo apoio e incentivo.

Aos meus avós Adelino Rocha e Zifinha - em memória - que, com suas formas singulares de ser e agir contribuíram com exemplos de vida e me ajudaram a crescer e delinear meus valores.

E de modo especial, aos meus filhos: Alice Vitória, Sofia e Vítor Lucas, meus tesouros de valor inestimável, que diariamente me dão lição de ternura, de amor incondicional e de perdão. Que me surpreenderam com a compreensão, ao verem a mãe trocar os livros de contos de fada e a leitura em voz alta, por livros incompreensíveis para eles e pela leitura silenciosa. A vocês, todo o meu amor!

## **AGRADECIMENTOS**

Obrigada Deus! Cheguei até aqui. Não Sozinha, mas com o apoio, incentivo, orientação e colaboração efetiva de algumas pessoas a quem devo dizer: muito obrigada! Vocês foram essenciais para a conclusão de mais essa jornada. Assim, reservo esse espaço para dizer algumas palavras que não foram ditas ou que simplesmente quero reafirmar.

Primeiro quero registrar minha gratidão a Fernanda Rios Petrarca, que mesmo sem me conhecer respondeu a meu e-mail, dando a chance a uma pessoa que estava há 10 anos fora do meio acadêmico e resolveu se aventurar em um mestrado fora de sua área de graduação e atuação (pedagogia), tornando-se assim, minha orientadora e referência como pessoa, profissional. Quero dizer, foi fundamental a sua atenção, compreensão, paciência e incentivo. Se no momento em que termino esta dissertação, o maior mérito é ter conseguido essas páginas sobre jornalistas e sua rede de relações foi sem dúvida, graças a ela, à sua competência e suas orientações pontuais, que me permitiram avançar e concluir esse mestrado. Se nesse processo há falhas e por ventura alguns erros de interpretação, a responsabilidade é minha. Já os acertos, foram com a colaboração dela. Obrigada Fernanda!

Quero agradecer igualmente ao professor Ernesto Seidl, que também colaborou de modo efetivo neste processo. Aos demais professores que contribuíram com suas discussões em sala de aula para a aquisição e ampliação dos meus precários conhecimentos sobre sociologia. Ao NPPCS e seus colaboradores (especificamente a Jonatas) que sempre estavam prontos para atender as minhas solicitações e me orientar sempre que se fez necessário e por fim a professora Sonia Aguiar, que colaborou com essa banca.

Aos novos amigos que fiz nesses dois anos de mestrado, especialmente a Cleidicelma e Renata, que sempre estavam me alertando para a entrega dos trabalhos, as datas das matrículas semestrais, me enviando os textos das aulas e por estarem sempre dispostas a me ajudarem a prosseguir. Sem a amizade e colaboração de vocês, tudo teria sido muito mais difícil. Obrigada! Agradeço também aos 10 Jornalistas que generosamente cederam um pouco do seu tempo e colaboram com essa pesquisa, expondo suas vidas e dando suas opiniões, tornando possível esse trabalho.

Do mesmo modo devo agradecer a André Jorge, por ter “aberto caminhos” em relação aos entrevistados, pelos momentos de discussões sobre o jornalismo, que muito influenciou a escolha da temática de pesquisa e contribuíram para a elaboração dessa dissertação. Pelo incentivo, apoio e colaboração. Obrigada!

## RESUMO

A presente dissertação tem como objeto de estudo a relação entre a competência<sup>1</sup> jornalística, as redes de relações e a inserção de jornalistas na assessoria de imprensa política de Aracaju. Na tentativa de compreender como esse profissional se insere e ascende profissionalmente nesse espaço da comunicação social, parte-se do princípio de que os vínculos pessoais e interpessoais podem se constituir em um recurso primordial para a entrada na assessoria de imprensa política e para a ocupação de posições de chefia em assessorias de comunicação em instituições governamentais e legislativas. Para que se dê conta desse objetivo, adotou-se como coleta de dados a pesquisa biográfica com jornalistas que atuam em assessorias de imprensa na esfera política. O universo empírico considerado é formado por 10 jornalistas, dos quais 04 dirigem pastas em órgãos governamentais e legislativos e os outros 06 assessoram partidos políticos e parlamentares. A análise revela que a entrada do jornalista na área da assessoria de imprensa política em Aracaju, se dá através de indicações feita por um amigo, um parente, ou um colega de profissão, a um político conhecido, ou através de convites pessoais. Indica também que os vínculos criados através da militância política, podem resultar em convites para a ocupação de cargos em órgãos estatais.

Palavras-Chave: jornalismo, assessoria de imprensa, política, redes de relações.

---

<sup>1</sup> Refere-se ao próprio exercício do jornalismo no interior das redações jornalísticas, como editores, colunistas e ou comentaristas de política.

## ABSTRACT

The present dissertation has as object of study the relationship between the journalistic competence<sup>2</sup>, the relationship networks and the insertion of journalists in the Aracaju's politic press office. In the attempt of understanding how this professional is inserted and rises professionally in this space of social communication, we start from the principle that personal and interpersonal ties may constitute a prime resource for entry into the politic press office and the occupation of headship position in communication office in governmental and legislative institutions. In order to do this objective, it was adopted as data collection the biographical research with journalists working in press offices in the political sphere. The empirical universe considered is formed by 10 journalists, wick 04 of them direct sectors in governmental and legislative organizations and the other 06 ones advise politician and parliamentarians. The analysis reveals that the entry of the journalist in the field of politic press in Aracaju, is through nominations made by a friend, a relative, or a professional colleague, a known political, or through personal invitations. It also indicates that the links created through political activism, may result in invitations to occupy positions in state agencies.

Keywords: journalism, media, politics, relationships network

---

<sup>2</sup>Refers to the same exercise of journalism inside of journalistic redactions, as editors, columnists and or political commentators.

## **LISTA DE QUADROS**

**Quadro I**- Espaços de Atuação de Assessores da Comunicação Política em Sergipe - p.50

**Quadro II** - Universo da pesquisa - p.56

**Quadro III**- Perfil dos entrevistados – p. 58

**Quadro IV**- formação escolar dos genitores – p. 63

**Quadro V** – Veículos midiáticos de Sergipe – p. 69

**Quadro VI** - Trajetória profissional e militante dos entrevistados – p. 84

## **LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS**

**ABI** - Associação Brasileira de Imprensa  
**ABONG** - Associação Brasileira de Órgãos não Governamentais  
**AI** – Assessoria de Imprensa  
**AL** - Alagoas  
**ALESE** - Assembleia Legislativa de Sergipe  
**ASCOM** - Assessoria de Comunicação  
**ASI** - Associação Sergipana de Imprensa  
**CC** – Coordenação de Comunicação  
**DEM**- Democratas  
**DEIP** - Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda  
**DIC** – Diretoria de Imprensa e Comunicação  
**DID** - Diretoria de Imprensa e Divulgação  
**DIP** - Departamento de Imprensa e Propaganda  
**DRT** – Delegacia Regional do Trabalho  
**EMSETUR** – Empresa Sergipana de Turismo  
**FENAJ**- Federação Nacional de Jornalistas  
**JC** - Jornal da Cidade  
**MD**- Mobilização Democrática  
**NAC**- Núcleo de Assessoria de Comunicação  
**ONG** - Organização Não Governamental  
**PB**- Paraíba  
**PCB**- Partido Comunista Brasileiro  
**PMA** - Prefeitura Municipal de Aracaju  
**PMDB**- Partido da Municipalização Democrática Brasileira  
**PRP**- Partido Republicano Progressista  
**PSB** - Partido Socialista Brasileiro  
**PT** - Partido dos Trabalhadores  
**SE**- Sergipe  
**SEI** - Serviço Estadual de Informação  
**SECOM** - Secretaria de Comunicação

**SMTT**- Superintendência Municipal de Transportes e Trânsito de Aracaju

**SINDJOR/SE** - Sindicato Dos Jornalistas de Sergipe

**SINJOPI** - Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Piauí

**SNI**- Serviço Nacional de Informação

**STF** - Supremo Tribunal Federal

**UFS** - Universidade Federal de Sergipe

**UNIT** - Universidade Tiradentes

## SUMÁRIO

<b>APRESENTAÇÃO</b> .....	12
1. Objeto de Estudo e Problema de Análise.....	15
2. Encaminhamentos da Pesquisa.....	18
3. Organização Geral da dissertação.....	21
<b>CAPÍTULO I: DO JORNALISMO A COMUNICAÇÃO SOCIAL: SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DA ASSESSORIA DE IMPRENSA</b> .....	25
1.1- Breve Contextualização do Jornalismo Brasileiro.....	26
1.2- Um Diploma em Disputa: Os Embates Legais Sobre a Liberdade de Imprensa X Liberdade de Expressão.....	30
1.3- Dos Estados Unidos Para o Mundo: Origem da Assessoria de Imprensa.....	34
1.4- Desenvolvimento da Assessoria de Imprensa no Brasil.....	37
1.5- Assessoria de Imprensa e Comunicação Política.....	44
1.6- Mobilidade Jornalística: das Redações Para as Assessorias de Comunicação.....	50
<b>CAPÍTULO II: RECURSOS SOCIAIS E INSERÇÃO DO JORNALISTA ARACAJUANO NA ASSESSORIA DE IMPRENSA POLÍTICA</b> .....	55
2.1- Origens Sociais e Percurso Escolar .....	56
2.2- Competência Jornalística e Ingresso em Assessorias de Imprensa Política.....	67
2.3- Paixão Pela Comunicação, Vocação e Competência Jornalística.....	70
2.4 - Militância Associativa e Partidária e Ingresso na Comunicação Política.....	74
<b>CAPÍTULO III: O PAPEL DAS REDES DE RELAÇÕES NA OCUPAÇÃO DE CARGOS DIRIGENTES NA ASSESSORIA DE IMPRENSA POLÍTICA</b> .....	79
3.1- Origens Sociais, Redes de Relações e Ocupação de Cargo Dirigente.....	83
3.2 – Relações Estabelecidas no Exercício Profissional Como Recurso Para a Inserção e Ascensão na Assessoria de Imprensa Política.....	86
3.3- Vínculos Políticos e Ascensão profissional .....	91
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	96
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	99
<b>APÊNDICE I-</b> Questionário de sondagem.....	105
<b>APÊNDICE II:</b> Roteiro de Entrevista.....	106

## APRESENTAÇÃO

Nas últimas décadas do século XX e início do século XXI, a sociedade tem vivenciado uma "explosão" de novas tecnologias, a exemplo da internet que não para de produzir fluxos de informações globalizadas, tornando possível uma maior integração entre os diversos espaços sociais. Esse "boom" tecnológico, junto à modernização dos veículos midiáticos tradicionais (rádio televisão e mídia impressa) proporcionou grandes mudanças na imprensa brasileira, que rapidamente adequou-se ao progresso das novas tecnologias e acompanhou de perto as mudanças sociais, políticas e econômicas. Tais mudanças, aliadas à visão mercadológica da notícia - que passa a ser vista como produto comercial - e à ampliação de departamentos específicos da informação (mídia empresarial, política, sindical, etc.), refletiram categoricamente no jornalismo, transformando não só o seu mercado de atuação, mas também o papel do jornalista na sociedade, o qual saiu da redação e passou a atuar também em outros espaços sociais (DUARTE, 2003).

Vale à pena ressaltar que as mudanças mencionadas refletiram não só no jornalismo, mas também na comunicação institucional (de empresas e órgãos públicos). Pois o setor empresarial percebeu que no mundo globalizado e midiático, a visibilidade positiva na mídia é um importante mecanismo diante da competitividade mercadológica e que a informação passada de forma correta e na hora certa, além de alargar tal visibilidade, colabora para a ampliação de oportunidades de negócios e para o aumento de clientes em potencial. Compreendeu ainda que além de corresponder à agilidade das tecnologias emergentes, teria também que satisfazer a demanda por informação de um público mais exigente. Passando assim, a se preocupar com uma comunicação mais estruturada, realizada por profissionais qualificados e com experiência no setor midiático, encontrando nos jornalistas que atuam como assessores de imprensa, o profissional "ideal" para desenvolver tais atividades (DI BELLA, 2011; MOREIRA, 2007).

Diante deste novo contexto, o jornalista passa a ser visto pelas instituições não apenas como transmissor da notícia, mas também como gestor da comunicação institucional (CHAPARRO, 2003). Ou seja, além de exercer sua função tradicional nas redações (como repórter, editor, apresentador de telejornal e de radiojornalismo, etc.) e no jornalismo online (em sites e blogs) transmitindo informações ao público, ele passa também a atuar na assessoria de imprensa dos setores empresarial, público e político, ou até mesmo assessorando personalidades públicas (políticos e artistas) e ONGS (Organizações Não Governamentais).

Também nomeada de assessoria de comunicação, "designação mais ampla", (TORQUATO, 2002), a assessoria de imprensa é regulamentada pelo Decreto-lei nº 83.284/1979 e é definida pela FENAJ (2007), como um trabalho realizado por jornalistas em órgãos públicos e no setor empresarial, que tem por finalidade enviar rotineiramente informações relevantes, das organizações assessoradas para os veículos de comunicação, as quais poderão transformar-se em pauta jornalística. Ou nas palavras de Lopes<sup>3</sup> é "a gestão dos fluxos de informação e relacionamento entre fontes de informação e jornalistas, mesclando um caráter difusor com um recorte mais estratégico" (2000 apud GLÜER, 2004, p. 01).

A atividade tem suas raízes nas relações públicas, surgiu nos Estados Unidos da América no início do século XX, evoluiu junto com a revolução tecnológica e acompanhou as mudanças sociais, políticas e econômicas, ocorridas nas últimas décadas. Segundo Chaparro (2003), a assessoria de comunicação surgiu como atividade profissional no Brasil, após a II Guerra Mundial e de modo mais preciso, depois que Juscelino Kubitschek elegeu-se presidente em 1955 e investiu amplamente em multinacionais, as quais trouxeram dos Estados Unidos o modelo de assessoria de imprensa que foi implantado no setor empresarial brasileiro. Mas foi somente a partir da década de 1980, que a atividade passou a ser encarada como uma importante opção de emprego para jornalistas desempregados e recém-formados, pois antes era um setor ocupado especialmente por profissionais de relações públicas. A partir de então, a assessoria de imprensa se consolidou como atividade jornalística e atualmente é o setor que mais emprega o profissional de jornalismo no Brasil.

Conforme a Federação Nacional dos Jornalistas (2010), cerca de 60% desses profissionais atuam em algum tipo de assessoria de imprensa ou comunicação. Esse percentual sofre alterações conforme o setor de atuação, chegando a 82% dos profissionais (de jornalismo) que atuam no serviço público, a 73% nas agências de comunicação e a 30% nos departamentos de comunicação das empresas (SCHMITZ, 2011). Outro fator que altera essa estatística é o espaço geográfico, pois conforme a região ou Estado o número de jornalistas que atua em assessorias de imprensa supera a média nacional. Esse é o caso do Rio Grande do Sul, onde segundo dados do Sindicato dos Jornalistas do Estado, 65% desses profissionais estão trabalhando no referido segmento (GLÜER, 2004). O mesmo acontece no Piauí (nordeste), onde segundo o SINJOPI (Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Piauí) 70% da categoria jornalística desempenham a referida atividade (CALAND e LIMA, 2012).

---

<sup>3</sup> LOPES, Marilene. Quem tem medo de ser notícia?. Makron Books, 2000.

Trazendo esta realidade para Sergipe, verificou-se a falta de dados oficiais sobre o número de jornalistas que atuam como assessor de imprensa, pois quando os mesmos registram-se na DRT (Diretoria Regional do Trabalho), não especificam a função. E tanto o SINDJOR (Sindicato dos Jornalistas), quanto a ASI (Associação Sergipana de Imprensa), instituições que representam tais profissionais, até então não se preocuparam em mapear o número de jornalistas que exercem tal função no estado. Porém, a presidente do SINDJOR, Caroline Rejane, afirmou em depoimento, que a maioria dos jornalistas sergipanos desempenha o papel de assessor de imprensa. Pois segundo ela, há no Estado mil e trezentos profissionais registrados na DRT (Diretoria Regional do Trabalho) destes, 77% são filiados ao sindicato (dados referentes ao ano de 2012) e exercem a profissão. Entretanto, o setor midiático em Sergipe é muito restrito e não abarca o número de profissionais disponível no mercado, o que lhe leva a compreender que os mesmos estejam migrando para as assessorias de comunicação. Já que a atividade, tem se expandido de modo considerável tanto no setor empresarial quanto no público, e hoje, não só a as grandes empresas, mas também a maioria dos órgãos públicos sergipanos contam com um assessor de imprensa, que geralmente são jornalistas, assegura Caroline Rejane.

A partir de tais considerações, percebe-se um elevado crescimento deste setor no Brasil, que teve início nos anos 1980, época que a assessoria de imprensa torna-se uma opção de emprego importante para os jornalistas que ficaram desempregados após a greve de São Paulo em 1978, quando ocorreram muitas demissões nas redações e os demitidos encontraram na atividade uma solução para o desemprego, contribuindo assim, para que ocorresse uma grande migração para o outro “lado do balcão” (DUARTE, 2003). E em contra partida, colaborou para um desenvolvimento mais eficaz da assessoria de imprensa e para a estabilização da mesma como atividade jornalística. No entanto, é imprescindível lembrar que essa nova perspectiva de atuação jornalística inicia no mesmo período da reabertura política do país - após longos anos de ditadura militar<sup>4</sup> - fato histórico que influenciou tanto na expressiva mudança social, quanto no desenvolvimento da área da comunicação.

As transformações sociais e políticas ocorridas nesse período, além de devolver a liberdade de atuação da imprensa, provocaram também um crescimento de movimentos sindicais e associações comunitárias que passam a reivindicar os direitos do cidadão, forçando as empresas a estabelecer canais de comunicação com seus públicos, objetivando informar os mesmos sobre seus produtos e consolidar sua relevância no competitivo mercado capitalista.

---

<sup>4</sup> - A ditadura militar iniciou com o golpe militar de 01 de abril de 1964, que resultou no afastamento do presidente do Brasil e os militares assumiram o poder, estendendo-se até 1985.

O que levou as empresas investirem em profissionais qualificados e na melhoria dos seus produtos jornalísticos (informes publicitários, boletins, etc.) (DI BELLA, 2011).

Com a redemocratização do país, o crescimento das novas tecnologias e a necessidade de uma teia de comunicação universal originada pela globalização, as diferentes instituições perceberam que divulgarem as suas atividades e seus produtos com profissionalismo é essencial para a sua sobrevivência. Dentro desse contexto a assessoria de imprensa se moderniza, supera os preconceitos que o "sitiava" - passa de "chapa branca a interlocutora qualificada" (GLÜER, 2004) - e durante a crise econômica dos anos 90 consolida-se como a quarta área<sup>5</sup> de atuação jornalística, desenvolvendo uma atividade de articulação político-institucional nas organizações empresariais e políticas. Assim, ganha participação no planejamento estratégico dos diversos setores governamentais, em campanhas de marketing político e dos comitês eleitorais, além de assumir o papel de mediadora entre as múltiplas esferas políticas (partidos, órgãos públicos, ONGS, associações parlamentares e candidatos) e os veículos midiáticos (DUARTE, 2003; KOPLIN e FERRARETO, 2001; TORQUATO 2002).

## **1. Objeto de Estudo e Problema de Análise**

Esta dissertação intitulada: "Paixão ou Vocação?" Competência Jornalística, Redes de Relações e Atuação na Assessoria de Imprensa Política em Aracaju, tem como objetivo analisar as condições de ingresso e permanência, do jornalista sergipano na assessoria de imprensa política. Objetiva-se especificamente, compreender de que maneira as redes de relações congregadas a competência jornalística, adquirida no exercício profissional em diferentes esferas midiáticas e/ou através do diploma, contribuem para a atuação na assessoria de imprensa de partidos políticos e de parlamentares. Trata-se igualmente de analisar como tais recursos podem se tornar importantes quando aliados a uma trajetória de militância política para a ocupação de cargos dirigentes em diferentes estatais e municipais tais como: secretaria de comunicação (SECOM) do Estado e do Município de Aracaju, direção do departamento de imprensa e divulgação (DID) da Assembleia Legislativa e coordenação do núcleo de assessoria de comunicação (NAC) da Câmara Municipal de Vereadores.

---

<sup>5</sup> - Compreende-se aqui, a mídia impressa, o rádio, a televisão e mais recentemente a internet, como as outras áreas do exercício profissional do jornalismo.

O termo redes de relações tem sido utilizado pelas ciências sociais para designar as interações estabelecidas em diferentes esferas da vida com base em vínculos definidos por afinidades e interesses comuns (BOURDIEU, 1998). A primeira rede de relação do homem é a família, a qual lhe confere a socialização básica que se estende para outras redes sociais de interdependências, tais como: redes de amizades, de gênero, étnicas, econômicas, religiosa, profissional e políticas (BERGER e LUCKMAN, 1996). Neste sentido, Mercklé (2004) define redes sociais "[...] como sendo constituída de um conjunto de unidades sociais e das relações que essas unidades sociais mantêm umas com as outras, direta ou indiretamente, por meio de encadeamentos de extensões variáveis" (p. 4 - tradução livre). Tais unidades tanto podem ser indivíduos, grupos familiares, grupos de amigos, ou organizações empresariais e associativas.

A partir deste contexto, entende-se que analisar a atuação do jornalista aracajuano na comunicação política a partir de sua sociabilidade é (re) colocar no centro do questionamento o elemento básico da sociologia: "a interação social". Pois é através da interação com o outro, que o homem se torna um ser social, que molda alguns dos atributos pessoais determinantes da identificação e reconhecimento social (BERGER e LUCKMAN, op. cit.). A importância das redes de relações na atuação do profissional de jornalismo vem sendo discutida pela literatura francesa e por autores nacionais (NEVEU, 2006; PETRARCA, 2007, 2008, 2009; RIEFFEL, 1984; RUELLAN, 2006), como uma necessidade objetiva e fundamental para a atuação e sucesso profissional do jornalista. Conforme a visão desses autores, o jornalismo é uma profissão que requer do sujeito um carisma especial, um modo particular de fazer amizades e ampliar contatos pessoais, passíveis ou não, de serem utilizados posteriormente como fontes de benefícios profissionais. Desse modo, nota-se que o peso dos laços sociais tem se destacado como sendo fundamental para a prática do ofício de jornalista, pois "a consolidação e a gestão deste capital de relações sociais são fundamentais ao longo da vida profissional, permitindo o acesso à informação jornalística e a ascensão profissional" (Petarca, 2009: 173).

O conceito redes sociais revelou-se assim, de suma importância para a compreensão dos processos sociais e profissionais do jornalista aracajuano, tanto em relação ao acesso as redações jornalísticas, quanto para compreender como se dá a mobilidade das redações para a assessoria de imprensa política. Pois conforme a já mencionada literatura, os laços sociais postos em disposições estratégicas fornecem aos atores informações favoráveis sobre oportunidades de trabalho, que de outro jeito não seria possível. Tais vínculos também podem

ser concebidos como credenciais, que garantem as possibilidades individuais de aceder a recursos disponíveis através de suas redes de relações pessoais, além de reforçar a identidade e possibilitar o reconhecimento entre seus pares e publicamente, no que diz respeito ao direito a determinados recursos. Deste modo, apreende-se que as redes de relações originam específicos tipos de capitais, tornando recurso social e rede de relações indissociáveis.

É a partir de tais reflexões que se insere o problema de pesquisa desta dissertação, a saber: em quais espaços são construídas as redes de relações e como elas influenciam na mobilidade do jornalista aracajuano, das redações para a assessoria de imprensa política? Conforme essa problemática e as ponderações acima percebe-se a necessidade de se levar em consideração o conjunto de inserções nas múltiplas esferas sociais que possibilitam não só a formação de uma ampla rede de relações, mas também permitem o acúmulo de diferentes recursos passíveis de serem convertidos em colocações profissionais e posições hierárquicas na comunicação social. Esferas sociais são entendidas aqui, como um conjunto de espaços organizados, compostos pela esfera familiar, acadêmica, profissional, religiosa e política, onde os autores interagem, constroem redes de relações, se definem e se destacam em relação aos outros. Tais esferas são simultaneamente objetivas e subjetivas e apesar de não ocuparem o mesmo espaço na vida dos sujeitos, interagem entre si. As objetivas correspondem ao campo familiar, escolar, religioso e profissional. Já a esfera subjetiva está relacionada ao espaço em que se escreve a história pessoal de cada indivíduo e a visão elaborada que ele tem sobre si e sobre o mundo, isto é, corresponde a uma estrutura de sentido (BOURDIEU, 1987; DUBAR, 1998; PETRARCA, 2007).

Dado o exposto, parte-se do pressuposto que é o estabelecimento de múltiplas redes de relações originadas nas diferentes esferas da vida (familiar, escolar, profissional, religiosa e política), aliadas ao exercício profissional em díspares espaços das redações jornalísticas (editorias, colunas e comentários políticos) e a militância política, que permitem o acúmulo de recursos imprescindíveis para o ingresso e sucesso desses profissionais na comunicação política aracajuana. No sentido de que esse é um movimento onde são mobilizados e articulados os diferentes recursos angariados através da interação com o outro em diferentes universos sociais durante o percurso biográfico do indivíduo. Pois o processo de formação pelo qual alguém se torna aquilo que é - professor, padre, jornalista ou político - é prolongado e contínuo e ocorre em espaços organizados onde os atores sociais constroem suas posições e se definem uns em relação aos outros (BOURDIEU, 1987; 1998; 2007).

Em conformidade com o pensamento de Legavre (1996), para quem é o acúmulo de diferentes recursos e a combinação entre eles, que torna possível o sucesso do comunicador no universo político, este trabalho busca ainda compreender como o exercício da profissão em editoriais ou colunas políticas em jornais locais, possibilita o acesso a certos recursos que facilitam a entrada e o sucesso do jornalista na assessoria de imprensa política. Destacando também que para o jornalista exercer a sua profissão mobiliza múltiplos recursos, tais como: imagem, redes de relações, prestígio acumulado pelas tomadas de posição, experiência profissional, capital político, formação acadêmica, etc. (NEVEU, 2006; RIEFFEL, 1998; RUELLAN, 2006). Outro ponto examinado refere-se ao valor dado ao saber acadêmico (diploma) para a atuação e ocupação de cargos dirigentes nesse setor. Visto que por ser considerada uma forma específica de recurso de origem cultural, a formação superior se constitui como mecanismo de distinção social e permite usos diferenciados e variadas apropriações a depender "[...] do capital econômico e social que pode ser usado em sua valorização" (BORDIEU, 1987, p. 333). Dependendo também do percurso de cada indivíduo o diploma pode assumir uma maior ou menor relevância no ingresso do sujeito em outra esfera de atuação profissional (CORADINI, 2001).

Dentro desta mesma lógica, averiguou-se igualmente a relação entre as competências jornalísticas e os recursos políticos, na tentativa de compreender se os vínculos com a esfera política podem ser concebidos e transformados em recursos capazes de garantir a ocupação de cargos em secretarias de comunicação e departamentos de imprensa nos setores governamentais e legislativo de Aracaju e do estado de Sergipe. Ou seja, quais associações podem ser feitas entre competência jornalística, sistemas de relações e militância política (partidária ou associativa), para a ascensão na hierarquia da comunicação social, visto que o recurso político é um trunfo, que associado a outros recursos como os de origens e de um nível escolar elevado contribui para o sucesso da passagem “de um grupo a outro” - da comunicação para a política - (LEGAVRE, 1996).

## **2 - Encaminhamentos da pesquisa**

O ponto de partida desta análise consistiu no exame da importância dos laços sociais para a entrada do jornalista sergipano na assessoria de imprensa política em Aracaju. Na tentativa de compreender como esses atores se inserem (ou são inseridos) no referido espaço profissional, procurou-se também identificar os recursos indispensáveis para tal inserção

acessíveis através dos vínculos pessoais. Para que se dê conta empiricamente do objeto de estudo, optou-se pela análise da trajetória social dos referidos atores através da entrevista biográfica, que tem por finalidade obter informações pertinentes à trajetória social, política, escolar e profissional dos entrevistados. Uma vez que através da entrevista biográfica é possível compreender o indivíduo como fruto dos processos múltiplos de socialização (LAHIRE, 2004). Ou seja, os relatos biográficos expressam as reconstruções do passado do sujeito e revelam visões de si e do mundo remetendo a diversos mundos sociais e diferentes formas identitárias (DUBAR, 1998). Desta forma, tal análise implica num processo de compreensão das mudanças sociais, das atividades profissionais, das relações sociais, etc., sucedidas no percurso dos atores.

Assim, a entrevista biográfica foi o principal método utilizado para a coleta de dados, a qual focou as relações entre a história pessoal e profissional, buscando apreender a mobilidade desses atores e o encadeamento das diferentes posições sociais que os mesmos ocupam nas diferentes esferas da sociedade onde estão inseridos, como constroem suas redes de relações e acumulam recursos variados, durante seu trajeto social e profissional. A trajetória de vida do sujeito é composta pela origem sócio-familiar, percursos escolares e carreira profissional. A mesma se configura como uma série de posições sucessivamente ocupadas pelo indivíduo, ao longo da vida, seria assim, o resultado construído e objetivado de um sistema dos traços pertinentes de uma biografia individual ou de um grupo de biografias (BOURDIEU, 1998). Vale notar que a trajetória pessoal, assim como as esferas sociais, apresenta duas dimensões que interagem entre si, a primeira seria a dimensão objetiva - que diz respeito à família, escola, religião política e profissão - visto que todo percurso social tem seu ponto de partida numa realidade prática. A segunda seria a dimensão subjetiva, que está relacionada às visões elaboradas pelo sujeito sobre si e o mundo (DUBAR, op. cit.).

A análise das trajetórias e dos relatos de vida dos assessores de imprensa política foi assim, imprescindível para articularmos as dimensões de ordem objetiva da vida desses produtores de notícia, tais como: atividade ocupacional dos progenitores, escolaridade, posições ocupadas no espaço do jornalismo, cargos na esfera da comunicação política e inserção em outros universos, com suas dimensões de ordem subjetiva (visões sobre o jornalismo e a comunicação social política). Ao fazermos uma análise de trajetória, entramos em contato com as práticas e relações sociais do entrevistado, permitindo-nos estabelecer suas mobilidades social e espacial. Assim sendo, tal análise implica num processo de compreensão das mudanças sociais, das atividades profissionais e das relações sociais nas diferentes esferas

da vida, sucedidas no percurso dos atores, através dos relatos sobre suas origens, sua inserção no espaço jornalístico e as motivações que o levaram a escolha da profissão de jornalista e atuação na área de assessoria de imprensa.

Tomando a análise de trajetória por intermédio da entrevista biográfica como metodologia de estudo, foi possível à apreensão das características sociais, educacional e profissional dos atores em questão, assim como a vinculação dos mesmos com a esfera política. O que nos permitiu compreender como a participação em diferentes espaços sociais possibilitou aos entrevistados o acúmulo de diferentes recursos, a ampliação dos laços sociais e a importância dos mesmos para o exercício da atividade jornalística em assessorias de imprensa de partidos e de parlamentares. Também tornou possível a apreensão da importância dada ao saber acadêmico (diploma) e prático (experiência profissional), para o ingresso e ocupação de posição de destaque, na comunicação política aracajuana. Ou seja, cargos de secretário de comunicação na prefeitura de Aracaju e no Estado e de diretora e coordenadora de imprensa da Assembleia Legislativa de Sergipe e da Câmara Municipal de Vereadores de Aracaju, respectivamente.

A pesquisa realizada no período de 2011 a 2012 tem seu universo de estudo composto por 10 jornalistas que atuam como assessores de imprensa nas diversas esferas políticas (estadual, municipal e partidária) e em assessoria pessoal de políticos em Aracaju. O nosso corpus é formado por quatro jornalistas que ocupam cargos dirigentes em setores governamentais e parlamentares do Estado (o secretário de comunicação de Aracaju e do estado, a coordenadora de comunicação da Câmara Municipal de Aracaju e a diretora de imprensa da Assembleia Legislativa), por três assessores de imprensa pessoal de parlamentares (senador, deputado estadual e federal) e três assessores de partidos político (PT, MD e PCdoB), os quatro primeiros foram escolhidos por ocuparem os cargos mais importantes do setor. Já os outros seis, foi pela disponibilidade em responder a entrevista, sendo que dois deles assessoram os partidos (PT e PCdoB) que até o momento da realização da pesquisa (2011- 2012), exerciam o poder político estadual e municipal.

Outro ancore metodológico utilizado foi à pesquisa por telefone e o envio através de e-mail, de questionários as prefeituras dos municípios sergipanos, além da visita as sedes estaduais dos partidos políticos localizados em Aracaju e aos gabinetes dos deputados estaduais na Assembleia legislativa, onde também foi aplicado o mesmo questionário. Cujos objetivos foram mapear o número de assessores de comunicação política no estado, já que não foram encontrados dados quantitativos sobre os mesmos. Também se lançou mão da pesquisa

bibliográfica, cuja "finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo aquilo que foi escrito sobre determinado assunto" (LAKATOS e MARCONI, 2001, p. 44). Além da documental, a qual consistiu em consultas a produções acadêmicas locais (teses, monografias e dissertações) nos acervos da UFS, consulta nos arquivos da câmara de vereadores e da assembleia legislativa e no diário oficial estadual e municipal, arquivados no Instituto Histórico e Geográfico de Sergipe. Na perspectiva de identificar fatos históricos correlacionados ao universo estudado, assim como a consulta a livros e revistas impressos e online, deste modo o uso da internet foi também um instrumento importante para este trabalho.

### **3- Organização Geral da Dissertação**

A principal meta desta dissertação é demonstrar que o exercício profissional do jornalismo na assessoria de comunicação no espaço político só é possível pelo pertencimento a uma extensa rede de relações pessoais que aliadas à competência jornalística e a um percurso biográfico militante, possibilitam a ocupação de cargos dirigentes no setor governamental. Esses recursos são adquiridos pelo sujeito durante seu itinerário social através da inserção em múltiplos espaços e através de atuações anteriores nas redações jornalísticas (mídia impressa, rádio e TV). Para dar conta dessa análise, esta dissertação ficou organizada conforme explicitado a seguir.

O primeiro capítulo nomeado: Do Jornalismo a Comunicação Social: Surgimento e Desenvolvimento da Assessoria de Imprensa, objetiva examinar as condições históricas, sociais e políticas do surgimento e evolução da atividade de assessoria de imprensa e a emergência desta, como um campo de atuação profissional principalmente para o jornalista brasileiro. No sentido de entender como se deu a constituição deste novo espaço para o exercício do jornalismo, como se estruturou, quais as mudanças que sofreu e onde atua o assessor de imprensa política. Este capítulo divide-se em seis subtópicos, a partir dos quais faremos uma breve contextualização do jornalismo brasileiro, das condições históricas e sociais do surgimento e desenvolvimento da assessoria de imprensa no mundo, enfocando a sua configuração e estruturação como profissão no início do século XX, a partir do trabalho realizado pelo jornalista americano Ivy Lee (KOPPLIN e FERRARETO, 2001), objetivando entender a formação desse espaço profissional.

Destacando ainda o início da atividade no Brasil, centrando na história social da mesma, demonstrando como se deu seu processo de constituição, principalmente na esfera

política. Este enfoque levará em conta as características peculiares da conjuntura política (sistemas de governos ditatoriais e redemocratização) no desenvolvimento desta atividade no país, seja no setor político ou empresarial. Assim como a ocupação pelos jornalistas brasileiros deste mercado, apontando as principais motivações que provocaram ou provocam a mobilidade do jornalista das redações para a assessoria de imprensa, tornando o Brasil um caso único neste segmento profissional (CHAPARRO, op. cit.; DUARTE, op. cit.).

Sublinharemos ainda, as disputas legais que nos últimos anos envolveram a obrigatoriedade ou não do diploma para o exercício da profissão. Do mesmo modo, enfatizaremos os espaços de atuação do assessor de imprensa política e o início da atividade em Sergipe, que contingentes influenciaram o seu desenvolvimento no Estado, como ela está organizada e quais seus espaços de atuação no espaço político sergipano, levando em conta a atuação do jornalista de Aracaju nesse setor. Este capítulo terá por base a pesquisa bibliográfica de atores que abordam a história do jornalismo e da assessoria de imprensa, tais como: Koplín e Ferrareto, (op. cit.); Duarte, (2002; 2003); Chaparro, (2003), Sodré (1999); e outros. Ainda tomaremos como fonte: documentos históricos, trabalhos acadêmicos produzidos aqui em Sergipe, sobre o surgimento e desenvolvimento da assessoria de imprensa no estado e o Diário Oficial do Estado.

O segundo capítulo Recursos Sociais E Inserção Do Jornalista Aracajuano Na Assessoria De Imprensa Política é focado nos determinantes sociais, culturais e políticos que contribuem para a ocupação de um lugar no espaço da assessoria de imprensa política. E tentará responder a seguinte pergunta: como esses profissionais adquiriram, no âmbito de sua trajetória, as competências necessárias para o exercício do jornalismo na assessoria de comunicação no espaço político? Nesta etapa, de maneira mais geral, busca-se investigar as formas de ingresso e a natureza de investimento (curso acadêmico e atuação em diversas redações) no jornalismo.

Neste capítulo faremos uma análise da trajetória dos jornalistas aracajuanos que atuam na assessoria de imprensa política, na tentativa de apreender os contextos de sociabilidade, a partir da inserção desses autores nas diversas esferas sociais (familiar, escolar, profissional, política, etc.), que permitem o acúmulo de recursos passíveis de serem acionados como trunfos para entrada nessa área de atuação jornalística. Pautar-se-á no exame das origens sociais, do percurso escolar (ensino fundamental, médio e superior) e profissional (cargos ocupados no jornalismo: diretor, editor, repórter, apresentador, etc. área de atuação: política, economia, cultura, etc.) e no engajamento e militância política em movimentos

estudantis, associações profissionais, ONGs e partidos políticos. O objetivo é entender de que modo a inserção nas diferentes esferas sociais, possibilita o acúmulo de recursos que facilitam a entrada e crescimento na hierarquia desse espaço de atuação jornalística. O material utilizado como fonte de informações analíticas, é derivado de entrevistas biográficas realizadas durante o ano de 2012, com jornalistas que exercem a profissão na comunicação política e que ocupam cargos dirigentes em instituições governamentais no estado e no município de Aracaju.

O terceiro e último capítulo denominado O Papel Das Redes De Relações Na Ocupação De Cargos Dirigentes Na Assessoria De Imprensa Política procura explicitar através de dados empíricos, que as relações sociais formam um recurso importante tanto para o exercício do jornalismo na assessoria de imprensa política aracajuana, quanto para a ocupação de um posto dirigente nesse setor de atuação jornalística. Na tentativa de entender de que modo os vínculos estabelecidos pelos jornalistas nos diversos espaços sociais (família, trabalho, escola, etc.) determinam a atuação dos mesmos em assessorias políticas, possibilitando indicações ou convites, para a ocupação de pastas nas secretarias de comunicação e núcleos de imprensa em setores da comunicação social governamental e parlamentar. O objetivo deste capítulo é demonstrar a importância das redes de relações para a entrada e crescimento hierárquico na comunicação política aracajuana. Pretende também, explanar sobre como os laços sociais estabelecidos no interior das redações jornalísticas, ou a partir da atuação desses profissionais em editoriais ou colunas sobre política, ocupam um lugar de destaque no momento da inserção do jornalista aracajuano, na assessoria de imprensa política. O material utilizado para análise é derivado de entrevistas biográficas com 10 jornalistas que atuam nesse setor.

A partir deste escopo esta dissertação buscará mostrar através da análise de trajetória dos secretários de comunicação da prefeitura municipal de Aracaju e do Palácio do governo e da análise da diretora do departamento de imprensa e divulgação (DID) da Assembleia Legislativa e da coordenadora do núcleo de assessoria de comunicação (NAC) da Câmara Municipal de Aracaju e de 3 assessores de partidos políticos (PT, MD e do PSB) e 3 assessores de imprensa pessoal de parlamentares (de 1 senador, e 1 deputado federal e 1 estadual). A importância dos laços sociais, aliados a experiência jornalística e militância política para a atuação em assessoria de imprensa política e ocupação de altos cargos em setores governamentais no estado de Sergipe.

Tal atividade jornalística se mostra pertinente como universo de estudo, já que a maioria das instituições governamentais possui um aparato de comunicação, seja uma Secretaria de Comunicação (SECOM), um Departamento ou Núcleo de Imprensa, e são eles os responsáveis por definir e executar as estratégias utilizadas por estas instituições. Além da grande procura dos partidos políticos e parlamentares, por um trabalho especializado de um assessor de imprensa com formação ou experiência jornalística, conforme indica este trabalho. Afora a justificativa anterior, percebeu-se ainda, que realizar esta pesquisa a partir da análise das redes de relações sociais, nos permitiu compreender aspectos fundamentais da construção dos critérios de escolha para o exercício de tal atividade no espaço político de Aracaju.

## **CAPÍTULO I: DO JORNALISMO A COMUNICAÇÃO SOCIAL: SURGIMENTO E DESENVOLVIMENTO DAS SESSORIA DE IMPRENSA**

A origem social da assessoria de imprensa relaciona-se diretamente com a expansão da mídia como espaço de visibilidade pública, ou seja, ela se desenvolveu e se consolidou ao mesmo tempo em que a imprensa começou a se organizar como um novo meio de exibição dos ideais e ações de diferentes atores sociais, instituições e governos. Desde o seu surgimento nos Estados Unidos da América, no início do século XX, ela tem passado por diversas mudanças e cada vez mais desempenha um relevante papel na divulgação de fatos, notícias e acontecimentos do universo empresarial, político e de personalidades públicas (SARTOR, 2011).

No Brasil sofreu com o preconceito e a desconfiança dos jornalistas das redações, até ser reconhecida como uma importante atividade de mediação entre as diferentes instituições e a mídia e por fim se consolidou como mais um campo de atuação jornalística na década de 90 do século passado (KOPPLIN E FERRARETO, 2001), caso único no mundo, já que em outros países o trabalho de relacionamento com a mídia é feito pelo profissional de relações públicas (CHAPARRO, 2003; DUARTE, 2003). Como se deu a constituição deste novo espaço para o exercício do jornalismo? Quais fatores contribuíram para que no Brasil, diferente de outros países, essa atividade se tornasse uma ocupação jornalística? Como ela se estruturou, quais as mudanças que sofreu e onde atua? A partir de que momento a comunicação social assume importância na política brasileira?

O objetivo deste capítulo é apresentar um resgate de fatos históricos que ilustram as condições sociais e políticas do surgimento da assessoria de imprensa, enfocando inicialmente na estruturação do jornalismo como profissão. Em seguida trataremos do surgimento da assessoria de imprensa e sua emergência no Brasil como setor de atuação para jornalistas, demonstrando como se deu o seu processo de constituição, levando em conta as características peculiares da conjuntura política (sistemas de governos ditatoriais e redemocratização), sua influência no desenvolvimento da atividade no país e a inserção do jornalista neste setor da comunicação social. Além disso, demonstraremos como sua estreita relação com a política contribuiu para a estabilização e expansão de seu mercado de atuação na esfera pública.

Destaca também, a desconfiança que marcou uma época do relacionamento entre assessores e jornalistas de redação, provinda principalmente dos períodos ditatoriais, quando as assessorias eram usadas não para dar informações, mas para evitá-las. Por fim, abordaremos o início da atividade em Sergipe, destacando os contingentes que influenciaram o seu desenvolvimento no Estado, como ela está organizada e quais seus espaços de atuação no espaço político sergipano, levando em conta a atuação do jornalista de Aracaju nesse setor. Este tópico terá por base a pesquisa bibliográfica de atores que abordam a história do jornalismo e da assessoria de imprensa, além de documentos históricos e trabalhos acadêmicos produzidos aqui em Sergipe, sobre o surgimento e desenvolvimento da assessoria de imprensa no estado.

### **1.1- Breve Contextualização do Jornalismo Brasileiro**

O jornalismo moderno surgiu no final do século XIX, e de acordo com Chalaby (2003) é considerado uma invenção anglo-americana, já que foram os jornalistas americanos e ingleses que inventaram a concepção moderna de notícia, a qual está centrada na busca da verdade, na objetividade, na informação dos fatos e na prestação de serviço público. Também foram eles que inventaram e desenvolveram as práticas e as estratégias que hoje caracterizam a profissão, tais como a reportagem e a entrevista. A regulamentação da profissão de jornalista é fruto da emergência da autonomia do campo jornalístico, que se distinguiu do campo literário desenvolvendo as suas próprias normas e valores discursivos.

O autor destaca ainda, que a figura do repórter surge por volta de 1870, quando os americanos começam a questionar a fonte em busca da verdade, a tomar notas sobre os eventos, dar a devida importância aos fatos e escrever sem dar sua opinião. O que era uma prática inédita no mundo, pois os jornalistas costumavam relatar o ocorrido sem ouvir as fontes e emitir opiniões pessoais. Esta nova forma de fazer jornalismo foi aos poucos sendo adotada e adaptada pela França, de onde se espalhou para outros países, configurando o jornalismo moderno. Notamos assim, que como uma profissão autônoma o jornalismo se constituiu nos Estados Unidos da América, no final do século XIX, especificamente após a fundação dos primeiros cursos superiores na Universidade de Missouri em 1978 e criação da Escola de Jornalismo da Universidade de Colúmbia em Nova York (PETRARCA, 2007).

O desenvolvimento do jornalismo no Brasil esteve historicamente agregado à esfera política e literária, tendo como marco inicial a vinda da família real para o Brasil no século

XIX. Conforme estudiosos da área, a imprensa brasileira nasceu com o capitalismo, desenvolveu-se lentamente e sempre esteve associada ao interesse de alguma autoridade, de algum intelectual ou de algum grupo com conotação política. Segundo Sodré (1999), o jornalismo brasileiro desenvolveu-se sobre a égide política e por ela foi influenciada durante toda a sua trajetória, ora como defensora e mediadora dos ideais políticos e a população, ora como crítica da política vigente e divulgadora da cidadania. Porém não era só com a esfera política que o jornalismo mantinha uma estreita conexão, mas também com a esfera cultural, por um longo período, jornalismo e literatura se confundiram, portanto, jornalistas e intelectuais exerciam o mesmo papel social. Inicialmente, o ofício de jornalista era "uma atividade secundária que permitia estabelecer uma série de relações, contatos e vínculos que poderiam resultar em uma posição na esfera da política ou na esfera da cultura" (PETRARCA, 2007: p. 60), ou seja, não passava de uma ocupação provisória, que permeava as cobiçadas posições políticas ou literárias.

Essa configuração modificou-se ao longo do século XX com a distinção e estabilização dos campos<sup>6</sup> literários e jornalísticos no país, especialmente a partir do processo de industrialização ocorrido nas primeiras décadas do século, quando a profissão passa a ser vista de modo mais empresarial. Durante esse período, o jornalismo foi constituindo seu espaço com saberes e práticas próprias, com instituições de controle e recursos de legitimação do exercício profissional, a exemplo do diploma (PETRARCA, op. cit.). Contudo, se há uma mudança na relação entre o jornalismo e a literatura, o mesmo não ocorre com a política, com essa há uma imbricação cada vez mais complexa, a qual influencia e controla diretamente o processo de legalização da profissão, através do controle imposto pelo poder estatal, sobretudo nos períodos ditatoriais (LE CAM e RUELLAN, in LEGAVRE, 2004).

Em 1964, quando ocorreu o golpe militar, os meios de comunicação de massa estimulados pela industrialização, pelo desenvolvimento econômico e por fatores políticos, encontravam-se em pleno processo de profissionalização e o jornalismo passava a ser visto como um empreendimento mercadológico (Nascimento, 2008), no entanto, os diversos períodos sob-regime de restrição, principalmente nas fases mais repressivas da Era Vargas (1930-1945) e dos Governos Militares (1964-1984) afetaram de diferentes modos o desenvolvimento da atividade jornalística no país. Isso fica evidente quando observamos que as legislações que regulamentam a profissão, foram instituídas – ironicamente - por governos

---

<sup>6</sup> - Na definição dada por Bourdieu (1997), para o qual, as características próprias da produção jornalística permitem delimitar o jornalismo como um campo social dotado de leis e lógica próprias.

ditadores. Sendo a primeira criada em 1938, através do Decreto-lei nº 910, que fixou a jornada de trabalho em cinco horas diárias e criou os primeiros cursos de Jornalismo, em plena era Vargas<sup>7</sup>. Segundo a FENAJ (2010), a legalização foi desaprovada pelos donos de jornais que fizeram uma forte oposição à iniciativa, levando a mesma ao esquecimento. Foi também nesse momento que a comunicação brasileira liderada pelo rádio e seguida de uma imprensa escrita que se estabilizava, começou a se desenvolver de modo mais efetivo, apesar do controle do Estado Novo<sup>8</sup>.

O peso do Estado fez-se crescente sobre a imprensa com base numa Carta constitucional outorgada no citado período, que tornava a imprensa um serviço público e como tal sujeita ao controle estatal. Com a criação do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) o Estado passa a controlar toda produção jornalística, cultural e de entretenimento, além de produzir conteúdos sobre o governo que eram amplamente divulgados através das rádios e jornais (ADGHIRNI, 2005; FENAJ, 2010; SODRÉ, 1999). Porém observa-se, que a partir da década de 30 do século passado, o jornalismo brasileiro intensifica o seu processo de profissionalização com a criação de sindicatos<sup>9</sup>, legislações, cursos profissionalizantes<sup>10</sup>, exigência do diploma<sup>11</sup>, criação de uma estrutura administrativa e empresarial, a divisão por editoriais nas redações e a implantação do Lead<sup>12</sup> (influência norte-americana).

Na década de 1950, o Brasil passou por grandes transformações econômicas e políticas e a comunicação acompanhou tal processo, passando por intensas mudanças. Após Juscelino Kubitschek ser eleito presidente (1956-1961), o país sofreu um acelerado crescimento industrial, “solidificou o processo democrático e ao mesmo tempo, desenvolveu a indústria cultural” (MENDEZ, 2006 p. 29). Influenciado pela industrialização e pela democracia reinante, o sistema de comunicação se ampliou criando redes nacionais e regionais de comunicação, ao mesmo tempo em que surge a televisão e com ela os alicerces

---

<sup>7</sup> - É como se chama o período em que Getúlio Vargas governou o Brasil por 15 anos ininterruptos (de 1930 a 1945). A era Vargas é caracterizada pela extinção dos órgãos legislativos (federal, estadual e municipal), obstrução das leis que regiam a nação e centralização do poder.

<sup>8</sup> -Estado Novo é o nome do regime político brasileiro fundado por Getúlio Vargas em 10 de novembro de 1937, que durou até 29 de outubro de 1945.

<sup>9</sup> - O Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Estado de São Paulo foi criado em 1937.

<sup>10</sup> - O primeiro curso superior brasileiro de jornalismo é de 1947, da Fundação Casper Líbero, em São Paulo.

<sup>11</sup> - Através do Decreto-lei nº 972 do ano de 1969, acerca do qual ocorrem as disputas judiciais sobre a obrigatoriedade ou não do diploma.

<sup>12</sup> - O lead é a abertura do texto, o primeiro parágrafo, que deve resumir o acontecimento principal da reportagem respondendo a seis perguntas básicas: quem, o quê, quando, onde, como e por quê.

de uma nova concepção de jornalismo, mais comercial, mais moldado na concorrência e mais profissional.

Outro fator importante para as transformações ocorridas na imprensa foi o aumento da profissionalização do setor, que se deu especialmente após a primeira regulamentação do jornalismo através do Decreto-Lei n. 910 de 1938, o qual instituiu as escolas preparatórias para os profissionais da Imprensa e na década seguinte o governo cria o curso superior de Jornalismo através do Decreto-Lei n. 5.480 de 1943, o qual fica sobre a responsabilidade das faculdades de filosofia. Tal fato colocou no mercado, profissionais com uma formação mais especializada e contribuiu para o fortalecimento de um jornalismo mais voltado para a informação, impulsionando a moralização e profissionalização do setor. Em 1961, o presidente Jânio Quadros através do Decreto 51.218, normatizou o Decreto-Lei 910 que restringia a atuação jornalística apenas aos portadores de diploma em curso superior de comunicação social. Fato que desagradou os donos dos jornais, visto que havia nas redações um grande número de jornalistas sem formação e em menos de um ano, conseguiram a revogação do decreto. Sendo agora a vez de a categoria jornalística mobilizar-se, reivindicando a institucionalização da profissão. Com o intuito de acalmar os ânimos, o presidente da república instituiu uma comissão para discutir a legislação, resultando no Decreto 1.177 de 1962, que reinstituíu a formação superior e garantia ao jornalista sem formação, mas que praticava a profissão há algum tempo, o direito ao registro profissional (FENAJ, 2007; 2010).

Entre as décadas de 1960 e 1980, houve alto investimento do governo brasileiro na comunicação de massa, o que contribuiu para a modernização tecnológica e organizacional do setor. Entretanto, se nesse período a imprensa brasileira desenvolveu-se tecnologicamente e por influencia norte-americana assumiu uma mentalidade empresarial tornando-se mais profissional, o mesmo não se pode dizer da liberdade de imprensa e da ampliação mercadológica da mídia, pois reprimida através da censura imposta pelo regime militar após o golpe de 1964, muitas redações foram fechadas e jornalistas violentamente agredidos e impedidos de exercer a função. Segundo Sodré (1999), é a mão férrea do governo ditatorial que assim, como no período getulista, intervém na imprensa e priva a mesma da liberdade de expressão. Com a institucionalização do AI-5<sup>13</sup>, o Estado passa a controlar a imprensa, criando normas a serem cumpridas e definindo o que deveria ou não, ser publicado. Assim,

---

<sup>13</sup> - O AI-5 (Ato Institucional número 5) foi o quinto decreto emitido pelo governo militar brasileiro (1964-1985). É considerado o mais duro golpe na democracia e deu poderes quase absolutos ao regime militar.

vários jornais foram fechados e muitos jornalistas presos, exilados, torturados e até mortos nos porões da ditadura.

Por ironia, a lei que regulamenta o jornalismo foi editada no auge da ditadura militar, quando em 1969, com o intuito de controlar a profissão, o governo ditatorial criou o Decreto-Lei 972, o qual delibera sobre as funções do jornalismo, a remuneração básica e a exigência da formação superior e do registro no Ministério do Trabalho (MT) como pré-requisito para a prática jornalística. Deste modo, mediado pela lei o Estado assumiu o domínio da profissão (LE CAM e RUELLAN, in LEGRAVE, 2004; SODRÉ, 1999). Com a ressalva de que o artigo 4º do Decreto 972, inciso V, que tornava o diploma e o registro profissional obrigatório foi considerado inconstitucional pelo STF (Supremo Tribunal Federal) e revogado em junho de 2009, a referida Lei continua em vigor até hoje, embora o sindicato da categoria venha discutindo a necessidade de instituir uma nova regulamentação que corresponda às demandas atuais da categoria e da sociedade moderna.

Com a redemocratização do país na década de 80, a imprensa livrou-se da censura e reconquistou sua autonomia e a partir de então, influenciada pela globalização e pelo advento de novas tecnologias o mercado jornalístico transformou-se, adequando-se as novas demandas midiáticas e os jornalistas passaram a atuar na comunicação empresarial, política e sindical. Além disso, as oportunidades surgidas na TV por assinatura e internet ampliou a área de atuação desses profissionais. Porém nota-se que mesmo com as transformações ocorridas nas leis que regulamentam o exercício da atividade, a profissão ainda não tem fronteiras<sup>14</sup> bem definidas, seus limites são fluídos em relação ao monopólio da prática e da teoria específica da profissão (NASCIMENTO, 2008).

## **1.2 - Um Diploma em Disputa: Os Embates Legais Sobre a Liberdade de Imprensa X a Liberdade de Expressão**

A evolução do jornalismo no Brasil é assinalada pelas mudanças sociais, políticas e econômicas ocorridas ao longo do século XX, assim como pelo desenvolvimento tecnológico, pela criação de inúmeras faculdades de comunicação social e pelas disputas dos limites legais da profissão. De tal modo, no transcorrer do século passado o jornalismo brasileiro se

---

<sup>14</sup> - Termo utilizado no sentido de Ruellan (1993) que toma o conceito emprestado da geografia para designar a noção de fronteira profissional, que se refere à noção de um território profissional, que ao mesmo tempo é fechado (para produzir a exclusão de amadores) e aberto (para incorporar novas competências e novos atores).

constituiu, foi reconhecido socialmente como profissão e adentrou o século XXI com um discurso pautado na técnica, competência, objetividade e cidadania, acopladas ao discurso do profissionalismo (NASCIMENTO, 2011). Com base no pensamento de Freidson (2001), profissionalismo é entendido aqui, como um evento social que está relacionado ao domínio de uma expertise, ao desenvolvimento de uma ética profissional e ao modo como os atores sociais detentores do conhecimento especializado procuram desenvolver, através de suas redes de relações, mecanismos que lhes possibilitem o controle da prática profissional.

Apesar do processo de profissionalização da categoria ter iniciado no século passado percebe-se que o mesmo ainda não está sedimentado, principalmente quando se compara o jornalismo com profissões tradicionais como medicina e direito, onde só é permitida a prática profissional para os indivíduos diplomados em cursos específicos, o que não ocorre no jornalismo, já que sujeitos formados em diferentes áreas podem exercer a atividade jornalística. Tal constatação, também fica evidenciada nos constantes debates sobre a regulação da comunicação social no Brasil que se tornou recorrente nas discussões sobre a liberdade de imprensa e expressão. Destarte, a profissão adentra o novo século trazendo à tona uma velha questão - a obrigatoriedade ou não do diploma para o exercício do jornalismo - que invade a esfera jornalística e acadêmica, transformando-se em objeto de disputas judiciais e provocando controvérsias dentro da categoria.

Essas polêmicas foram confirmadas no decorrer dessa pesquisa através dos depoimentos dos entrevistados, que quando inquiridos sobre a mencionada questão alguns deles deram depoimentos inflamados sobre a decisão do STF em retirar a obrigatoriedade do diploma jornalístico com pré-requisito para o exercício da função, a exemplo da coordenadora da câmara municipal de Aracaju e da assessora de imprensa do PT, que denominaram a decisão do ministro de “maluquice” e de “vergonhosa”. Além de outros entrevistados que foram bastante enfáticos ao defenderem o diploma como de suma importância para o exercício da profissão e a não obrigatoriedade como um retrocesso. Entretanto, ainda que seja a minoria, há entre os entrevistados os que se colocaram a favor da decisão do ministro, como é o caso do secretário de comunicação do Estado, que apesar de ter formação em jornalismo e um doutorado inconcluso em comunicação, na Espanha, considera a polêmica sobre o diploma jornalístico uma discussão desnecessária, pois não considera o título acadêmico como condição “sine qua non”, para a atuação jornalística, porém acha a formação superior importante. Sobre isso ele dá o seguinte depoimento:

[...] o talento em escrever bem, de saber comunicar ideias e fatos com precisão e ética, universidade nenhuma ensina, ela pode lhe dizer o que é ético, honesto ou não

em uma profissão, mais não torna o profissional honesto ou ético. Pode ensinar as regras textuais, mais o bom uso da palavra, a boa escrita, só a prática ensina. Porém, acho que a formação acadêmica em qualquer área é importante, pois amplia os horizontes do profissional (depoimento do referido jornalista).

O discurso do secretário de comunicação está em consenso com as discussões de autores como Ruellan (2004) e Neveu (2006), que em seus estudos sobre o jornalismo na França, dizem que o diploma não constitui um pré-requisito para o exercício da profissão naquele país. O mesmo ocorre em países como Portugal, Inglaterra e Estados Unidos, onde o jornalismo é exercido por quem se formou em qualquer área do conhecimento, não havendo necessidade de diploma específico. O jornalista Marr da revista Carta Capital diz que “Tudo que o jornalista precisa é ser curioso e saber farejar uma boa história. E mesmo dominando a gramática, só se aprende a escrever escrevendo” (MARR, 2005, apud, CARTA, 2011)<sup>15</sup>.

Como já ressaltado anteriormente, a exigência do diploma para o exercício da profissão de jornalista no Brasil foi criada pelo governo militar através do Decreto-lei nº 972 de 1969, que vigorou até o ano de 2001, quando o Ministério Público Federal ajuizou uma Ação Civil Pública contra tal exigência na Justiça Federal em São Paulo, e a juíza Carla Abrantkoski Rister que julgou a ação e determinou a suspensão da obrigatoriedade do diploma. Determinação essa que prevaleceu até 2005, quando o juiz federal Manoel Álvares avaliou um pedido de revogação impetrada pelo sindicato dos jornalistas solicitando a anulação da sentença, decidiu a favor e restituiu a exigência da habilitação, que vigorou até 2009 quando mais uma vez, por decisão legal o diploma deixou de ser obrigatório (NASCIMENTO, 2011).

Durante este período, a exigência ou não da formação jornalística foi objeto de um amplo debate que envolveu jornalistas, sindicatos e outros agentes sociais. Oito anos depois do início da polêmica - ao menos na esfera judicial - a disputa legal terminou com a tão esperada manifestação do Supremo Tribunal Federal (STF), tendo como relator o ministro Gilmar Mendes, que ao julgar o Recurso Extraordinário nº 511.961, movido pelo Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão no Estado de São Paulo (Sertes) e pelo Ministério Público Federal (MPF), com base na Constituição Federal (CF) e entendendo que o inciso V do art. 4º do Decreto-Lei 972/69, não foi abrangido pela Constituição de 1988 e que num país democrático, a liberdade de expressão não deve ser regulamentada pelo estado o ministro julgou o mesmo inconstitucional e decidiu pela extinção do diploma específico como pré-requisito para o exercício do jornalismo. Deste modo, o STF considerou que o jornalismo é

---

<sup>15</sup> - <http://www.cartacapital.com.br/politica/diploma-de-jornalista-e-idiotice/>

uma ocupação na qual liberdade de expressão e liberdade de profissão tem a mesma natureza, por isso não deve ser restringido por um certificado (ADGHIRNI, 2005; NASCIMENTO, 2011).

A FENAJ (2010) que sempre se posicionou a favor do diploma, considera que o Supremo errou ao confundir o exercício do jornalismo com a liberdade de expressão, pois a liberdade de expressão nada tem a ver com a liberdade de imprensa, já que a primeira é um direito de todos e vai muito além do simples noticiar. Ela enfatiza ainda que a formação superior em Jornalismo é básica na preparação do futuro jornalista diante das novas tecnologias e a regulamentação profissional e a exigência da qualificação em nada impede a liberdade de expressão, afirmação com a qual concorda de 80% dos entrevistados. Segundo Vizeu e Rocha (2010)<sup>16</sup> ter direito a liberdade de expressão não significa ser jornalista e ser jornalista não é o mesmo que se expressar livremente, ou seja, a liberdade de imprensa e a de expressão não são excludentes, já que a liberdade de expressão é fundamental para que exista democracia, enquanto que a liberdade de imprensa, contribui para a livre circulação e socialização de informações e ideias com a preocupação de fiscalizar e controlar o abuso do poder. Desta forma, o reconhecimento da liberdade de comunicação dos veículos não pode ser confundido com a liberdade de expressão dos meios de comunicação.

Segundo Nascimento (2011), entre as questões que permeiam o debate sobre o Decreto – nº 972 destaca-se a questão de que o decreto foi outorgado no período mais sombrio do regime militar, período em que o Congresso Nacional havia sido fechado e foi amparado pela legislação autoritária do Ato Institucional nº 5. Entretanto, os defensores do diploma sustentam que não obstante o caráter autoritário do processo, a exigência de formação jornalística atendeu a uma demanda histórica da categoria, portanto, a sua permanência se justificaria em um regime democrático. Esta tem sido a posição da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), do SINDJOR/SE e demais sindicatos estaduais do país, como foi observado em diversos artigos sobre o assunto publicados na internet. Percebe-se assim, que a referida disputa não cessou com a decisão do STF, ela ainda continua no campo jornalístico e vem envolvendo outras esferas sociais, como a do direito e da política.

Inconformado com a decisão do STF, a FENAJ, motivada pelo interesse em resguardar as fronteiras da profissão e garantir o emprego dos seus associados diplomados, procurou dentro do direito uma solução para o impasse, chegando à conclusão de que se o

---

<sup>16</sup> -[www.observatoriodaimprensa.com.br/.../\\_ed710](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/.../_ed710). Acesso em março de 2013.

Supremo julgou que a exigência do diploma é inconstitucional porque o artigo 4º do decreto 1969, não foi beneficiado pela Constituição Federal de 1988, bastava que um senador apresentasse uma Proposta de Emenda Constitucional (PEC) contendo tal exigência. Assim, naquele mesmo ano de 2009, a PEC do diploma de autoria do senador Antônio Carlos Valadares (PSB-SE), entrou em tramitação, e em agosto de 2012 foi aprovada pelos senadores e aguarda a aprovação da câmara federal. Tais embates jurídicos refletem a complexa relação da profissão de jornalista com o estado e o mercado, além de ilustrar a divergência existente sobre a necessidade de uma formação teórica em jornalismo para o exercício da profissão, dificultando assim a definição de suas fronteiras. Para a FENAJ (2010) restabelecer a obrigatoriedade do diploma representa a valorização de uma profissão e o reconhecimento de sua importância social, o que não afetará a liberdade de expressão que continuará garantida a todos, inclusive com espaço para ser verbalizada nos meios de comunicação.

### **1.3 - Dos Estados Unidos Para o Mundo: Origem da Assessoria de Imprensa**

Nas últimas décadas do século XX e início do século XXI, a mídia tradicional (rádio, televisão e mídia impressa) brasileira, modernizou-se, se adequou ao progresso das novas tecnologias e acompanhou de perto as mudanças sociais, políticas e econômicas. A notícia passa a ser vista como produto comercial e há uma ampliação de departamentos específicos da informação (mídia empresarial, política, sindical, etc.), tais mudanças refletiram categoricamente no jornalismo transformando não só o seu mercado de atuação, mas também o papel do jornalista na sociedade, que deixa de ser apenas o transmissor da notícia e passa igualmente a assumir a função de moderador e gestor da comunicação institucional. Hoje, além de atuar na redação, atua do mesmo modo em outros espaços sociais, tais como as assessorias de imprensa em órgãos públicos, associações, partidos políticos e no setor empresarial (DUARTE, 2003). O jornalismo é assim, uma profissão que tem uma ampla diversidade de atividades, e é dentro deste leque de possibilidades de atuação, que se desenvolveu a assessoria de imprensa.

O surgimento da assessoria de imprensa está intimamente relacionado com o desenvolvimento da sociedade capitalista, a revolução industrial e a modernização dos jornais e revistas ocorridas no século XIX. De acordo com Kopplin e Ferrareto (2001), em decorrência da revolução industrial nasce em meados desse século, inicialmente na Grã-Bretanha e logo depois nos Estados Unidos, o jornalismo empresarial que tinha por finalidade remediar o descontentamento interno que se ampliava dentro das grandes corporações

industriais e como resposta à influência da divulgação dos informativos sindicais. Com o aumento da circulação dos jornais e com a influência que a chamada grande imprensa exercia na opinião popular, vários setores da sociedade perceberam que divulgar seus feitos e opiniões para o grande público através da imprensa era uma necessidade objetiva, começam então a contratar jornalistas para mediar e organizar as informações das organizações e divulgar dos seus produtos e acontecimentos nos veículos de comunicação norte-americanos. Através do sucesso da atividade dentro das organizações assessoradas, outras áreas também se interessaram e adotaram a ideia, levando ao público acontecimentos do mundo empresarial. Para definir a atividade exercida por esses jornalistas, surgiram em 1868 às expressões *press agent* (agente de imprensa) e *publicity agent* (divulgador).

Porém, a ideia sintetizada na frase "The public be damned (O público que se dane)"<sup>17</sup>, que por algum tempo resumiu o mau relacionamento dos grandes empresários com a imprensa da época, ainda prevalecia nos EUA. Essa filosofia só foi modificada efetivamente no início do século XX, através do trabalho idealizado e realizado pelo jornalista americano Ivy Lee, que trabalhava a imagem institucional (Relações Públicas) e divulgação (Assessoria de Imprensa) (KOPPLIN e FERRARETO, 2001). Segundo Chaparro, (in DUARTE, 2003), a sociedade americana passava por tumultuosas greves industriais, os grandes empresários eram detestados pela classe trabalhadora e tinham uma relação conflituosa com o meio jornalístico. Percebendo que em meio a essa crise havia uma excelente oportunidade de negócio, prestar assessoria de imprensa para os empresários com o propósito de melhorar a imagem dos mesmos perante a opinião popular, o jornalista Ivy Lee, deixou então o jornalismo de redação "de lado" e com um afortunado plano de trabalho, abriu em 1906, na cidade de Nova York o primeiro escritório de relações públicas e assessoria de imprensa do mundo.

Para conquistar a confiança da imprensa, ele escreveu e distribuiu aos jornais americanos uma carta de princípios - que serve de base até hoje para os profissionais de relações públicas e para a assessoria de imprensa moderna-, na qual definia um conjunto de regras morais e de éticas, no relacionamento com a imprensa, estabelecendo um pressuposto de confiança entre o profissional de assessoria e a redação jornalística. Com este documento, ele deixou claro que seu papel era informar, "comprometeu-se a fornecer notícias - apenas notícias - e a colocar-se à disposição dos jornalistas, sempre que solicitado, para respostas

---

<sup>17</sup> - Frase atribuída a William Henry Vanderbilt, na época, um dos principais proprietários de ferrovias dos EUA, em resposta a um jornalista ao lhe perguntar sobre as críticas de passageiros a qualidade dos serviços de sua companhia, a qual foi estampada na capa do jornal Time e causou grande repercussão.

honestas e verdadeiras" (GLUER, 2003, p. 07). Assim, ele conseguiu convencer a imprensa que seu trabalho era sério, honesto e profissional, tornando uma imprensa antes hostil, favorável ao setor empresarial. A partir de então seu escritório passou a fornecer aos jornais americanos, informações empresariais que eram divulgadas noticiosamente e não mais como anúncios ou matérias paga. (CHAPARRO in DUARTE, 2003).

Tendo como principal cliente o detestado empresário John Rockefeller, fundador da indústria de combustível e ferro Standard Oil e conhecido como "o mais impopular homem de negócios dos Estados Unidos" (CHAPARRO, in DUARTE, 2003, p.34), Ivy Lee assumiu o compromisso de transformar a imagem negativa que os americanos tinham do empresário em uma imagem positiva. Ou seja, conseguir o "milagre de que o velho barão do capitalismo selvagem, de odiado, passasse a ser venerado pela opinião pública americana" (ibidem, p. 34). E por meio de uma bem sucedida campanha publicitária, o jornalista restaurou a imagem pública e a credibilidade de Rockefeller, transformando o mais detestado empresário americano, em um aplaudido bem feito da humanidade<sup>18</sup>.

Convém ressaltar, que apesar de Ivy Lee ser considerado o fundador da assessoria de imprensa, seu trabalho não foi pioneiro nesse campo, conforme Kopplin e Ferrareto (2001), o pioneirismo fica por conta de Phineas T. Barnum, dono do Circo Barnum, após a guerra civil americana (1861 - 1865), ele promoveu no ano de 1868, uma campanha publicitária para divulgar os espetáculos e artistas de seu circo, através de anúncios em jornais e da distribuição de panfletos ao público, com o objetivo de despertar a curiosidade das pessoas sobre os shows de sua companhia e atraí-las até o circo. Dessa forma ele criou a imagem da sua instituição, como sendo a que possuía os melhores animais e artistas e que promovia os melhores espetáculos, sendo assim, considerado como o precursor da assessoria de imprensa.

Há também registro de atividades semelhantes no setor político ainda na segunda metade do século 18, embora que mais tímidas. Conforme a literatura pertinente, no ano de 1772, quatro anos antes da proclamação da independência dos Estados Unidos, um grupo de revolucionários americanos liderados por George Washington, se preocupou com a divulgação de informações oficiais e contratou o escritor e editor Samuel Adams para desenvolver um trabalho que mesclasse elementos do jornalismo com os da divulgação, com o objetivo de propalar os ideais revolucionários do grupo que lutava pela independência dos Estados

---

<sup>18</sup> - Orientado por Lee, Rockefeller colaborou com investigações que envolviam sua empresa, criou numerosas fundações de interesse público, entre as quais a Fundação Rockefeller para Pesquisa Médica. Gerando assim, notícias positivas a seu respeito. Foi a partir daí que o maior empresário da época acabou reconhecido como "benfeitor da humanidade" (CHAPARRO, in DUARTE 2003).

Unidos. Mais tarde, em 1829, Amos Kendall desenvolveu o que pode ser considerada a primeira assessoria de imprensa governamental, quando durante o governo de Andrew Jackson, organizou o *The Globe*, criando o primeiro setor de imprensa e relações públicas da Casa Branca, considerado por muitos como o primeiro house-organ do mundo (KOPPLIN E FERRARETO, 2001).

Entretanto, apesar de todas essas iniciativas, foi depois do sucesso obtido por Ivy Lee, em seu trabalho para o empresário Rockefeller, no início do século XX, que as assessorias de imprensa começaram a se desenvolver e diversas empresas e órgãos públicos americanos passaram a adotar os seus serviços como uma necessidade estratégica. A qual se consolidou como uma atividade da comunicação social e dos Estados Unidos se disseminou para o mundo. No campo político, se estabilizou durante a primeira e segunda guerra mundial, quando os países aliados desenvolveram um setor de comunicação específico para a divulgação de informações à população sobre suas tropas. Nascendo assim os primeiros moldes de uma assessoria de imprensa para auxiliar o governo, desde então ela se desenvolveu e espalhou-se nos setores governamentais na maioria das nações.

Nas décadas de 1940/1950, já existiam registros dessa atividade em vários países, entre eles França, Canadá, Itália, Holanda, Bélgica, Alemanha, Suécia e Noruega. A partir de então, com a globalização e o avanço tecnológico, a comunicação conheceu no curso das últimas décadas uma irresistível ascensão, invadindo todos os lugares onde a vida social se organiza. As empresas, as administrações, os partidos políticos e as associações de toda espécie, estão na origem de um fluxo incessante de informações, que têm como destinatários a mídia e a opinião pública (CHAPARRO in DUARTE, 2003; GLÜER, 2003; KOPPLIN E FERRARETO, 2001).

#### **1.4 – Desenvolvimento da Assessoria de Imprensa no Brasil**

Os primeiros passos da assessoria de imprensa brasileira foram dados na esfera governamental, quando em 1909 o então presidente Nilo Peçanha preocupou-se com as divulgações jornalísticas sobre as ações do Ministério da Agricultura, Indústria e Comércio e criou a Seção de Publicações e Biblioteca, que integrou serviços de atendimento, informação e propaganda. O setor era responsável por reunir e divulgar informações à imprensa através do Boletim do referido ministério, essa foi a primeira iniciativa voltada para a comunicação social com características semelhantes à assessoria de imprensa brasileira praticada nos dias de hoje, é o que afirma Kopplin e Ferrareto (2001).

O departamento sofreu diversas mudanças e em 1915 tornou-se o Serviço de Informações, que tinha por objetivo divulgar através da imprensa notas informativas que contribuiriam para o desenvolvimento nacional. Os serviços de divulgação do governo logo passaram a ser organizados em níveis federais e estaduais por meio de redatores que produziam e distribuíaam textos para a imprensa pelos gabinetes e bureaus de imprensa instalados em órgãos governamentais (DUARTE, 2003). Nesse mesmo período, mais especificamente na década de 1914, a empresa canadense de eletricidade The São Paulo Tramway Light and Power Company Limited, hoje Eletricidade de São Paulo S.A. (Eletropaulo), criou o primeiro departamento de relações públicas que foi organizado e comandado por Eduardo Pinheiro, considerado patrono das relações públicas no país (KUNSCH, 1997). Em 1926 a General Motors cria o primeiro jornal empresarial, porém é só a partir da década de 50 que a comunicação empresarial deslança.

Na década de 1930 se inicia no país a “revolução industrial brasileira”, época que o governo passa a priorizar investimentos no setor industrial, e multinacionais começa a se instalar no Brasil. É também nesse período que o governo brasileiro passa a se preocupar efetivamente com a divulgação de seus atos e em 1931, a comunicação política e governamental inicia uma nova fase, quando o presidente Getúlio Vargas sob o Governo Provisório estrutura o Departamento Oficial de Publicidade (DOP), com o objetivo de divulgar as ações governamentais na imprensa nacional. O qual posteriormente passou a se chamar de Departamento de Propaganda e Difusão Cultural (DPDC) e mais tarde de Departamento Nacional de Propaganda (DNP), até que finalmente, em 1939 passa a se chamar de Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP).

Em 1937, Getúlio Vargas instaura o Estado Novo e entre 1939 e 1945 criou oficialmente um serviço de atendimento à imprensa, ligado ao gabinete civil e por meio do Decreto número 3.371 instituiu "o famigerado DIP, que controlava a imprensa e o rádio e baixava lista de assuntos proibidos" (SODRÉ, 1999, p. 384). O DIP também tinha o objetivo de divulgar os atos do presidente e as obras realizadas naquele período, sob o comando do sergipano Lourival Fontes que era jornalista, advogado e diplomata e para quem a propaganda possuía um papel missionário e essencial para o governo centralizador do Estado Novo. A partir dessa visão, ele tentou implantar um sistema de propaganda política semelhante ao dos grandes regimes totalitários da Europa (o nazismo de Hitler e o fascismo de Mussolini) criando nos estados os Departamentos Estaduais de Imprensa e Propaganda (Deips), uma extensão do DIP em cada Estado. Com os dois departamentos o governo centralizador, além

de distribuir vastamente através do rádio e de jornais notícias e propagandas que enalteciam o presidente da república e seus atos, conseguiu constituir uma grande estrutura de manipulação da opinião pública através da censura, fiscalização e controle legal do que era divulgado pela imprensa. No entanto, apesar da censura, ocorreu um elevado desenvolvimento da imprensa, devido ao emprego de altos recursos governamentais na publicidade dos atos oficiais, garantindo assim, a expansão do setor. Foi também durante o governo centralizador de Vargas que foi criado o primeiro curso superior de Jornalismo no Brasil (DUARTE, 2006; MAYNARD, 2000).

Data também desta mesma época o primeiro trabalho voltado para a comunicação política de Sergipe, quando a propaganda política sofreu considerável valorização no país, e foram instalados nos estados os DPDE (Departamento de Propaganda e Divulgação Estadual), assim, o mês de fevereiro de 1939 foi um marco na propaganda estatal sergipana com a criação do referido órgão, o qual foi comandado pelo primeiro locutor sergipano João Marques Guimarães. Em 1941 o DPDE, foi substituído pelo DEIP (Departamento Estadual de Imprensa e Propaganda), cujas atribuições eram promover, centralizar e coordenar a propaganda geral do Estado, realizando campanhas de defesa e divulgação. A sede do DEIP funcionava no Salão Nobre da Biblioteca Pública e gerenciou a comunicação sergipana até os primeiros meses de 1945, quando a primeira guerra mundial trouxe a abertura política e contribuiu para a extensão do DIP e dos DEIPs estaduais (MAYNARD, 2000; VIEIRA, 2006).

Após a II Guerra Mundial, a eleição de Juscelino Kubitschek a presidente e a implantação do plano de metas<sup>19</sup>, houve um acelerado desenvolvimento da indústria brasileira que passou a ser liderada pelo capital estrangeiro, atraídos pelas vantagens oferecidas pelo governo do presidente JK (como ficou conhecido Juscelino Kubitschek) instalaram-se no país as primeiras montadoras de veículos automotores, assim como Fábricas de produtos de higiene. E por consequência, as atividades de comunicação empresarial começaram a se desenvolver no mesmo período, conforme o modelo das agências de propaganda dos Estados Unidos. Surgindo assim, as atividades de relações públicas e as práticas de assessoria de imprensa no setor empresarial, que foram sendo adotadas aos poucos por empresas nacionais e pela administração pública.

Desta forma, percebe-se que apesar de algumas experiências anteriores, a divulgação institucional brasileira tal como é concebida hoje, desenvolveu-se por volta dos anos 50 com o

---

<sup>19</sup> - O plano de metas proposto por Juscelino Kubitschek para o período de 1956-1960 continha um conjunto de 31 metas, incluindo a construção de Brasília e tinha por objetivo fazer o Brasil crescer 50 anos em 05.

modelo de comunicação trazido por empresas estrangeiras, principalmente americanas. Sobre o período, Kunsch (1997) afirma que as multinacionais trouxeram consigo uma cultura de valorização da comunicação, sobretudo das áreas de propaganda, publicidade e relações públicas. Em 1951, a Companhia Siderúrgica Nacional, em Volta Redonda, RJ, constituiu o primeiro Departamento de Relações Públicas autenticamente nacionais. A primeira empresa seria a Companhia Nacional de Relações Públicas e Propaganda. Fundada em 10 de outubro de 1952, em São Paulo, por Inácio Penteado da Silva Teles e Romildo Fernandes, pioneira na prestação de serviços de comunicação social no Brasil.

Em 1960, após o golpe militar, a exemplo do DIP criado no período getulista, o governo militar criou também seu próprio órgão de divulgação oficial que tinha o status de ministério, a Aerp - Assessoria Especial de Relações Públicas da Presidência da República, cuja função era soltar boletins prontos com mensagens positivas sobre o governo para serem divulgadas pela mídia. Conforme Chaparro (2003, p.42), eram criadas e difundidas “verdades” oficiais, que eram utilizadas como “modelo para governos estaduais e municipais, bem como para empresas de grande porte, em particular as estatais”. A ideia era o governo ditatorial se comunicar com a sociedade e com a imprensa para camuflar seus desmandos e mostrar que estava trabalhando pelo progresso do país.

Os jornalistas “eram generosamente solicitados a ocupar o espaço crescente das assessorias de imprensa, sob a tutela formal e/ou cultural de departamentos de relações públicas para trabalhos que nem sempre exigiam a presença física” (CHAPARRO, 2003: p. 44). Surgiu assim, um novo setor de atuação para os jornalistas que devido aos baixos salários pagos nas redações iniciaram uma dupla jornada entre redação e assessoria de imprensa, como na maioria das vezes nem sequer era preciso deixar as redações para atuar como assessor em departamentos governamentais, era comum o jornalista transitar entre governo e a imprensa numa tentativa de complementar a renda, o que evidentemente comprometia a notícia e ajudou a denegrir a imagem dos assessores de imprensa, em especial os ligados aos órgãos públicos, principalmente após o AI-5 (DUARTE, 2003). Pois esses profissionais também tinham que barrar o trabalho da imprensa mesmo que fazendo parte dela, o que contribuiu para o surgimento do preconceito contra os jornalistas que trabalhavam em gabinetes governamentais surgindo assim, o termo “chapa branca”, para denominar os mesmos.

O jornalista que ocupava essa função (de assessor do Governo) - muitas vezes constrangido e acanhado pelas circunstâncias - desempenhava um papel absolutamente oposto às regras básicas da atividade. Em vez de agendar entrevistas, encarregava-se de desmarcá-las e impedi-las; em vez de liberar informações, era obrigado a cerceá-las; em vez de abrir, tinha invariavelmente de fechar portas para seus colegas dos jornais, revistas, rádios e televisões. (VIVEIROS & EID, 2007, p.39).

Influenciados pelo modelo de comunicação empresarial americano, José Rolim Valença e José Carlos Fonseca Ferreira, vindos, respectivamente da Ford e da agência de propaganda Thompson, criaram em São Paulo, no ano de 1962, a primeira consultoria de relações públicas brasileira (AAB) e de acordo com Chaparro (2003) a partir de 1964, com o elevado crescimento das relações públicas no Brasil, generalizou-se também, a prática de assessoria de imprensa, tanto na iniciativa privada quanto no serviço público. E, do mesmo modo como ocorreu nos Estados Unidos, as duas atividades atraíram muitos jornalistas. Entretanto, apesar da prática de assessoria de imprensa já vim ocorrendo há algum tempo nos setores públicos e de modo mais recente no setor empresarial, apenas na década de 70 o termo assessoria de imprensa passaria a ter um significado mais próximo ao que se conhece nos dias de hoje.

Em 1971, os jornalistas Reginaldo Finotti e Alaor José Gomes fundaram a Unipress, assessoria da Volkswagen, que trouxe uma nova proposta de assessoria de imprensa e tornou-se modelo para as que surgiram posteriormente. Eles passaram a trabalhavam indo de redação em redação para divulgar as novidades sobre a empresa, fazendo com que as informações chegassem de maneira mais rápida e fácil a imprensa. Segundo Duarte (2003), em 1975 a Unipress cujo objetivo principal era a produção de publicações institucionais, chegou a ter cerca de 10 clientes e 45 jornalistas como funcionários, o que se tornou um grande feito na época e mesmo com o preconceito que havia em relação aos jornalistas que prestavam esse tipo de serviço, pois o jornalista-assessor não era bem visto nas redações, mais mostraram que desenvolvia um trabalho útil e conquistou espaço e respeito, tanto dentro das instituições públicas e privadas, quanto nas redações.

Assim, nos anos de 1970, dá-se rápida expansão das assessorias de imprensa como mercado de trabalho jornalístico, mas ainda sobre o impacto do controle da informação para a opinião pública, num sistema implantado pelo governo ditatorial, o que ainda provoca certa resistência desses profissionais em atuarem nas assessorias por causa do preconceito que predominava nas redações. Porém, no ano de 1979, conforme afirmam Kopplin e Ferrareto (2001) e Glüer (2004), ocorre uma greve histórica do sindicato dos jornalistas de São Paulo, que acaba sendo considerada ilegal pela justiça e provoca um grande número de demissões nos principais meios de comunicação paulista, deixando muitos profissionais experientes desempregados, os quais migram para as assessorias de imprensa como alternativa ao desemprego. Gerando uma significativa mudança no segmento jornalístico, que sai da redação e passa também a atuar como gestor da comunicação institucional.

Nesse mesmo período o militarismo começa a demonstrar sinais de enfraquecimento e durante o governo do General João Baptista de Figueiredo (1979-1984) se inicia o processo de mudança para as vias democráticas. Teria surgido na época um novo comportamento institucional por parte do governo, das organizações em geral e principalmente da sociedade, que esgotada com o autoritarismo exige transparência, impulsionando a ampliação do movimento sindical que reivindica os direitos do cidadão e do consumidor. O que leva as corporações a assumirem uma atitude high profile para comprovar sua idoneidade (KUNSCH, 1997). É nesse contexto que surge um novo agente da assessoria de imprensa - o jornalista com experiência midiática - que contribuiu para o desenvolvimento e ampliação da atividade em diferentes esferas sociais e a partir do fim dos anos 70 até hoje, a atividade acompanhou diversas crises econômicas no país, altos e baixos de companhias e organizações, presidentes com perfis diferentes e acima de tudo, clientes cada vez mais exigentes. Assim, superou preconceitos, passou de "chapa branca a inter-locutoura qualificada" e se consolidou como uma das áreas de atuação do jornalista brasileiro, assumindo uma função cada vez mais estratégica na gestão e divulgação de notícias de empresas, ONGs, partidos políticos e instituições públicas, servindo de elo entre a mídia e seu assessorado (DUARTE, 2003; GLÜER, 2004; KOPLIN E FERRARETO, 2001).

Nos anos 80, com a redemocratização do país, a volta da liberdade de imprensa e o surgimento da globalização, a atividade ganha um espaço maior no setor empresarial, onde os negócios tornam-se transnacionais e, na expressão de Torquato (2001), surge a necessidade de uma "teia de comunicação global". Deste modo, as fontes que antes retinham informações percebem a importância de criar e divulgar conteúdo para seus diversos públicos. Notaram ainda, que dessa troca com seus diversos públicos, inclusive com a imprensa - que finalmente deixou de ser tolhida - dependiam seus negócios, sua sobrevivência em um mercado cada vez mais acirrado, aumentando a necessidade de uma comunicação melhor gerenciada, surgindo assim, uma maior demanda pelo profissional especializado para mediar à relação entre a mídia e as instituições.

No mesmo período os jornalistas começaram a se reunir para trocar experiências e opiniões sobre o novo setor de atuação e compreenderam que havia a necessidade de estruturar a atividade e em 1985, criaram o Manual de Assessoria de Imprensa, que foi elaborado a partir de um trabalho conjunto no Encontro Nacional dos Jornalistas e Assessoria de Imprensa (ENJAI). A última edição do Manual, lançada em 2007, possui um texto que afirma que após a extinção do regime militar, os órgãos brasileiros, tanto públicos quanto

privados, não podiam mais permanecer na penumbra sem prestar contas de seus atos à população e destaca que:

A informação de qualidade costuma ser uma ferramenta fundamental para todo e qualquer veículo de comunicação. Nesse sentido, o preparo das fontes/empresas/instituições para produzir informação qualificada, passa obrigatoriamente pela contratação de um jornalista. Esse profissional que compreende e conhece as peculiaridades das redações e sabe captar o que é de interesse dos veículos e da sociedade, poderá atuar de forma eficiente para projetar a importância do trabalho de determinada fonte/empresa/instituição ( p. 14).

Com a publicação do manual, há uma ruptura definitiva entre a assessoria de imprensa e a atividade de relações públicas. Assim, o Brasil passa a ser o único país no mundo onde o jornalista pode exercer a atividade de assessoria de imprensa e de jornalista simultaneamente, já que tanto os países europeus, quanto os demais países americanos não consideram a assessoria de imprensa como atividade jornalística e se o jornalista passar a exercer tal atividade é obrigado a deixar o jornalismo (CHAPARRO in DUARTE, 2003). Atualmente, em nosso país, mais da metade dos profissionais formados em Jornalismo atuam em algum tipo de assessoria de imprensa, seja organizacional, institucional ou empresarial, situação que pode sofrer variações dependendo da região.

Em alguns estados do nordeste, tais como o Piauí, onde segundo o SINJOPI (Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Piauí) 70% da categoria jornalística desempenham a referida atividade (CALAND e LIMA, 2012) e o Ceará, que conforme o Sindicato dos Jornalistas estima-se que 60% dos profissionais desse setor do estado trabalhem em algum tipo de assessoria, mas não é só no nordeste que a maioria dos jornalistas exerce atividades de assessoria, o mesmo ocorre nas demais regiões do país, a exemplo do Rio Grande do Sul, onde segundo dados do Sindicato dos Jornalistas do Estado, 65% desses profissionais estão trabalhando no referido segmento (GLÜER, 2004). O mesmo acontece no

Hoje, as atividades de assessoria de imprensa no Brasil são utilizadas pelas organizações para aperfeiçoar os fluxos de informações com seu público interno e externo: O desempenho das AI's estimulou o surgimento de empresas de variados setores atuando como produtoras de conteúdo para a imprensa, auxiliando, assim, na qualidade e variedade da informação repassada ao público. Essas estão presentes em empresas de variados portes, uma vez que todas as organizações necessitam de uma comunicação competente para sustentar seu espaço no mercado. Essa comunicação deve ser planejada estrategicamente, ou seja, diferenciada para cada tipo de organização. E, segundo Torquato (2002), não importa se o sistema de comunicação é simples ou complexo, "o produto só passa a existir quando aparece

nos cartazes publicitários, outdoors, no rádio, na TV e na internet. Por isso, no momento em que uma empresa passa a existir, surge sua necessidade de comunicação." (p. 83).

### **1.5 – Jornalismo, Assessoria de Imprensa e Comunicação Política**

No decorrer desta dissertação tem-se observado que a partir do governo de Getúlio Vargas, se firmou no Brasil uma forte relação entre a esfera política e a midiática, que vai desde a disputa eleitoral até o exercício governamental, conferindo características distintas às organizações públicas e privadas. Nota-se também que a partir da década de 80 com a redemocratização do país e abertura política, foi iniciada uma nova fase na comunicação governamental sendo instaladas nas repartições públicas, através da lei nº 2.523 as assessorias de comunicação em substituição a AERP e atualmente a maioria dos órgãos governamentais possui um aparato de comunicação, seja uma Secretaria de Comunicação (SECOM) ou assessoria, e são elas as responsáveis por definir e executar as estratégias de comunicação utilizadas pelas instituições governamentais (FARO, apud BARBOSA, 2007, p. 196).

A relação entre a comunicação e a política evoluiu junto com o progresso tecnológico e hoje, a mídia “tornou-se o principal instrumento de contato entre a elite política e os cidadãos comuns” (MIGUEL e BIROLI, 2010: p. 7), transformando não só a relação entre os políticos e os eleitores, mas também o modo de ingresso na vida pública. Pois conforme os citados autores, na sociedade contemporânea a visibilidade midiática tornou-se componente importante na produção de capital político, isto é: está presente de forma positiva nos meios de comunicação, é uma qualidade essencial para o acesso às posições hierárquicas, assim como um fator decisivo para o sucesso ou o fracasso político. Desta forma, os veículos de comunicação são utilizados não só no sentido de mobilização eleitoral e busca de autorreconhecimento, mas, sobretudo na busca de uma visibilidade que garanta credibilidade perante o público, pois os "atores políticos dependem de sua imagem pública e de legitimação junto à opinião pública, essa construção está intimamente ligada à relação com a mídia na sua mediação" (CHAMPAGNE, 1998: p. 119).

O sociólogo Pierre Bourdieu (1997) fez uma breve abordagem sobre o impacto da mídia no campo político e alertou para o peso excessivo dos meios de comunicação de massa na formação das reputações políticas. Já Scotto (2003) observa que há um processo de "mercadologização" da política - ou "despolitização" - na medida em que não se discute mais programas e ideias, mas, sim, vendem-se candidatos como se fossem "sabonetes". Remy

Rieffel (2004) no livro *Sociologia dos Media*, aborda essa temática como sendo a mediatização da vida política. Segundo ele na sociedade atual há uma intensa e regular utilização dos recursos midiáticos (jornais, revistas, rádio, televisão e internet) por parte da classe política, configurando assim, um fator imprescindível para os desafios atrelados à evolução das democracias contemporâneas. Neste sentido, Torquato (2002) afirma que a comunicação deve ser vista pelo estado como essencial na constituição da cidadania.

A comunicação como base de cidadania, deve ser entendida como um dever da administração pública e um direito dos usuários e consumidores dos serviços públicos. Sonegar tal dever e negar esse direito é um grave erro das entidades públicas. Os comunicadores precisam internalizar esse conceito, na crença de que a base da cidadania se assenta também no direito à informação (p. 122).

Percebe-se assim, que o desenvolvimento de uma política de comunicação é essencial para os governos, pois “A comunicação governamental é uma necessidade social, mais que uma infraestrutura de sustentação do poder. Por sua rede, os segmentos sociais tomam conhecimento dos acontecimentos dos diversos setores do governo” (Op. Cit, p. 44) e versa sobre diferentes ações e técnicas de comunicação ligadas ao poder executivo e legislativo, tanto no setor estadual, municipal ou federal. Entretanto, a informação precisa ser gerida com cautela por profissionais qualificados, e é essa necessidade de organizar o conteúdo midiático que gera a demanda de habilitações e serviços especializados voltados para a comunicação de massa, o que torna relevante a presença do jornalista nas assessorias de imprensa, que passa a ser considerado um profissional de necessidade estratégica para as decisões política.

A assessoria de imprensa no universo político é um setor especializado que tem pretensão tanto dar visibilidade às ações da administração pública e de seus gestores, como prestar esclarecimentos à imprensa e a sociedade dos atos de partidos e de políticos, assim como prover de modo sistemático a comunicação de massa transmitindo as informações conforme os moldes da mídia moderna e com a habilidade exigida pelas novas tecnologias, garantindo ao assessorado a tão valorizada notoriedade midiática (GOMES, 2004, MIGUEL e BIROLI, 2010). Assim sendo, percebe-se que o jornalismo é uma ferramenta à disposição da máquina governamental e da política, a qual é utilizada por essas esferas para levar suas mensagens ao público através da comunicação de massa. Em sentido semelhante, Rieffel que realiza importantes estudos sobre o jornalismo francês (1998, apud RUELLAN, 2006), destaca como a visão do profissional de jornalismo está a serviço dos diferentes poderes, inclusive o político e afirma ainda, que isso acontece graças à grande influência que a visão especializada desse profissional exerce na sociedade.

A comunicação governamental é formada por uma vasta rede formal inserida nas

organizações públicas e tem como tarefa primordial levar ao público fatos significantes ocorridos nesse universo. E pode ser entendida como as diversas modalidades de comunicação entre o estado (e suas ramificações) e a sociedade, tendo como objetivo tornar mais aberta e eficiente as relações entre o governo e os cidadãos (TORQUATO, 1985). A dinâmica do sistema comunicacional na esfera pública se vale das mais diferentes habilitações do campo da comunicação social: jornalismo, relações públicas, publicidade, propaganda e marketing, além de ações da comunicação informal. Ou seja, existe um imenso aparelho comunicacional utilizando vias impressas e eletrônicas, para contribuir num determinado projeto de Governo. Para Farias (2008, apud Duarte 2012), o relacionamento do setor governamental com a mídia pressupõe não apenas o fornecimento de informações, mas a composição de um mosaico de ações que visam manter uma boa imagem e a reputação ilibada das fontes (organizações e pessoas) perante o público.

Por isso, a assessoria de imprensa política vai além da redação de releases, artigos, clipping, acompanhamento de entrevistas e contatos com jornalistas; agrega também atividades estratégicas como planejamento, gestão de crise, mídia training (capacitação das fontes e porta-vozes), administração do dia-a-dia da campanha, criação e manutenção de web sites e produção para a comunicação de massa. Além da veiculação de conteúdos, mensagens e matérias na esfera midiática, alcançando todos os nós das diferentes redes de comunicação (GOMES, 2004). Monteiro (2009, p. 38-39) nota que a comunicação pública "responde à obrigação que as instituições públicas têm de informar o público", estabelecendo uma relação de diálogo; apresentando e promovendo os serviços; divulgando as ações cívicas e de interesse público, enquanto a "comunicação política" - costuma ser mais relacionada ao discurso e atividades de políticos em cargos eletivos e partidos políticos e nisso há de se diferenciar de "marketing político", associado ao processo eleitoral. Pois diferente do "marketing político", a assessoria de comunicação ou imprensa realizada por jornalistas é um trabalho permanente, que vai além dos períodos eleitorais e mais do que um consultor de imagem ou de campanhas, o jornalista neste caso, é segundo Gomes

“um agente político que além de ter competência para a produção de matérias em condições de serem assimilados pelos selecionadores do campo jornalístico entende como funciona o campo do jornalismo, os seus valores, a sua rotina produtiva, os seus modos de selecionar, as suas hierarquias” ( 2004: p. 70).

Já o marketing político, é de acordo com Scotto (2003) uma atividade temporária, isto é, um acontecimento do tempo e do espaço eleitoral e compreende atividades ligadas a algum candidato ou partido, que se desenvolvem a partir do trabalho com a imagem e

comunicação, e durante o tempo da campanha eleitoral o marqueteiro vive da política, devido à dedicação exclusiva à campanha. Tal dedicação pode render laços sociais entre a esfera política e o marqueteiro, publicitário ou jornalista que organiza a publicidade da campanha eleitoral, especialmente se o político ou partido ganhar a eleição, pois isso pode render convites para a ocupação de cargos dirigentes em secretarias e departamentos governamentais.

O secretário de comunicação do Estado é um exemplo clássico de como o sucesso obtido nas campanhas de marketing durante o período eleitoral, pode transformar-se em recurso fundamental para o sucesso e ascensão profissional. Depois de coordenar com sucesso (candidatos eleitos), várias campanhas de marketing eleitoral, ele começou a ser convidado para dirigir secretarias de comunicação e cultura em diferentes espaços governamentais tais como: secretaria municipal de cultura de São Cristóvão, secretaria de comunicação da prefeitura de Aracaju, secretaria estadual de comunicação de Sergipe, etc. Como demonstra Scotto (2003), o sucesso na campanha eleitoral pode trazer a mesma recompensa para políticos e marqueteiros, na medida em que o espaço governamental se apresenta como um mercado lucrativo para a publicidade - haja vista o crescente aumento de verbas para publicidade destinada às secretarias e ministérios da comunicação.

Com a reabertura política a partir da década de 1980, as atuais secretarias de comunicação social (SECOM) estadual e municipal vieram substituir os antigos departamentos de imprensa e assessorias de relações públicas da esfera governamental e antes de receberem a atual denominação, eram conhecidas como secretarias de imprensa. Em Aracaju, conforme indica este estudo, o departamento de comunicação governamental sempre foi dirigido por profissionais da comunicação, a exemplo do jornalista e bacharel em direito João Oliva Alves, que foi secretário de Imprensa do Governo Seixas Dória (1962 a 1964) e de Severino Pessoa Uchôa, também bacharel em Direito, professor e jornalista, que igualmente exerceu o cargo de Diretor do Departamento de Imprensa e Propaganda do Estado (atual Secretária de Comunicação Social). No ano de 1980 o então governador Augusto Franco nomeou o Jornalista Bemvindo Salles como secretário de imprensa do governo, o qual já havia ocupado o mesmo cargo nos governos Lourival Baptista (1967-1971), José Rollemberg Leite (1975-1979) e na Prefeitura de Aracaju na administração de Godofredo Diniz Gonçalves (1963 - 1967).

Percebe-se assim, que a atuação de jornalistas como secretários de imprensa/comunicação do governo sergipano e da prefeitura de Aracaju, data da época da ditadura. No ano de 1985 a Assembleia Legislativa cria a Assessoria de Comunicação Social,

através da Lei nº 2.523, assinada pelo governador João Alves Filho. Já em 1987 sob a Lei nº 2.634 é criado o Departamento de Imprensa e Divulgação que fica integrado à assessoria de comunicação social do referido órgão, a qual hoje se chama Diretoria de Imprensa e Divulgação. O jornalista Zenóbio Melo foi o primeiro diretor de imprensa da ALESE. Antes disso no ano de 1983, a Câmara Municipal de Vereadores de Aracaju já havia criado sua própria assessoria de comunicação através da Lei 901/1983 (Arquivo da Câmara). De tal modo, a assessoria de comunicação política e governamental em Sergipe, assim como no restante do país foi legalizada e a partir de então, quase todos os órgãos estatais e municipais contam com uma assessoria de imprensa, além da mesma está presente na assessoria pessoal de parlamentares.

Deste modo apreende-se que a atuação de jornalistas em órgãos públicos e na comunicação política em Sergipe e no Brasil não é recente, o estado percebeu a algum tempo que a mídia é o caminho mais curto para levar sua mensagem ao público, percebeu também que através da agenda pública e da informação de suas ações pelos meios de comunicação consolidam uma imagem positiva perante a população e que o jornalista com experiência nas redações é o profissional mais solicitado pelo campo político para lidar com a comunicação de massa, pois ele tem “a capacidade sistemática de prover a comunicação de massa com informação, do tipo e da forma que ela exige, e com a habilidade no uso das ferramentas contemporâneas de comunicação” (GOMES, 2004: p. 73). Ainda conforme o referido autor, a competência comunicativa e a habilitação do jornalista para lidar com a comunicação de massa, transformam-se em um recurso precioso para a esfera política. O que explica a expansão da assessoria no campo político e a importância da mesma para o referido setor.

Destarte, a partir de informações coletadas em diferentes documentos, foi possível observar que assim como no resto do país, a assessoria de imprensa sergipana começou a se estruturar primeiro nos órgãos públicos, para depois expandir-se no setor empresarial. Um exemplo da importância que a atividade vem assumindo no campo político desse estado é o caso do deputado federal Laércio Oliveira, que tem em sua equipe três assessores de imprensa, um que fica em Brasília, um em Aracaju e o terceiro no interior, em sua cidade natal. Outro caso ilustrativo é o da Assembleia Legislativa, que além de uma diretora de comunicação, 75% dos deputados contam com uma assessoria de imprensa pessoal. Deste modo, nota-se que o mercado sergipano está cada vez mais exigente e há uma busca por profissionais qualificados principalmente, no que se refere às assessorias de comunicação nas esferas municipal e estadual, que exige profissionais capacitados para as funções de gestão e

planejamento das atividades relacionadas à comunicação. Em Sergipe, o jornalista pode atuar como assessor de imprensa política em diferentes espaços da comunicação social, a qual está distribuída conforme o quadro a seguir.

Quadro I- Espaços de Atuação de Assessores da Comunicação Política em Sergipe

<b>Tipos de Instituições</b>	<b>Número</b>	<b>Tem assessoria de comunicação</b>	<b>Partidos e parlamentares</b>	<b>Número</b>	<b>Tem assessor de imprensa</b>
Prefeituras – SECOM	75	48%	Dep. estaduais	24	75%
Palácio do Governo –SECOM	01	100%	Dep. federais	08	87,5%
Assembleia Legislativa -DID <sup>20</sup>	01	100%	Senadores	03	100%
C. Municipal de Aracaju - NIC <sup>21</sup>	01	100%	Partidos	30	50%

Fonte: pesquisa empírica realizada em 2012.

Constatamos através desse estudo que 48% dos municípios sergipanos contam com um setor específico de comunicação nomeado por: Secretaria de Comunicação (SECOM) ou Coordenadoria de Imprensa e Comunicação (DIC). Há também casos em que a comunicação está atrelada a outras secretarias como é o caso de Estância, onde há uma secretaria denominada de: Secretaria de Cultura, Comunicação e Lazer, sob o comando de um radialista e ator. Merece destaque o grande número de parlamentares que contratam um assessor de imprensa para divulgar as suas atividades, seus ideais e projetos. Percebe-se assim, que o setor político e governamental de Sergipe tem despertado para o importante papel que a boa gestão da comunicação de massa desempenha na solidificação da imagem pública, visto que a visibilidade midiática tanto pode inibir quanto reforçar as alianças política, além do reconhecimento popular de modo favorável durante o período eleitoral. Uma vez que saber dar visibilidade sobre o que é proveitoso mostrar e resguardar aquilo que é conveniente manter sobre discrição, é fundamental para a formação de uma opinião positiva do eleitor, que possivelmente se converterá em voto (GOMES, 2004).

Conforme Miguel e Birolli (2010) a mídia se tornou o principal palco do embate político e o poder público busca incessantemente controlar as representações que os meios de comunicação veiculam especificamente nos períodos eleitorais quando a presença do marketing nesse âmbito é um processo inevitável. Assim, a esfera política busca agentes que dominam a linguagem jornalística e política e que tenha bom acesso as redações para fazer circular mais facilmente materiais e conteúdos do interesse de seu assessorado, o que torna os

<sup>20</sup> - Diretoria de Imprensa e Divulgação.

<sup>21</sup> - Núcleo de Imprensa e Comunicação.

jornalistas, especialmente os que fazem editoriais políticos, os mais valorizados nesse universo, já que os trabalhos desenvolvidos por eles são peças estratégicas tanto no jogo político quanto nos diversos setores públicos e privados (GOMES, 2004).

### **1.6- A Mobilidade Jornalística: Das Redações Para as Assessorias de Imprensa**

Como já apontado anteriormente, a partir da década de 80 do século passado, jornalistas consagrados e recém-formados migraram para as assessorias de imprensa, atividade anteriormente designada como do setor de relações públicas. Na década de 1990 a atividade se consolidou como a quarta área de atuação jornalística ganhou importância e hoje se destaca como o setor que mais emprega jornalistas no Brasil. De acordo com informações da FENAJ (2010), o número de profissionais que atuam nesse setor da comunicação chega a cerca de 60%. Assim, como no restante do país, constatou-se nessa pesquisa que em Sergipe também há uma predominância de profissionais do jornalismo nas assessorias de imprensa, especificamente na esfera política.

Por meio desse estudo, mapeamos 84 assessores de imprensa que atuam no universo político, dos quais, 37,8% não são jornalistas, destacando que grande parte deste percentual concentra-se nas prefeituras do interior, onde a comunicação fica a cargo de diferentes profissionais, tais como: radialistas, locutores, professores e até um militar, como é o caso do município de Gararu que tem um policial coordenando a comunicação do município. Isso ocorre nas cidades que ficam mais distante da capital, onde há poucos jornalistas, ou até mesmo nenhum profissional da área. Conforme Caroline Rejane, presidente do Sindjor, por o cargo de secretário de comunicação ser uma indicação política e não existir nenhuma legislação específica que exija que tais cargos sejam ocupados por jornalistas há esse desvio de função, embora se espere dos gestores que sejam profissionais da comunicação que ocupem tais cargos. Já em relação aos órgãos estaduais, há uma indicação da deputada Ana Lúcia que foi aprovada pela assembleia, para que só sejam contratados profissionais de jornalismo para atuar junto a SECOM e nos departamentos de comunicação dos demais órgãos estaduais. Já em relação aos municípios, o sindicato também está buscando apoio nas câmaras municipais para que também façam a citada indicação. Mas, segundo ela, o sindicato está lutando para que haja concursos públicos para os cargos de assessorias de comunicação nos órgãos públicos.

Diante do exposto, surge a pergunta: o que levou e leva tantos jornalistas migrarem das redações para a assessoria de imprensa? De acordo com a literatura pertinente, díspares fatores contribuíram para que a partir dos anos de 1980 o Brasil vivenciasse essa grande leva de jornalistas anteriormente atuantes na mídia para o outro lado da redação. Conforme Chaparro (2003) e Duarte (2010), esta nova etapa é iniciada com o insucesso da greve dos jornalistas ocorrida em São Paulo, iniciada no final de 1978 e terminada em 1979, através da qual, os jornalistas reivindicavam aumento salarial e estabilidade no emprego. Porém a greve foi julgada ilegal pelo TRT (Tribunal Regional do Trabalho), provocando a demissão de vários jornalistas experientes, que desempregados encontraram na assessoria de imprensa uma nova opção de trabalho e uma solução para o desemprego. Do outro lado, com o fim do regime militar (1985) que devolveu ao país não só a democracia, mas também a liberdade de imprensa e a livre expressão do cidadão, que passou a cobrar mais seus direitos, tantos os sociais, quanto os direitos de consumidor e começou a se utilizar da imprensa para reivindicá-los. Esse conjunto de fatores fez com que o setor empresarial mudasse a velha percepção, de que era mais importante ter um bom relacionamento com as autoridades políticas do que se preocuparem com comunicação (NORI, 1990, apud DUARTE, 2010), com essa mudança de comportamento os empresários passaram então a valorizar mais a comunicação com a sociedade, a buscar profissionais qualificados - para além de abrir espaço na mídia para a divulgação de seus produtos -, produzirem jornais, revistas e vídeos de qualidade profissional e encontram no jornalista desempregado e com experiência midiática, o profissional "ideal" para desenvolver tais atividades.

Outro elemento que está relacionado com a migração dos jornalistas das redações para a assessoria de imprensa, é a saturação do mercado jornalístico, que além das sucessivas crises financeiras por qual passou nas últimas décadas, resultando no fechamento de diversas empresas de comunicação e contribuindo para o encolhimento do mercado, teve também a influencia do Decreto-Lei de 1969 que tornava o diploma em comunicação social obrigatório para a atuação jornalística. Com a promulgação do decreto houve uma impressionante profusão de faculdades de jornalismo espalhadas por todo o país e um grande número de profissionais recém-formados não encontraram colocação no mercado, esta escassez de vagas no mercado fez com que muitos jornalistas antes adversos à ideia de atuar em assessorias de imprensa, buscassem a atividade como solução para a entrada no mercado profissional (DUARTE, 2003).

Em Aracaju, a saturação deste mercado é gritante, o número de vagas de emprego é bem inferior em relação ao número de jornalistas existente. Esta constatação vale para todo o Estado, pois se na capital o mercado jornalístico é restrito, no interior é quase inexistente como veremos mais adiante, pois com exceção de alguns municípios que produzem um jornal e tem uma ou duas emissoras de rádio, o restante nada tem a oferecer - no sentido de emprego - ao jornalista. Segundo a presidente do Sindjor, Sergipe é um estado pequeno e o mercado é um reflexo disso, onde não há grandes empresas atuando no setor da comunicação de massa, o que gera uma grande desigualdade entre a oferta de emprego na imprensa local e o número de profissionais. Além disso, ainda há o processo de enxugamento das redações, o que induz os jornalistas desempregados ou recém-formados a buscarem as assessorias de imprensa como opção de trabalho. Esse é o caso da assessora de imprensa do PT, uma jovem de 25 anos que estava cursando o último período de jornalismo quando realizada a entrevista (2012) e está tendo na assessoria de imprensa política sua primeira experiência profissional. Segundo Costa, Duarte e Schmitz (2012) a assessoria de imprensa aparece frequentemente como porta de entrada do mercado de trabalho para os profissionais quando recém-formados.

Porém, não é só o fato do setor midiático está empregando menos que no passado que tem contribuído para a saturação do mercado, conforme Sant'Anna (2004), além da grave crise econômica pela qual passou a imprensa, houve também a acelerada introdução de modernas tecnologias que requer um menor número de funcionários para exercer as mesmas tarefas, pois muitas atividades dos bastidores das redações outrora exercidas por pessoas, hoje são realizadas por computadores, provocando assim, a demissão de um grande número de jornalistas experientes.

O avanço das tecnologias foi transformando o perfil dos jornalistas. As redações dos jornais transformaram-se em linha industrial de produção. O computador substituiu a máquina de escrever e vários processos foram informatizados, extinguindo muitas funções dentro de um jornal e causando desemprego [...] (PACCOLA, 2004, p. 11).

Outro fator importante que contribuiu para que a partir da década de 80 um grande número de jornalistas migrasse para as assessorias de imprensa, foi a aplicação do Decreto nº 83.284/79 que classifica como jornalísticas uma série de atividades independente do seu local de desempenho, inclusive a assessoria de imprensa. Determinou também que mesmo nos órgãos públicos, onde eram executadas tais funções (assessorias de imprensa e coordenações de comunicação social), a regulamentação profissional do jornalista deveria ser respeitada. Esta particularidade brasileira apoiada pela legislação colaborou igualmente para que uma grande leva de jornalistas experientes migrasse das redações para as assessorias, tornando a atividade mais profissional e confiável. Fazendo com que tanto os sindicatos da corporação,

quanto o mercado empresarial, aceitasse bem a ideia de que a assessoria de imprensa era dotada de funções jornalísticas e por isso poderia ser exercida por jornalistas (SANT'ANNA, 2006).

Em 1985 a FENAJ, através do Manual de Assessoria de Imprensa, definiu que os releases enviados as redações só deveriam ser aceitos, quando assinados por um jornalista e com o número de seu registro profissional, a prática se solidificou nos anos 90 e colaborou para a valorização da atividade e para o fim do preconceito que sitiava a mesma (SCHIMITZ, 2012). Preconceitos esses, que tinham relação com o período militar e a institucionalização do AI-5 em 1968, época que surgiu "o estigma de "jornalismo chapa-branca" alcunhado à atuação de jornalistas junto aos órgãos de censura do governo na época da ditadura, que acabou por alastrar-se também na iniciativa privada" (GLÜER, 2004 p. 07). Estigma esse que persistiu por décadas por parte dos jornalistas que atuavam nas redações em relação aos que estavam exercendo alguma atividade de assessoria de imprensa.

Diante dessa conjuntura, nota-se que a saturação do mercado midiático ao lado do Decreto nº 83.284/7, seja um dos motivos da mobilização jornalística de um setor a outro. Conforme Ruellan (1997), num espaço profissional saturado é normal que os profissionais afetados procurem novas áreas e expandam o território de suas fronteiras ocupacionais. Nesse caso, a fronteira não é um limite formal de um território de um grupo social, mas sim um espaço novo a ser ocupado e conquistado (LE CAM & RUELLAN IN LEGAVRE 2004). Porém a restrição mercadológica não é o único motivo para tal fenômeno, conforme Duarte (2010) muitos jornalistas também passaram a atuar nas assessorias de imprensa por causa das condições mais tranquilas de trabalho, entre as quais podemos citar: que não há correria para o fechamento de matérias, nem o estresse e afobação para a divulgação de um fato de última hora, nem um horário fixo de trabalho, ou seja, menor estresse e menos controle. A respeito da correria das redações Paccola (2004) afirma que as mesmas se submeteram ao horário industrial, diminuindo assim o tempo que os jornalistas tinham para produzir suas matérias e o corre-corre nos setores midiáticos ultimamente tem se agravado, fazendo com que o jornalista para atender a um tempo definido pela indústria, tenha que trabalhar contra o relógio.

Podemos acrescentar ainda, aos fatores anteriores a melhor remuneração nas assessorias de comunicação, pois as redações geralmente pagam um salário bem menor que as assessorias. Foi o que identificamos através de nossa pesquisa ao entrevistarmos jornalistas que exercem a referida função no universo político de Aracaju, onde além do restrito mercado

mediático o piso salarial do jornalista sergipano é um dos mais baixos do país. Percebemos então, que além dos fatores citados anteriormente, o que induz o jornalista aracajuano a atuar em uma assessoria de imprensa são exatamente os baixos salários. É o que confirma os depoimentos dos entrevistados, segundo um deles, que atua ao mesmo tempo como assessor de imprensa de uma deputada estadual, como repórter num jornal local e ainda faz free-lance para a imprensa nacional, a má remuneração oferecida pelo jornalismo induz o profissional a exercer dupla função, embora fosse preferível ter apenas um emprego. É o que também ressalta o secretário de comunicação do município de Aracaju, a esse respeito seu depoimento é elucidativo:

O maior desafio do jornalista, no Brasil como um todo, mais principalmente aqui, é ainda a questão salarial, o profissional ainda não é valorizado como deveria ser, sabe o mercado sergipano paga muito pouco, essa é a maior dificuldade, além do mercado ser pequeno, não dá acesso naturalmente a todos os jornalistas que há no mercado, há a questão dos baixos salários. Sergipe é o estado que tem o menor salário do país, isso acaba rendendo uma distorção, o jornalista não consegue sobreviver trabalhando em um só lugar, então ele tem que se virar trabalhando em diferentes veículos, ele não pode ser, por exemplo, um repórter exclusivo de um só veículo, pois o salário que recebe é insuficiente, então migra pra outras áreas como a de assessoria de comunicação, ou acaba atuando nos dois setores, conheço muitos casos assim. (Entrevista realizada em 2012).

Conforme Costa, Duarte e Schmitz (2012) Com exceção de casos especiais, os salários e os benefícios oferecidos pelas assessorias mais estruturadas superam as remunerações do mercado jornalístico convencional e há bons e experientes profissionais trocando de "lado do balcão". Isso se dá em grande parte pela maior valorização do item "comunicação" na constituição do custo das organizações, que parecem investir somas cada vez maiores quando o objetivo é sucesso em comunicação. Isso tem valorizado a contratação de jornalistas experientes e capazes de dar novo ritmo aos antigos padrões de assessoria.

## **CAPÍTULO II- RECURSOS SOCIAIS E INSERÇÃO DO JORNALISTA ARACAJUANO NA ASSESSORIA DE IMPRENSA POLÍTICA**

Neste capítulo analisaremos as condições sociais da inserção dos jornalistas aracajuanos na assessoria de imprensa política. O objetivo central consiste em evidenciar através da análise da trajetória dos mesmos, como a mobilidade desses atores em diferentes esferas sociais permite o acúmulo de recursos passíveis de serem acionados como trunfos para sua entrada e atuação no mencionado âmbito da comunicação social. Pois como descreve Legavre (1996) em estudos realizados sobre a passagem do comunicador político para o político profissional, só o acúmulo de recursos relevantes e a combinação entre eles torna possível o sucesso na passagem de um grupo a outro.

Por conseguinte, se é a posse de diferentes recursos sociais e a combinação entre eles que garantem o ingresso na comunicação política e ascensão na hierarquia desse setor, quais são esses recursos? Em que espaços e de que forma tais recursos são obtidos pelo sujeito em questão? Como o jornalista se torna assessor de imprensa? Quais competências são exigidas? Para responder a este questionamento, partiu-se do exame biográfico do percurso de 10 jornalistas que atuam nas assessorias de imprensa ou de comunicação política em Aracaju, dos quais, 04 ocupam cargos dirigentes em instituições governamentais e legislativas no estado e no município.

Este universo é composto conforme o quadro abaixo:

Quadro II - Universo da pesquisa

<b>Assessores de Imprensa</b>			
<b>Instituições</b>	<b>Cargo / N°</b>	<b>Partidos políticos / N°</b>	<b>Parlamentares / N°</b>
Secom - prefeitura de Aracaju	Secretário de comunicação / 01	PT / 01	Deputado Estadual /01
Secom -Estado de Sergipe	Secretário de comunicação / 01	MD/ 01	Deputado Federal / 01
DID - Assembleia Legislativa	Diretora de imprensa / 01	PSB / 01	Senador / 01
NIC - Câmara Municipal de Aracaju	Coordenadora de comunicação /01		
<b>TOTAL: 10</b>			

Fonte: Pesquisa empírica realizada em 2012

Esta investigação demonstra que ao longo do seu itinerário, o jornalista se insere e participa de diferentes esferas sociais e profissionais, o que lhe permite a aquisição de diferentes recursos que influem positivamente na mobilidade das redações para as assessorias. Tais recursos adquiridos no processo de socialização implicam igualmente em indicações e/ou convites para a ocupação de cargos dirigentes em secretarias e diretorias de comunicação. Evidencia ainda, que dentre os recursos sociais instituídos nas diferentes esferas de vida, as redes de relações se sobressaem como um recurso preponderante para o ingresso e sucesso hierárquico do jornalista aracajuano na assessoria de imprensa política. Podendo destacar-se também, os recursos oriundos da atuação profissional no interior de jornais (em editorias, colunas e comentários sobre política), da formação universitária em jornalismo e os provenientes da militância política em partidos e associações, apesar destes aparecerem em menor número.

Tais fatos nos levam a conjecturar que os recursos mencionados, quando combinados formam o "carro-chefe" que impulsiona o ingresso e sucesso do jornalista aracajuano na comunicação política. Deste modo, a partir da análise biográfica da trajetória dos entrevistados, este capítulo demonstrará como as diferentes esferas sociais contribuem para o acúmulo de recursos diversos, para a ampliação dos contatos e aumento das redes de relações, passíveis de serem utilizados como "passaporte" para entrada e atuação no referido setor da comunicação social. Destacar-se-á também a autopercepção desses profissionais sobre o jornalismo e a assessoria de imprensa política.

## **2.1 - Origens Sociais e Percurso Escolar**

Começaremos esta análise traçando o perfil dos entrevistados que apresentam um alto investimento na formação acadêmica em jornalismo e na especialização na área da comunicação social. Tal aspecto evidencia que uma das principais mudanças ocorridas nos últimos tempos no jornalismo aracajuano, é que já não basta a tão falada vocação e o aprendizado na prática, é preciso que tais requisitos estejam aliados ao saber acadêmico. Pois no mundo globalizado e tecnológico o diploma vem sendo mais valorizado e há uma exigência por parte do mercado que tem preferência pelo profissional com formação superior. Por conseguinte, o aprendizado da profissão que antes se dava nas redações, hoje começa nos bancos acadêmicos. Tal afirmação é evidenciada através do itinerário dos 10 entrevistados, dos quais, 90% têm formação jornalística, ou estão cursando jornalismo (um dos entrevistados

estava no último período do referido curso na época da entrevista – 1º semestre de 2012). Apenas 10% não tem graduação em comunicação social, porém tem formação superior e fez pós-graduação *latu-sensu* na área de comunicação.

Quadro III- Perfil dos entrevistados

Idade / sexo	Origem	Formação	Profissão/ ocupação	Associação	Estado civil/ Formação/prof. do cônjuge	Pais: escolarização/ profissão
50/M	Aracaju/ SE	Jornalismo/ Mestrado em sociologia	Jornalista, funcionário da UFS / secretário de comunicação de Aracaju	Sindjor e ASI / foi filiado ao PCB.	Casado (02 filhas) / Superior (pedagogia) profª (diretora da DEA)	Superior (pedagogia) e Médio/ Profª (delegada do MEC) e func. público federal.
51/M	Maceió/ AL	Jornalismo/ Doutorado (incompleto)	Jornalista e publicitário/ Secretário de comunicação de Sergipe	Sindjor / foi um dos fundadores do PCdoB	Solteiro (01 filha)	Fundamental/ dona de casa e operário
36/F	Aracaju /SE	Jornalismo/ 02 pós – graduação: magistério superior e mídia étnica	Jornalista/ Diretora de imprensa da Assembleia Legislativa de Sergipe	Sindjor e associação religiosa, está se preparando para ser pastora.	Casada (01 filha) / Superior (sociologia) militar	Superior (serviço social) e médio/ assistente social e militar.
42/F	Itabaiana /SE	Jornalismo/ pós em Jornalismo político e econômico.	Jornalista/ Coordenadora de comunicação da Câmara Municipal de Aracaju	Sindjor e ASI	Casada (01 filha)	Médio (comp. e incomp.)/func. pública e caminhoneiro. Avós e tios e políticos.
25/F	Aracaju/ SE	Jornalismo (em curso)	Assessora de imprensa do PT	PT (filiou-se após assumir a ass. de imprensa do partido).	Solteira	Médio e Superior incompleto / dona de casa e autônomo.
39/F	Maceió/ AL	Jornalismo / pós em marketing político.	Jornalista/ ass. de imprensa do PSB e de um senador	Sindjor	Casada / Superior (comunicação social) jornalista	Médio /professora e policial rodoviário federal.
52/M	Itabaiana /PB	Economia e Jornalismo – pós em marketing.	Jornalista e radialista / ass. de imprensa do MD, de um deputado Estadual e de um suplente de senador	Sindjor/ foi militante estudantil e de partido político/PRP, do qual foi vice presidente.	Separado (05 filhos)	Médio e superior (ciências contábeis), dona de casa e funcionário do Banco do Brasil.
48/M	Feira de Santana /BA	Jornalismo e Letras.	Jornalista/ ass. de imprensa de um deputado estadual	Sindjor	Casado (01 filho) / Superior (letras) professora	Médio/artesã e funcionário público.
55/M	Santo Amaro /SE	Ciências Contábeis e pós em com.	Jornalista, radialista e ass. de imprensa de um	ASI, Sindjor e Sindicato dos	Casado (03 filhos)/Superior (serviço social)	Fundamental (incompleto)/ dona de casa e

		empresarial.	deputado federal	radialistas	jornalista e assistente social	mecânico
35/M	Aracaju /SE	Jornalismo	Jornalista e a.i. de um senador.	Sindjor	Solteiro	Médio/ dona de casa e Taxista.

Fonte: Dados coletados em entrevista realizadas em 2012.

É curioso notar que nesse grupo todos têm formação superior e 70% do universo fez alguma pós-graduação<sup>22</sup>, a maioria especializando-se em áreas específicas da comunicação social. Tais dados, manifesta a importância que este grupo profissional vem dando a aquisição de uma base teórica que legitima uma expertise, ou seja, a um saber fazer específico ao grupo teoricamente fundamentado e institucionalizado (FREIDSON, 1996). Demonstra também que há uma demanda na esfera da comunicação política por profissionais com formação superior em jornalismo, agregada a experiência profissional nas redações. É o que deixa transparecer a predominância de assessores com mais de 40 anos no grupo dos entrevistados. Do qual, 60% encontra-se na faixa etária dos 40 aos 55 anos e 80% têm diploma em jornalismo. Quando questionamos o grupo sobre a importância da formação em jornalismo para o exercício da profissão, 80% foram enfáticos ao afirmarem que a formação é imprescindível, pois além de dar uma visão mais ampla do mundo, ajuda a compreender a conjuntura social e qualifica o profissional proporcionando-lhe conhecimento teórico. Pois segundo os mesmos, assim como é importante que o advogado, o médico e outros profissionais tenham uma qualificação para exercer a profissão, é preciso que o jornalista também tenha uma boa base de conhecimento teórico sobre a profissão e sobre a ética profissional, tornando-se assim mais qualificado para o exercício da atividade. O depoimento do secretário de comunicação de Aracaju revela bem essa visão.

Eu sou um defensor do diploma para o jornalista. Eu Não acho legal que qualquer um possa se arvorar a ser jornalista, assim como não acho que qualquer um possa ser um advogado ou um médico. (...) Acho que o jornalista de uma maneira geral, que trabalhe em redação ou em assessoria, tem que ter a formação universitária, pois isso qualifica a profissão.

O que demonstra o quanto a cultura de que o jornalismo é uma profissão intelectual predomina no meio jornalístico, pois até mesmo os 20% que não consideram o diploma em jornalismo seja um fator imprescindível para o exercício da profissão, acreditam que o profissional deve está preparado intelectualmente, ter uma boa formação. Pois segundo eles, essa é uma profissão que envolve a linguagem e a escrita, por isso é necessário que se tenha

---

<sup>22</sup> - Cursos *latu sensu*. As universidades públicas não oferecem cursos de mestrado na área de comunicação. Os jornalistas fazem curso de especialização, por uma questão de atualização da prática profissional, ou para especializar-se em um referido setor da comunicação, como é o caso do marketing político.

certa formação, não necessariamente em jornalismo, mas é preciso que se tenha um bom conhecimento de gramática e de produção textual. É o que se observa no depoimento abaixo:

Apesar de considerar o diploma específico em jornalismo desnecessário, acho que o jornalista deve ter certa formação, pois é importante se ter conhecimento gramatical e de estrutura textual, e uma pessoa analfabeta não tem esse conhecimento (assessor de imprensa de um Deputado Federal).

Nota-se assim, que mesmo os 20% que acreditam que o diploma é dispensável para a atuação profissional, considera o jornalismo uma profissão intelectual e por isso deve ser exercida por alguém que tem alguma formação, não sendo necessariamente em jornalismo. Já 80% dos entrevistados afirmam que a formação superior funciona como uma das garantias de valorização e reconhecimento profissional, por isso é indispensável. Segundo Freidson (1996; 2001) a expertise é um instrumento de poder profissional e o papel legitimador que a ciência assume nas sociedades modernas definem a relação de poder que se estabelece entre as esferas de criação, transmissão e aplicação do conhecimento formal.

Outro aspecto observado que reflete as mudanças sociais ocorridas nas últimas décadas e, por conseguinte no mercado jornalístico é a questão de gênero, que demonstra como a mulher vem ocupando espaços e posições no mundo do trabalho, em setores onde antes reinava os homens. Porém, Rocha (2005) afirma que o crescimento das mulheres que agregam os quadros das profissões a partir da década de 1980, não significa que haja maior prestígio ou reconhecimento no referido setor, já que o processo de feminização ocorreu em áreas novas ou menos privilegiadas. Como é o caso das assessorias de imprensa, recente setor de atuação jornalística, que inicialmente sofreu muitos preconceitos por parte dos profissionais da redação. Entretanto, apesar desta constatação, é interessante notar que no princípio o setor era composto em quase sua totalidade por homens, já que não era comum mulheres atuando na esfera do jornalismo, o que mudou junto com as transformações sociais e a inserção das novas tecnologias e hoje, é normal ver o sexo feminino atuando nas mais diferentes atividades jornalísticas e ocupando posições dirigentes não só nas redações, mas também em secretarias de comunicação e departamentos de imprensa.

Mas, apesar dessa visível mudança, observou-se que ainda existe no mercado jornalístico sergipano uma predominância masculina, especificamente no setor investigado, onde 60% é compostos por homens e 40% por mulheres havendo assim, uma desigualdade de gênero, embora não seja tão contundente quanto há algumas décadas atrás. Ao fazermos um mapeamento dos jornalistas sergipanos que atuam na assessoria de imprensa de deputados na assembleia legislativa e nas prefeituras do Estado presenciamos um predomínio mais acentuado do sexo masculino exercendo tal atividade, especificamente no que diz respeito ao

cargo de secretário de comunicação das prefeituras, onde dos 36 municípios que contam com um setor específico de comunicação, apenas em dois deles há uma mulher na direção, ou seja, 94,5% dos cargos são ocupados por homens.

Na assembleia legislativa essa desigualdade aparece de modo mais discreto, onde dos 18 deputados que contam com o serviço de assessoria de imprensa, 44,7% deles, contrataram jornalistas do sexo feminino e 55,3% contrataram jornalistas do sexo masculino, o que parece está relacionado com o número de mulheres ocupando a cadeira de parlamentar, número esse que é menor que o de homens. As deputadas parecem preferir mulheres em sua assessoria de imprensa, a começar pela presidente da casa que nomeou para diretora de imprensa uma jornalista. Quanto à ocupação de cargos dirigentes em Aracaju, há uma "igualdade" de gênero relacionada às competências, visto que dos quatro cargos mais importantes - no que diz respeito à assessoria de comunicação no âmbito político -, são ocupados por ambos os sexos, 50% de cada, isto é: a secretaria de comunicação do Estado e da capital é dirigida por homens, já a diretoria de comunicação da Assembleia Legislativa e a coordenação do núcleo de comunicação da Câmara Municipal de Aracaju, são conduzidas por mulheres.

Deixando de lado a questão de gênero, destacaremos a partir de agora as origens sociais dos 10 entrevistados (assessores de partidos, de parlamentares, secretários, coordenadores e diretores de comunicação), já que as mesmas formam uma das esferas promotora de recursos e de vínculos que influenciam na inserção do jornalista na comunicação política. De acordo com autores como Legavre (1996), Mercklé (2004) e Rieffel (1984), as origens sociais promovem uma rede durável de relações familiares, de amigos ou conhecidos, que podem se converter em recursos profissionais, além de exercer considerável influência sobre a probabilidade de ascensão profissional do jornalista e quanto mais elevada são essas origens, mais extensas as redes de relações e mais chances de sucesso (LEGAVRE, 1996; MERCKLÉ, 2004; RIEFFEL, 1984).

Do conjunto dos assessores entrevistados, observa-se que 40% são originários da capital sergipana, enquanto que 30% são migrantes de Estados vizinhos (Alagoas, Paraíba e Bahia) e 30% provenientes do interior sergipano. Esses migrantes tiveram motivações diferentes para a mudança de estado ou município, sejam motivados pelo estudo (passaram no vestibular), por causa do trabalho ou por mudança da família. A mudança por causa de trabalho é exemplificada no trajeto da assessora de imprensa do PSB, que veio da cidade de Maceió (AL) em 2001, após formar-se em jornalismo pela UFAL (Universidade Federal de Alagoas) e não conseguir um emprego na mídia alagoana veio tentar trabalho em Aracaju,

onde foi contratada para responder pelo editorial de política do jornal o Correio de Sergipe, após ser apresentada por um amigo que trabalhava no referido jornal. Tal motivação está presente também no trajeto do jornalista paraibano e assessor de imprensa do MD, que na década de 1980, após um divórcio, mudou-se da cidade de Itabaiana (Paraíba) para Aracaju na expectativa de conseguir trabalho na mídia sergipana e através de seus pais que já moravam aqui, conseguiu um emprego no Jornal da Cidade,

Quanto à migração motivada pelo sonho de estudar, esteve presente em dois itinerários, a saber: o primeiro deles é do secretário de comunicação do Estado, que veio de Maceió (AL) na década de 80, quando passou no vestibular para o curso de engenharia química na UFS (Universidade Federal de Sergipe). O segundo foi o assessor de imprensa de um deputado estadual, que em 1991 motivado por um amigo que já morava aqui, fez o vestibular para jornalismo na UNIT (Universidade Tiradentes), passou e mudou-se de Feira de Santana (BA) para cá, aonde já chegou com um emprego garantido e foi ser repórter no Jornal de Sergipe, o qual foi arranjado pelo mesmo amigo que trabalhava no tal jornal.

A partir deste ponto daremos destaque para a esfera familiar, já que "parte das condições de socialização primária dos indivíduos pode ser bem mais apreendidas ao considerar-se a posição social de origem de suas famílias e as relações com os recursos culturais disponíveis" (SEIDL, 2009: p.24). Observou-se que de acordo com o quadro 3 (pg. 58) 60% dos entrevistados são filhos de artesã, mecânico, dona de casa, militar, técnico em refrigeração, caminhoneiro e taxista. 30% são filhos de funcionário público federal, professora, delegada do MEC, bancário, policial rodoviário federal e assistente social, além de serem netos de políticos, fazendeiros, juiz e advogado. Sublinhamos que essa porcentagem representa os sujeitos que ocupam três dos principais cargos dirigentes na esfera da comunicação política municipal e estadual. O que parece confirmar o que alega Rieffel (1986), que quanto mais elevada às origens sociais do jornalista, maiores as chances de ascensão, pois elas são provedoras de vínculos sociais passíveis de serem acionados como um importante recurso para o crescimento dentro da hierarquia profissional.

Dos 10 entrevistados, apenas um deles (10%) é filho de operário e dona de casa e seus genitores têm um nível escolar baixo (ensino fundamental incompleto). Entretanto, é este jornalista que ocupa o cargo máximo da comunicação política no Estado, ele responde pela pasta da secretaria de comunicação estadual. O sucesso profissional do mesmo é creditado a sua intensa militância política em movimentos estudantis e partidos políticos durante sua

juventude, o que funcionou como um trunfo durante sua trajetória profissional e garantiu-lhe o ingresso na comunicação política.

Quadro IV- formação escolar dos genitores

Formação Superior		Ensino Médio		Ensino fundamental	
Completo	Incompleto	Completo	Incompleto	Completo	Incompleto
Mães – 20%	0%	50%	0%	20%	10%
Pais – 10%	10%	40%	10%	20%	10%

Fonte: pesquisa empírica realizada em 2012

Percebe-se assim, que as origens sociais desses profissionais são heterogêneas e que há certa relação entre recursos sociais e culturais advindos da esfera familiar (não tem nenhum analfabeto), o que aumenta a possibilidade para a escolha do jornalismo como profissão, já que essa é uma profissão considerada intelectual, tanto pela sociedade, quanto pelos próprios jornalistas. Um exemplo dessa relação entre a escolha do jornalismo e os recursos culturais oriundos da esfera familiar, é o secretário de comunicação de Aracaju, o qual é filho de uma pedagoga e professora da rede pública, que se tornou delegada do MEC<sup>23</sup> (cargo máximo de representação da instituição no Estado) e de um funcionário público federal (setor administrativo da Escola Técnica Federal), o que facilitou seu acesso ao mundo literário, pois segundo ele, cresceu rodeado por livros. Em sua fala, ele faz essa relação entre sua escolha profissional e a herança cultural familiar.

Sempre gostei muito de ler, escrever e desenhar, quando criança vivia rodeado por livros, meu pai trabalha na Escola Técnica Federal e minha mãe era professora e incentivava a gente a ler. Na escola comecei a escrever poesias e a participar de concursos, eu estudava em escola particular, então tinha essas coisas. (...) Apesar de que inicialmente não pensei em ser jornalista, primeiro fiz vestibular para engenharia civil e não passei. Então começou o curso de jornalismo na UNIT e alguém me disse: Marcos você deveria fazer, já que gosta tanto de escrever, então fiz o vestibular, passei e logo que comecei o curso, fui trabalhar como chargista e repórter no Jornal Folha da Praia. Então foi o gostar de ler e escrever que me levou a escolher a profissão (secretário de comunicação da prefeitura).

A partir deste depoimento, percebemos o que disse Bourdieu (1987) sobre a ligação entre capital cultural e o desempenho do indivíduo em outros setores da vida. Conforme ele, sujeitos oriundos de famílias privilegiadas culturalmente têm maiores chances de acumular capital cultural, que conseqüentemente contribuirá para que este se destaque no meio social em que está inserido. Neste sentido, Coradini (2007) afirma que os recursos intelectuais são estruturantes, já que explicam uma série de identificações e adesões que determinam a

<sup>23</sup> - Ministério da Educação e Cultura.

vivência do indivíduo, além de dar sentido e fundamentar suas tomadas de posições políticas e profissionais. Vale ressaltar também a importância das origens sociais no processo de sociabilidade, pois sendo a família a primeira rede de relações do homem, esta lhe confere a socialização básica que se prolonga para outras redes de interdependências, tais como: amigos, colegas de escola, trabalho, vizinhos, laços afetivos e redes associativas (religiosa, política, étnicas, etc.) que também passam a influenciar o indivíduo em sua formação e funciona como fator determinante para a sustentação do sentimento de pertinência e de valorização social e profissional (BERGER e LUCKMAN, 1996).

Outra esfera de vida a ser considerada na análise do percurso desses jornalistas é a escolar, que além de possibilitar o acesso ao “saber” institucionalizado e “dotar” o sujeito de uma expertise, promove a interação social e contribui para a ampliação da rede de relações do indivíduo, que pode vir a ser um importante recurso para a inserção no mercado de trabalho. Já que segundo Rieffel (1984), os amigos da época escolar ou universitária podem funcionar como uma espécie de guia, indicando ou apresentando o jornalista para o editor chefe das redações jornalísticas. Em nosso quadro de entrevistados, temos o caso do assessor de imprensa de um deputado estadual que demonstra bem, como os vínculos criados nos bancos escolares são importantes na hora da inserção no mercado do trabalho. Como podemos observar em seu depoimento

Me mudei de Feira de Santana/BA, para cá, após passar no vestibular da Unit para jornalismo, apesar de que já era formado em letras, mas trabalhava como jornalista no jornal local, então um amigo de infância e da época escolar e que também era jornalista, veio morar aqui e trabalhar no Jornal da Cidade, então me convenceu a fazer jornalismo e quando passei no vestibular e me mudei, ele me apresentou ao dono do jornal que me contratou, então já vim com emprego garantido.

Deve-se considerar também que o percurso escolar do sujeito é revelador de suas origens sociais e dependendo da trajetória de cada indivíduo o diploma pode assumir uma maior ou menor relevância no ingresso do sujeito em outro setor de atuação profissional (Coradini, 2001). Do universo considerado, 60% fizeram o ensino fundamental em escola particular, paga por seus pais e 40% estudaram em escola pública. Já no ensino médio esse índice cai para 40% dos que realizaram seus estudos em escolas particulares e sobe para 60% em escola pública. Quanto ao nível superior, apenas uma pessoa do grupo ainda não possuía graduação completa (cursava o 8º período de comunicação social, quando realizada a entrevista em 2012), 70% estudaram em instituição particular, dos quais 30% tiveram parte do curso financiado por familiares e outra parte paga pelos próprios, assim que começaram a realizar trabalhos jornalísticos.

Como já salientado anteriormente, do conjunto dos referidos assessores, 80% (08) têm formação em jornalismo, sendo que 01 desses têm outra graduação (Letras), 10% é concludente do curso e o único que é formado em outra área (ciências contábeis) tem larga experiência nas redações e investiu em uma pós-graduação em comunicação empresarial. Observa-se que 20% investiram na especialização em comunicação política, 10% em mestrado em sociologia, 10% especializou-se em duas áreas diferentes (pós em magistério superior e mídia étnica) e 10% tem doutorado incompleto, o que perfaz um total de 50% que investiram em pós-graduação *latu sensu* (completa e incompleta), ressaltando que desse total, quatro deles são os que dirigem a comunicação política estadual e municipal em Aracaju. Nota-se que o itinerário escolar da maioria desses sujeitos está intimamente relacionado com a origem social e cultural de sua família, pois quando confrontado o percurso escolar dos entrevistados com os de seus genitores, evidenciou-se que aqueles que têm pais com formação acadêmica, majoritariamente cursaram algum tipo de especialização (*latu sensu* e mestrado).

Sobre o peso da formação universitária em jornalismo para o exercício da atividade de assessoria de imprensa, os pesquisadores Costa, Duarte e Schmitz (2012) fizeram um estudo a respeito da temática e identificaram que há no mercado uma preferência por graduados em jornalismo com experiência nas redações. O que também podemos confirmar através desse trabalho, pois dos 10 entrevistados, 90% tem formação jornalística e consideram que o diploma qualifica e valoriza a profissão, 80% do total afirmam que a formação superior específica é essencial para o exercício da atividade em questão, pois ela dá o conhecimento técnico, teórico e ético da profissão. Como podemos observar no depoimento da assessora de imprensa do PSB.

Considero a formação é essencial não só para o jornalista em suas diferentes funções (repórter, diretor/assessor de imprensa), mas para qualquer profissional, tanto de medicina, direito, professor, etc. Com as mudanças nas teorias da comunicação, a introdução de novos estudos e também dos equipamentos usados no processo de comunicação, o profissional do jornalismo tem que ter sempre em mente que sua formação é o seu bem mais importante, pois ele tem sempre que está se atualizando para se adequar a demanda das novas tecnologias.

Esta visão de que assim como a medicina e o direito que exigem uma formação específica, do mesmo modo deve ser para com o jornalista, é compartilhada pela coordenadora de comunicação da câmara municipal e pelo secretário de comunicação de Aracaju, eles afirmam que não concordam que qualquer um possa exercer o jornalismo, assim como não acham que qualquer um possa ser advogado ou médico, pois o jornalismo é uma profissão tanto quanto as aqui citadas e por isso o diploma valoriza e qualifica a mesma. A assessora da câmara disse ainda, que acha vergonhoso que o ministro do supremo tenha

derrubado a obrigatoriedade do diploma, desqualificando uma profissão que está regulamentada há tanto tempo.

Olha, sinceramente é vergonhoso, você ter um ministro do supremo tribunal que retira a obrigatoriedade do diploma de uma profissão que é regulamentada há mais de 80 anos no país, é vergonhoso. Acho o diploma importantíssimo, porque dá ao jornalismo um conceito mais técnico, qualifica e valoriza a profissão. E hoje em dia o mercado exige isso, nós vivemos num mundo globalizado que exige que você tenha conhecimentos amplos, você tem que conhecer um pouco de tudo, não só o como fazer, mas também o porquê fazer! O jornalista hoje não basta saber escrever, ele tem que aprender a dominar as novas tecnologias, ter um conhecimento não apenas local, mas global e isso só a formação superior vai te proporcionar, então não é só a prática que é importante, o conhecimento teórico também. Então é vergonhoso o que o ministro fez. Considero um retrocesso para a profissão.

Nota-se, que o diploma é discutido pelos entrevistados como uma das garantias de valorização e reconhecimento profissional, o qual funciona como mecanismo de reserva de mercado de trabalho para os membros da profissão e exclusão dos demais. Para Freidson (1996), a expertise é principalmente um instrumento de poder profissional, que favorece aos trabalhadores o controle da própria atividade, tornando-se, assim, “aptos a aplicar aos assuntos humanos, o discurso, a disciplina ou o campo particular sobre os quais tem jurisdição” (p. 5). Portanto, as diferentes formas de acesso/controlado do saber produzem as diferenças entre o profissional e o leigo e as hierarquias no interior do grupo profissional. É o que deixa transparecer os seguintes depoimentos:

- Eu Não acho legal que qualquer um possa se arvorar a ser jornalista, assim como não acho que qualquer um possa ser um advogado ou um médico. (...) Porque é através da formação acadêmica que o jornalista passa a ter noção do que é ter responsabilidade sobre a informação divulgada. Acho que o jornalista de uma maneira geral, que trabalhe em redação ou em assessoria, tem que ter a formação universitária, pois isso qualifica a profissão (secretário de comunicação de Aracaju).
- Não se pode admitir nos dias de hoje um jornalista sem formação acadêmica, ele precisa ter um amplo conhecimento das mais diversas áreas, pois ele lida no dia a dia com diversas temáticas e tem que estar preparado, tem que ter um preparo intelectual à altura da sua função (assessor do MD).

Entretanto, apesar de todo o discurso inflamado a favor do diploma, percebe-se que ele não é uma condição sine qua non, como é no caso da medicina por exemplo, que para obter o status de médico será preciso o sujeito passar por uma formação e qualificação de nível superior (HUGHES in CHAPOULIE, 2001). O mesmo não se aplica em relação ao jornalismo, pois como já vimos no capítulo anterior, o diploma não é mais obrigatório para o exercício da profissão desde a decisão do STF em 2009. Dentro do quadro dos entrevistados, embora seja a minoria (20%), há os consideram que o diploma específico não é primordial para o exercício da profissão, pois para essa minoria, o mais importante é a “vocação”

jornalística, ou até mesmo a “paixão” pela comunicação, pois o jornalismo se aprende na prática. Partilhando dessa visão temos o secretário de comunicação estadual (formado em jornalismo) que profere o seguinte discurso:

Essa discussão do diploma ser obrigatório ou não, eu acho desnecessária. Porque o jornalismo é uma profissão tão abrangente, tão ampla, que não cabe apenas num diploma. É claro que acho a formação universitária importante, tanto que eu sou formado, pois a academia dá uma visão ampla da sociedade e da profissão. Mais não acho primordial para o exercício do jornalismo, pois o que vai determinar o bom jornalista é o talento e a competência profissional. Então acho indiferente ter ou não diploma, não acho que ele seja determinante ou essencial para o exercício da profissão, ele não é condição sine qua non (secretário de comunicação do Estado).

Mesmo que a maioria concorde que a formação superior em jornalismo deva ser um pré-requisito obrigatório para a entrada do indivíduo no jornalismo, parece haver um impasse quanto à relevância ou não, do diploma para a atividade de assessoria de imprensa, pois ao mesmo tempo em que consideram o diploma como um passaporte para a inserção no jornalismo considera a experiência fundamental para a prática da assessoria de comunicação. Costa, Duarte e Schmitz (2012) identificaram em seus estudos sobre a temática em questão, que apesar do mercado preferir graduados em jornalismo para atuar em suas assessorias de imprensa, esse mesmo mercado prefere o jornalista com passagens pelas redações, pois além de dominarem as técnicas jornalísticas, conhecem as rotinas da imprensa, o que facilita a veiculação de conteúdos na mídia. Neste sentido, a titulação universitária corresponde a um tipo de capital cultural que contribui para a hierarquização profissional e que está em constante disputa com outros recursos, como com os oriundos das origens sociais elevadas (BOURDIEU, 1992). Pois como destaca Petrarca (2007), o diploma por si só não garante ascensão profissional, é preciso que ele esteja combinado a outros recursos, como os de origem social, da experiência profissional, da participação sindical, etc., para que se torne relevante.

Vale destacar também, que o espaço acadêmico não é apenas um espaço onde se constitui o saber, mas é, além disso, uma esfera promotora de redes de relações, que corrobora para a inserção profissional do jovem através da troca de informações sobre vagas no mercado de trabalho, ou indicações para o exercício de determinada atividade. As assessoras de imprensa do PSB e do PT ilustram bem essa afirmativa. A primeira em seu depoimento, diz que sua primeira experiência em uma assessoria de imprensa política, se deu quando ainda estava na faculdade, graças à indicação de uma professora.

Comecei a atuar em assessoria de imprensa política ainda em Maceió, antes mesmo de me formar, quando estava já nos últimos períodos do curso, um partido político pediu a uma das professoras do curso que conseguisse uma estudante que já tivesse

terminando para trabalhar na assessoria da campanha política. Então como eu tinha uma boa relação com essa professora e ela conhecia meu esforço e vontade de aprender e me indicou. Aí eu já comecei trabalhando mesmo na assessoria, fazia produção de programa de TV, marcava entrevista para as rádios, mandava notas para os jornais, etc. Então já era uma assessoria política (assessora de imprensa do PSB).

Já a segunda (assessora de imprensa do PT), uma jovem concludente do curso de comunicação social da UFS, que além da assessoria de imprensa que está exercendo para o referido partido, realizou alguns estágios também em assessorias, só que em instituições como na DESO (Departamento de saneamento e obras de Sergipe) e no SENAC (Serviço Nacional de aprendizagem comercial), além de ter feito algumas atividades de freelance para o SINTESE (Sindicato dos trabalhadores em educação de Sergipe) elaboração do informativo do sindicato e na montagem e manutenção de um site para um artista plástico, a partir da recomendação de uma colega de curso. A respeito de como conseguiu tais atividades ela dá o seguinte depoimento.

Minha experiência em jornalismo vem dos estágios que fiz depois que comecei o curso, na verdade, foram dois estágios em assessorias de imprensa institucional e algumas atividades de freelance para o SINTESE, onde colaborei com a elaboração dos informativos do sindicato que são distribuídos aos professores e na criação e manutenção de um site para um artista plástico. Comecei essas duas atividades, através da indicação de uma colega de turma, eu estava procurando algo para fazer na área e perguntei se ela sabia de alguma coisa, aí ela me falou me disse que fazia freelance para o SINTESE, mas que estava deixando e perguntou se eu queria, disse que sim e ela me apresentou a presidente do sindicato. A mesma coisa aconteceu com o site do artista. Já os estágios no DESO e no SENAC, fiquei sabendo na UFS mesmo, através daqueles cartazes que as empresas colocam sobre seleção para estagiários, me escrevi e fui selecionada.

Os depoimentos exemplificam o que afirma a literatura pertinente (NEVEU, 2006; PETRARCA, 2007; 2009; RIEFFEL, 1984) que a instituição escolar se compõe assim, como uma importante esfera de sociabilidade, onde os estudantes estabelecem laços preciosos que poderão influir positivamente no futuro profissional do jornalista.

## **2.2- Competência Jornalística e Ingresso na Assessoria de Imprensa Política**

A competência profissional do jornalista é culturalmente vinculada à formação acadêmica e à produção de matérias escritas para a publicação em jornais e revistas e matérias audiovisuais, para serem veiculadas na mídia eletrônica (TV e rádio) e na internet. Na opinião de Gomes (2004), a competência jornalística “é a capacidade de falar e agir de maneira legitimada pelo campo social do jornalismo” (p. 54), uma vez que esta profissão, no ponto de vista do referido autor, é ao mesmo tempo um sistema de relações e de reconhecimentos que se dá através do acúmulo de capitais que dota o indivíduo da competência jornalística. Em relação à atuação do jornalista na comunicação política, as competências solicitadas são entre

outras, a organização de equipes, administração do dia-a-dia da campanha, estratégias de comunicação, criação e disseminação de materiais na esfera da comunicação de massa, criação e manutenção de web sites, facilidade de acesso às redações, etc.

O que nos leva a compreender de que a competência necessária para a inserção do jornalista na comunicação política advém não apenas do diploma e da prática profissional, mas de um conjunto de recursos combinados entre si, tais como: redes de relações, prestígio acumulado, ativismo político, etc. Pois como alega Bourdieu a respeito do campo científico, “acumular capital é fazer um nome, um nome próprio, um nome conhecido e reconhecido, marca que distingue imediatamente seu portador, arrancando-o como forma visível do fundo indiferenciado, despercebido, obscuro, no qual se perde o homem comum” (1983: pg. 132). Acrescenta-se também, que o universo político procura ser assessorado por agentes que além de serem dotados de competência jornalística<sup>24</sup>, tenha conhecimentos sobre o mundo político e vínculo com as redações, o que pode favorecer o assessorado com publicações positivas para sua imagem (Gomes, 2004).

Deste modo, as redações são consideradas não apenas como espaços para o exercício profissional e aquisição da competência jornalística, mas também como promotora de sociabilidade entre os iguais, onde há um fortalecimento de vínculos e a ampliação da agenda de endereços a partir da prática profissional (entrevista com um político, por exemplo), que contribui para a inserção e ascensão do jornalista na comunicação política. Portanto, se as redações midiáticas se constituem em esferas promotoras de competência profissional e de recursos determinantes para a inserção do jornalista aracajuano no universo da comunicação política e para a ocupação de cargos dirigentes nesse setor, torna-se necessário que se saiba como se organiza a imprensa sergipana que forma os espaços onde os profissionais estudados atuam e constituem seus laços sociais, que conforme Coradini (2001), mais do que laços constituídos na atuação profissional, trata-se do uso de títulos profissionais em combinação com recursos de outras esferas que tornam-se fundamentais para o sucesso do sujeito em outra área de atuação.

Quadro V – Veículos midiáticos de Sergipe

<b>Veículos de Comunicação</b>	<b>Nº</b>	<b>Grupos Midiáticos</b>	<b>Tipos De Veículos/ Sede</b>
TV Aberta	03	Sistema Atalaia de Comunicação	TV e rádio atalaia/AM; Megga FM (Aracaju) e rádio Cidade AM (Simão Dias)
TV por assinatura	02		
TV Pública	01	Fundação Aperipê	TV e rádio aperipê AM e FM/ Aracaju

<sup>24</sup> - Domínio da linguagem midiática, competência comunicativa e habilidade para lidar com a comunicação de massa.

Rádios AM/OM	13	de Comunicação	
Rádios FM	21	Rádio Televisão de Sergipe	TV Sergipe e Sergipe FM/ Aracaju
Rádios comunitárias	04	Rede Jornal de Comunicação	Correio de Sergipe, Rádio jornal AM e FM
Jornais	12	Total de Veículos de Comunicação: 57	
Revistas	02		

Fontes: <http://www.netpapers.com/jornais-por-estado/brasil/sergipe>; <http://www.guiademidia.com.br/jornaisdosergipe.htm>.

O sistema de comunicação em Sergipe é formado por cinquenta e sete veículos midiáticos, sendo que os maiores e mais representativos estão sediados na capital e encontram-se sob o domínio de lideranças políticas locais e grupos familiares. Como é o caso do sistema atalaia de comunicação e da rádio e televisão de Sergipe, esses dois grupos são os mais abrangentes do Estado e seus proprietários são irmãos, sendo que um deles é o conhecido político Albano Franco, que entre outros cargos eleitorais, já ocupou a posição de governador e senador. Já o terceiro grupo, a Fundação Aperipê de Comunicação, se destaca principalmente por pertencer ao governo estadual. Há ainda o quarto grupo, a rede jornal de comunicação, composta por três rádios e um jornal, o qual está sob o controle do político João Alves Filho, o atual prefeito de Aracaju e ex-governador do Estado. A mídia em Sergipe é segundo Melo (2013)<sup>25</sup> um caso típico do que acontece na mídia brasileira como um todo, onde a mesma é comandada por coronéis eletrônicos, ou seja, grupos políticos ou familiares têm o poder, não apenas econômico e financeiro, mas também têm o controle midiático.

Como podemos observar, o mercado midiático em Sergipe é restrito e caracteriza-se por ter grupos políticos em seu comando. Então é comum que jornalistas que trabalham em algum veículo de comunicação, sejam recrutados para assessorar a campanha eleitoral do dono do veículo. Este foi o caso da assessora de imprensa do PSB, que trabalhava no jornal Correio de Sergipe como editora política, quando João Alves Filho, político e dono do jornal, pediu ao diretor que indicasse alguém para colaborar na assessoria de imprensa da sua campanha a governador do Estado em 2002, e o diretor a indicou. Foi através deste trabalho que ela se inseriu na assessoria de imprensa política de Aracaju e a partir de então já fez vários trabalhos nesse setor, tanto para órgãos públicos, quanto para políticos e hoje faz assessoria para o PSB e para o senador Valadares do mesmo partido.

Quando cheguei aqui, um amigo me apresentou ao diretor do Correio de Sergipe e fui logo contratada, pois estavam precisando de alguém para o editorial de política. Um ano depois, João Alves que é o dono do jornal pediu ao diretor para indicar alguém com experiência em política para assessorar sua campanha a governador do Estado e eu fui indicada, pois além de fazer o editorial de política do jornal, também já tinha trabalhado como estagiária em uma campanha política em Maceió.

<sup>25</sup> <http://donosdamidia.com.br/estado/28>

Há ainda aqueles que conheceram o assessorado através de uma entrevista realizada durante o período eleitoral para o veículo onde trabalhava, e mais tarde foi convidado para fazer a assessoria do político entrevistado. Também tem os que receberam o convite para fazer assessoria de comunicação, por ter se tornado conhecido no meio jornalístico e político, através de seu trabalho em editoriais de política. Como podemos observar no relato a seguir.

Fui convidado pelo deputado para ser seu assessor, depois de longos anos de experiência escrevendo sobre política em jornais locais e em diversos cargos nas empresas privadas e públicas. Inclusive o conheci quando trabalhava como repórter e apresentador de telejornalismo na TV Sergipe onde fiz uma entrevista com ele, que na época era candidato a deputado estadual. Depois disso, fui trabalhar como assessor de comunicação da secretária de educação e ele era amigo do secretário e sempre aparecia por lá, então a gente acabou ficando amigo e quando ele se candidatou a deputado federal queria alguém com experiência em jornalismo político para assessorar sua campanha e me convidou, bom, ele se elegeu e continuei sendo seu assessor de imprensa.

### **2.3 - Paixão Pela Comunicação, Vocação e Competência Jornalística**

No desenvolvimento dessa pesquisa, pudemos observar que há uma preferência da esfera política por profissionais que dominam as técnicas jornalísticas e conhecem as rotinas da imprensa, de acordo com Duarte, Costa e Schmitz (2012) que também pesquisaram a temática, esta demanda por profissionais com diplomas em jornalismo e preferencialmente, que tenham experiência nas redações de jornais, rádios e TV, é explicado pelo fato de que esses profissionais além de saberem escrever um bom texto jornalístico, também conhecem as rotinas midiáticas, sabem identificar o que interessa ou não a mídia, oferecendo assim aos jornalistas excelentes textos jornalísticos, prontos para serem veiculados. Tal afirmação pode ser constatada no depoimento da diretora de imprensa da assembleia legislativa,

Bom, quando o jornalista vai exercer uma assessoria de comunicação, a experiência que você adquire antes nas redações é muito importante. Até mesmo pra você saber como funciona o jornal, a hora que fecha o jornal, como é aquele veículo, o que é que pode entrar como pauta, o que não pode como tornar uma informação publicável, qual a linha, qual o tom a utilizar, tudo é experiência e vai contribuir para que seu release seja publicado (Entrevista realizada em 2012).

A preferência por profissionais com experiência midiática fica mais nítida ainda, quando notamos que do conjunto dos entrevistados durante esse trabalho, 80% tiveram experiência profissional nas redações antes de ingressarem na esfera da comunicação política. Desse total, 60% (06) atuaram em editorial de política e 30% trabalharam com programas de entrevistas em rádios e TV. Outro indicio dessa preferência, é que identificamos 84 assessores de imprensa política atuando no Estado de Sergipe, dos quais, 62,2% são jornalistas por formação ou por atuação nas redações, enquanto que 37,8% exercem outras atividades e têm

uma formação diferente. Ressaltamos aqui, que esse percentual de assessores não jornalistas encontra-se principalmente nas assessorias de comunicação dos municípios que estão mais distantes da capital, como já observado anteriormente, tanto na capital, quanto nos municípios próximos a ela, as secretarias de comunicação são compostas prioritariamente por jornalistas. A fala da assessora de imprensa do PSB e do assessor de imprensa de um deputado federal explicita bem tal preferência.

- Bom, a experiência conta muito na hora de você ser contratado. Quando me formei que fui procurar emprego, distribuir currículo por tudo quanto foi veículo de comunicação de Maceió, então o que é que aconteceu, levei muitos não na cara e um diretor me disse: olhe se eu tiver que contratar alguém pra pagar o piso, eu vou procurar alguém com experiência, não vou pegar você que é “verde”. Até mesmo para atuar em uma assessoria de imprensa você tem que ter experiência em redação. Porque eles preferem alguém mais experiente, que já sabe como tudo funciona. (assessora de imprensa do PSB).

- Para se trabalhar em uma assessoria de imprensa jornalística a prática é extremamente útil, principalmente a do jornalismo político, porque você leva a experiência da redação para a assessoria e isso te ajuda bastante. Então o político que te faz um convite para assessorar sua carreira, olha muito isso também, não é só por amizade. (assessor de imprensa de um deputado federal).

Dessa forma, podemos afirmar que os políticos preferem em suas assessorias de imprensa ou nas secretarias de comunicação o jornalista experiente, pois “a competência comunicativa, a habilitação para lidar com a comunicação de massa, torna-se elemento precioso para a esfera política” (GOMES, 2004: p. 76). Porém que competências os próprios jornalistas consideram necessárias para a entrada no jornalismo e posteriormente na assessoria de comunicação? Quando questionados sobre isso, várias foram as respostas, mas houve uma predominância nos discursos que ainda consideram que o jornalismo é “vocação”. Compartilham dessa posição o secretário de comunicação do Estado, a diretora de imprensa da ALESE, dois assessores de parlamentares e a assessora de imprensa do PT, o que soma 50% do universo. O depoimento da assessora de imprensa do PT ilustra bem o discurso do jornalismo como vocação.

Porque escolhi o jornalismo? Por vocação, porque acredito que você tem que ter vocação para o que está fazendo, se não desiste na primeira dificuldade. E para você ser jornalista tem que ter vocação, gostar mesmo do que está fazendo. Pois ser jornalista não é só glamour, é muito mais ralação. Porque se você quer ser um bom jornalista, tem que trabalhar muito, final de semana, feriado, não importa, porque a notícia não tem hora nem local marcado para acontecer, ela simplesmente acontece e você tem que ir atrás. E o salário do jornalista principalmente para quem está começando não é muito animador, então ter vocação para o jornalismo é importante porque faz você seguir em frente e querer fazer um bom trabalho, mesmo com todas as adversidades da profissão.

De acordo com o texto “Política como vocação”, de Max Weber (2006) a raiz da vocação em sua expressão mais elevada é o domínio em virtude da dedicação, dos que

obedecem, ao carisma exclusivamente pessoal do líder. Ele diz ainda que os homens não obedecem ao líder em virtude da tradição ou lei, mas porque acreditam nele. Dessa maneira, pode-se entender a “vocação” como um chamado para o homem realizar algo pelo simples fato de acreditar nisso, independente de outros fatores externos. Só assim as outras pessoas poderão confiar no trabalho que ele exerce. Entende-se igualmente que o jornalista vocacionado se sente atraído para aquilo que considera belo, grandioso, importante e necessário que se faça. Pois a “vocação” é sempre vista como algo que se pode fazer de útil para os outros, ela tem sempre essa dimensão da “alteridade”, é sempre “alter”, isto é, é sempre voltada para o outro, é um serviço, uma doação. Para se doar é necessário não deixar que fatores externos se sobressaiam sobre esse “chamado” e sobre o que é correto. A assessora de imprensa do PT procura deixar isso bem claro, quando em seu discurso faz referência ao baixo salário do jornalista e a rotina da profissão.

Ainda houve alguns jornalistas que disseram que o jornalismo é paixão, “e paixão não se explica”, disse o assessor de imprensa de um deputado estadual. A assessora de comunicação da câmara de Aracaju, também referiu-se a sua escolha pelo jornalismo e sua atuação em assessorias de imprensa como “paixão” pela comunicação: “sou apaixonada pela comunicação como um todo, sempre gostei de falar muito, escrever, de me comunicar” disse ela. Já o secretário de comunicação do município credita a sua escolha pelo jornalismo ao seu gosto pela leitura e escrita. “Sempre gostei de ler e escrever, quando adolescente participava de concursos de redação e poesia, porque adorava escrever”. É importante notar aqui, que além de considerar o jornalismo uma “paixão”, esses atores consideram a atividade um caminho natural para quem gosta de ler e escrever, ou seja, uma atividade intelectual, que está ligada as origens sociais mais elevadas.

Já quando perguntados sobre porque decidiram trabalhar em assessorias de imprensa, o discurso inflamado sobre “paixão e vocação” foi amenizado e 90% deles responderam que foi por causa dos melhores salários, ou para complementar a renda, já que o jornalismo paga pouco e só com o salário de jornalista de redação não dá para viver. É o que alega o assessor de imprensa de um senador que além da assessoria parlamentar apresenta um programa na Ilha FM e escreve para um jornal de Itabaiana.

A comunicação institucional e parlamentar tem um salário melhor do que os veículos de comunicação e como o jornalista sergipano ganha mal, a gente se vira exercendo duas ou mais funções. É claro que não é o ideal, mas grande parte dos jornalistas faz isso, para que tenha uma renda melhor.

Essa é a mesma justificativa para o assessor de imprensa do MD, que exerce assessoria não só para o partido, mas também para um deputado estadual e para um suplente

de senador, afora as atividades como diretor e editor geral do jornal A Notícia. Esse é o caso de 60% dos assessores entrevistados que trabalham ao mesmo tempo em assessorias de imprensa política de parlamentares ou de partidos políticos e como jornalistas nas redações de rádio, jornal ou TV. Quando questionados sobre quais as competências importantes para que um jornalista se insira e cresça na hierarquia da comunicação política, 80% do universo foram categóricos ao afirmarem que a experiência em redações e a competência técnica aliada ao diploma em jornalismo são imprescindíveis. Como podemos ver nos depoimentos a seguir:

A experiência como jornalista é fundamental em qualquer atividade, e o jornalista aprende a técnica através da prática, no dia a dia e quando assume uma assessoria de imprensa essa experiência é essencial. Porém quando você assume uma assessoria de um político, ou até mesmo de um órgão público, além da experiência na TV, no rádio ou jornal, é essencial que você tenha também o conhecimento teórico da profissão, pois ele te dará suporte para a prática, além do conhecimento técnico de leis, de sanções, tramitações, de projetos de constituição federal, etc. Então não é só a experiência que conta, eu também tenho que buscar o conhecimento acadêmico (assessor de imprensa de um senador).

Alguns entrevistados também afirmaram que ter trabalhado em uma redação se constituía em importante requisito para a assessoria de imprensa política, porque isso facilitaria o trabalho de assessoria, principalmente no que diz respeito à intermediação entre o assessorado e a mídia, pois segundo eles, o jornalista sabe que caminhos trilhar, o que fazer para as informações de seu assessorado chegar até a mídia, além de abrir portas na imprensa na hora de enviar um release que terá muito mais chances de ser publicado se você conhece o pessoal da redação. Nas palavras de Gomes, “os assessores de comunicação são selecionados por sua capacidade de “fazer gestões” em redações a favor de seu empregador no campo político” (2004: p. 156). É o que ressalta os depoimentos a seguir:

. Eu considero a experiência em redações jornalística muito importante para se atuar em uma assessoria de imprensa ou comunicação, porque o jornalista sabe os caminhos a seguir para as publicações do assessorado, sabe com quem entrar em contato nas redações, que dará mais atenção ao seu release e até na qualidade do texto, para poder se tornar mais claro para a compreensão da sociedade e até de como tornar um texto apto para uma publicação jornalística (secretário de comunicação de Aracaju. Entrevista realizada em 2012).

. Você ter trabalhado em uma redação antes de exercer a assessoria de imprensa é muito importante, porque além de lhe abrir caminhos nas redações, já que quando você precisa fazer uma publicação do seu assessorado conhecer os colegas de profissão que atuam em redações facilita. Há também o fato do conhecimento do trabalho redacional e como você já sabe qual o assunto que interessa a mídia e como ele deve ser abordado facilita na hora de enviar um release e amplia as chances de publicação (Coordenadora de comunicação da Câmara Municipal. Entrevista realizada em 2012)).

Os depoimentos acima são reveladores da importância que os laços sociais estabelecidas no interior das redações jornalísticas, conjugadas com as “competências

técnicas” (experiência profissional e formação superior 80% são formados) assumem como um recurso que facilita a mobilidade profissional de um setor de atuação a outro, assim como no recrutamento e na legitimação da ocupação de cargos públicos (PETRARCA, 2007; 2009; LEGRAVE, 1996), Apenas 20% do universo não tiveram experiência prévia em redações, já iniciaram sua vida profissional na assessoria de imprensa ou no marketing político, esses são os casos da assessora de imprensa do PT, que está se formando em jornalismo e não tem nenhuma experiência em redação, seus estágios foram todos em assessoria de imprensa de órgãos públicos e do secretário de comunicação do Estado, que começou sua vida profissional na assessoria de imprensa e marketing.

## **2.4 - Militância Associativa e Partidária e Ingresso na Comunicação Política**

Temos demonstrado no decorrer deste capítulo que a entrada do jornalista aracajuano na comunicação política se dá a partir do acúmulo de múltiplos recursos, angariados nas diferentes esferas de vida, entre as quais se encontra a própria esfera política. A qual, segundo Petrarca (2007) colabora não só para o acúmulo de recursos, mas também para a ampliação do espaço da atuação jornalística e aumento dos aspectos subjetivos do conhecimento. Segundo ela, o modo particular de relacionar a competência jornalística com a militância política resulta muitas vezes em convites para assessorias de imprensa política e para a ocupação de cargos em instituições governamentais.

O assessor de imprensa do Partido MD (Mobilização Democrática) é um exemplo clássico de tal afirmação, esse jornalista tem em sua trajetória uma ampla militância política em movimentos estudantis, sindicato profissional e partido político. Em seu percurso observa-se a participação ativa na direção do DCE (Departamento Central dos Estudantes) na Universidade Federal da Paraíba onde estudou economia<sup>26</sup>, liderou também o centro acadêmico de jornalismo da UNIT (Universidade Tiradentes - Aracaju), é membro ativo do Sindjor, do qual já foi presidente. Também foi filiado a um partido político, o PRP (Partido Republicano Popular) do qual foi vice-presidente.

Em seu trajeto profissional já atuou como radialista, editor político, repórter e apresentado de telejornal e trabalhou em diferentes veículos midiáticos do estado, entre os quais: TV Caju, Jornal da Cidade e Rádio Aperipê. Como assessor de comunicação já atuou

---

<sup>26</sup> - Conforme já informado anteriormente, ele veio da Paraíba para Aracaju trabalhar num jornal local, ao chegar aqui concluiu o curso de jornalismo na UNIT.

em vários órgãos governamentais do estado e do município (Secretaria Estadual de Saúde, Emsetur, Deso, Secretaria de Segurança Pública, Secretaria de Educação, SMTT, etc.), sempre a convite pessoal dos secretários ou presidentes dos referidos órgãos, que eram seus amigos, os quais ele conheceu a partir de sua militância política, ou através de suas atividades no interior das redações e como assessor de imprensa de instituições públicas. Na época da entrevista (2012) atuava como assessor de imprensa de um partido político e de um parlamentar, além de dirigir um jornal semanal.

Quando questionado sobre como se deu a sua inserção na comunicação política, ele inicialmente declarou que foi por causa de sua competência profissional e de sua intensa atividade jornalística em diferentes veículos midiáticos, que segundo ele é o que mais conta na sua carreira. Porém, logo em seguida diz que começou a convite político como podemos verificar no depoimento abaixo.

Comecei como assessor de imprensa política, por causa da minha atuação no jornalismo político em rádios, editorial político de jornal e telejornalismo, o que me deixou conhecido...Mas minha primeira experiência foi quando era vice-presidente do PRP e o partido fez uma coligação partidária para a eleição municipal e como eu já era conhecido como jornalista político, fui indicado na própria reunião de coligação para assessorar a campanha. De lá para cá, já fui assessor de comunicação de vários órgãos do governo... Hoje sou assessor de imprensa do MD, a convite do presidente do partido que é meu amigo desde quando fazíamos parte do PRP e também assessoro um suplente de senador, que me convidou por indicação do ex-deputado federal João Fontes, com quem já trabalhei (entrevista realizada em 2012).

Durante a entrevista, o referido assessor tenta o tempo todo, chamar a atenção para sua competência profissional (adquirida na atuação em editoriais de política, jornalismo televisivo e programas político em rádios) como principal responsável por sua entrada no universo da comunicação política. Entretanto, destaca em seu discurso como a militância política em movimentos sindicais e em partidos políticos contribuiu positivamente para seu ingresso e permanência no referido universo. Pois segundo o mesmo, a experiência política contribui para o bom desenvolvimento da referida atividade.

Em minha opinião, ninguém melhor para falar de política, do que aquele que está engajado em um partido ou em um sindicato e que sabe como sua estrutura funciona. Então, para um jornalista que quer trabalhar no editorial de política de um jornal, ele tem que ter essa experiência, para que não fique só na teoria. Pois assim, quando ele escrever um artigo sobre política ou até mesmo entrevistar um político, vai ter segurança do que está falando, porque tem um conhecimento prático e não só de leituras e de ouvi falar (entrevista realizada em 2012).

O secretário de comunicação da prefeitura de Aracaju, também comunga com essa ideia, segundo ele ter sido filiado a um partido político lhe ajudou a falar/escrever com mais propriedade sobre política. Inclusive foi através da sua militância partidária que teve a primeira experiência na comunicação política, quando no ano de 1992, o PCB, partido ao qual

era filiado, apoiou a candidatura de Mitidieri do PMDB a prefeito de Aracaju e esse, que o conheceu nas reuniões da coligação, o convidou para assessorar sua campanha.

A minha experiência como filiado de um partido político foi muito importante para a minha formação, não só como cidadão, mas também como jornalista, principalmente quando escrevo sobre política, isso contribui para que eu tenha convicção do que estou falando. Outra coisa que também me ajudou muito a formar uma opinião sobre política e na hora de escrever ser contundente no que estava dizendo, foi ter me candidatado a presidente do Sindjor e ter concorrido a uma eleição sindical, embora tenha perdido, foi muito importante porque ampliou minha visão do que é todo esse processo eleitoral e passei a ter um conhecimento mais profundo da política, o que é fundamental na hora de escrever um editorial político (entrevista realizada em 2012).

Ele ainda diz que sente falta de não ter participado de um grêmio estudantil na sua juventude, pois se tivesse feito isso, com certeza sua visão de mundo seria muito mais ampla. Porém ele ressalva que não fez isso por falta de oportunidade, pois como a maior parte de seus estudos foi em escola particular e a graduação também foi particular, não teve a oportunidade de fazer isso. Mas diz que é importante para o jornalista se engajar em algum movimento social, pois isso com certeza contribuirá para que tenha uma visão mais ampla do mundo e lhe dará mais recursos para que tenha propriedade do que fala, pois a convicção, o conhecimento intenso da causa é muito importante na hora de escrever. Conforme Coradini (2001) e Petrarca (2007) é exatamente a forte imbricação que existe entre certas profissões e a política, que dão sentido a ação dos atores e possibilita a reconversão das relações estabelecidas nas duas esferas em recurso tanto profissional, quanto político.

Do total dos jornalistas aqui mencionados, 60% deles participam como associados do sindicato dos jornalistas e dois deles já foram candidatos a presidente do Sindjor, e um deles (assessor de imprensa do MD) conseguiu eleger-se. No que diz respeito à militância e associativismo em partidos políticos ou agremiação estudantil 40% do total (04) em algum momento de sua vida participaram ativamente de movimentos estudantis ou de partidos políticos, dois dos quais são os secretários de comunicação de Aracaju e do Estado. Os outros dois são assessores de imprensa partidária (PT e MD), vale fazer uma ressalva aqui, que a assessora de imprensa do PT filiou-se espontaneamente (não foi exigência) ao partido após tornar-se sua assessora de imprensa. Quanto à experiência anterior em militância política (grêmio estudantil, sindicatos e partidos) ela diz nunca ter participado. Em relação a sua entrada na assessoria do partido, se deu através de uma seleção, onde ela e mais dois candidatos escreveram um artigo sobre política e o dela foi escolhido, portanto não está relacionado à militância, mas sim a competência profissional, ou seja, ao domínio da linguagem jornalística.

Já os outros três tiveram significativas participações em movimentos estudantis, sindicatos profissionais e partidos políticos. E quando questionados sobre a importância de tais vínculos com a política, afirmaram ser de grande valor, pois participar de um movimento político contribui para o entendimento da conjuntura política de nosso país e o jornalista que lida com a política diariamente tem que entender da mesma e nada melhor do que participar ativamente de um movimento social ou partido político para ampliar seus conhecimentos. Neste sentido, Gomes (2004) explicita em seus pressupostos, que a esfera política busca um agente dotado de competência jornalística e que de conhecimento político, para atuar em sua assessoria de comunicação.

No decorrer deste capítulo, demonstramos através de dados empíricos que é o acúmulo de múltiplos recursos e a combinações entre eles que garantem a entrada e permanência do jornalista aracajuano na assessoria de imprensa política. Esse acúmulo de recursos é garantido ao sujeito, através de sua inserção em diferentes esferas de vida, entre as quais se destacam a esfera familiar (origem social elevada), a escolar/acadêmica, a profissional (redações midiáticas) e a política - formada por partidos, movimentos sindicais e agremiações estudantis -. Constatamos assim, que dentre os variados recursos acionados pelos jornalistas para sua entrada na comunicação política, os que mais se destacaram nessa pesquisa foram à experiência profissional e os vínculos advindos das redações, da militância política e da esfera escolar.

Verificamos ainda que apesar do diploma ter sido considerado pela maioria dos entrevistados como importante para a valorização da profissão, percebeu-se que ele só adquiriu importância como recurso para entrada na comunicação política, quando esteve aliada a prática jornalística e a uma ampla rede de relações. O recurso com maior peso ficou por conta das redações, pois o universo político valoriza mais a experiência profissional quando procura um assessor de imprensa, é o que indica a preferência da esfera política por jornalista que estão na faixa etária acima dos 35 anos. Característica que não foi explorada no decorrer desse capítulo, pois não fazia parte de nossos objetivos, mas que merece atenção, já que de acordo com Petrarca (2007), tais dados associados a outros indicadores (inserção profissional, origem, formação acadêmica...) demonstram características importantes sobre a forma de recrutamento dos jornalistas.

De acordo como os dados aqui apresentados, a diferença etária entre o jornalista mais velho e o mais jovem é de 30 anos, o que além de ser um indício da preferência do universo político por jornalistas mais experientes, demonstra uma grande mudança na forma como

esses agentes percebem o jornalismo e suas práticas, visto que nesse espaço de três décadas ocorreu uma mudança substancial não só em relação ao papel do jornalista na sociedade, mas também no que diz respeito ao seu espaço de atuação. Como já explicitado no primeiro capítulo, há 30 anos o jornalista que atuava em assessoria de imprensa era mau visto pelos colegas de redação, houve também a inovação tecnológica no setor jornalístico que contribuiu para a redução das atividades redacionais, mas em contraposição, com o advento da internet houve uma ampliação do espaço de atuação com o surgimento do jornalismo online.

Não podemos esquecer também, que os jornalistas com mais de 50 anos vivenciaram as mais importantes mudanças políticas e sociais ocorridas no país nas últimas cinco décadas, período em que o Brasil viveu sobre o regime militar e depois passou pelo processo de redemocratização, viveu o movimento das diretas já, alguns anos depois vivenciou o movimento fora Collor e acompanhou os altos e baixos da economia, o processo de globalização mundial e da evolução tecnológica. Enquanto que os jornalistas com menos de 30 anos nasceram e cresceram sobre o regime democrático, onde a imprensa e os cidadãos gozam plenamente do direito a livre expressão e vivem num mundo totalmente tecnológico e globalizado e os acontecimentos sociais percorrem o mundo no instante em que acontecem e a notícia é transmitida ao vivo pelos meios de comunicação de massa tradicional e pela internet. Todas essas transformações ocorridas na sociedade brasileira afetaram diretamente a esfera jornalística e a visão do próprio jornalista sobre a prática profissional, como podemos conferir nos depoimentos abaixo, sobre a obrigatoriedade do diploma.

. Apesar de considerar a formação importante porque lhe dá uma visão acadêmica da profissão, não considero o diploma essencial para o exercício do jornalismo, ou da assessoria. Por que o que importa mesmo é a vocação, é você gostar do que faz. Então considero a prática é muito mais importante, pois é no dia a dia que você aprende fazer jornalismo, aliás, em toda e qualquer profissão é na prática que você realmente aprende a fazer (ass. de imprensa de um dep. Federal, 55 anos e formado em ciências contábeis. Entrevista realizada em 2012).

.Todo trabalho tem uma técnica, um método, a medicina, o direito, o professor... Tudo exige uma formação, porque não o jornalismo? Digamos que uma pessoa pega uma assessoria, por exemplo, e não conhece essa técnica, como ela vai saber administrar as informações? Saber o que interessa ou não a mídia? Como é que ela vai saber montar uma pasta? Fazer um release? Então até por questão de metodologia mesmo, acho que a formação acadêmica é essencial tanto para o jornalista que está em uma redação, quanto para o que atua em uma assessoria de imprensa (assessora de imprensa do PT, 25 anos. Entrevista realizada em 2012).

Nota-se nos depoimentos acima, como as mudanças supracitadas, contribuíram para a visão que os jornalistas têm sobre a própria profissão, enquanto o mais experiente fundamenta seu discurso na prática redacional, o mais jovem baseia-se na técnica adquirida nos bancos acadêmicos que está presente nas disputas legais pela obrigatoriedade do diploma.

### **CAPÍTULO III:**

## **O PAPEL DAS REDES DE RELAÇÕES NA OCUPAÇÃO DE CARGOS DIRIGENTES NA ASSESSORIA DE IMPRENSA POLÍTICA**

Este capítulo tem por objetivo analisar o papel das redes de relações na trajetória dos jornalistas aracajuanos, para a ocupação de cargos dirigentes no espaço da comunicação governamental e legislativa de Aracaju. A importância dos laços sociais na atuação do profissional de jornalismo vem sendo discutida tanto pela literatura francesa (NEVEU, 2001; RIEFFEL, 1984; RUELLAN, 1992) quanto pela brasileira (PETRARCA, 2007; 2008; 2009), como uma necessidade objetiva e fundamental no decorrer do percurso profissional do jornalista. Os quais, além de permitir o acesso à informação jornalística, possibilita a ascensão profissional e o acesso a posições de chefia no setor.

Segundo essa concepção, o jornalismo é uma profissão que exige do indivíduo um "dom" especial para instituir e ampliar uma densa e diversificada rede de contatos pessoais, passíveis de serem utilizados como fontes de benefícios, pois o sucesso profissional do jornalista se deve em parte a uma rica agenda de endereços (NEVEU, 2001, RIEFFEL, 1984; RUELLAN, 2006). Tais contatos são determinados pelas origens sociais do indivíduo, atuação em redações jornalísticas, a relação com os amigos de infância e/ou da época de escola, a participação em movimentos sindicais e políticos, além de relações com o estrangeiro (LEGAVRE, 1996; RIEFFEL, 1984). O conceito redes de relações nesse estudo revelou-se importante para a compreensão de processos sociais, como o acesso ao emprego nas redações jornalísticas e a ocupação de cargos dirigentes nas secretarias de comunicação do Estado e do município de Aracaju e no departamento de comunicação da Assembleia Legislativa e do núcleo de imprensa e comunicação da câmara municipal de vereadores.

O estudo realizado a partir das redes de relações, leva em conta a sociabilidade fornece uma explicação do comportamento social baseada em modelos de interação entre os atores sociais. Segundo Mercklé, (2004). Quando as ciências sociais se apropriam da noção de rede, esclarece o citado autor, é para poder deslocar a análise sobre os indivíduos e seus atributos para "as relações que eles estabelecem entre si, para a compreensão das formas que tomam essas relações e como elas contribuem para modelar os comportamentos individuais e para, igualmente, se observar a maneira como esses comportamentos contribuem em retorno para modelar as estruturas sociais" (p. 06). Deste modo, os laços sociais colocados em posições estratégicas fornecem aos atores informações úteis sobre oportunidades e escolhas,

que de outra maneira não estariam disponíveis. Ou seja, além de influenciar os agentes que têm um papel importante nas decisões (por exemplo, a contratação no caso de um emprego), podem ser concebidos como credenciais que garantem as possibilidades individuais de aceder a recursos disponíveis através de suas redes. As relações sociais também reforçam a identidade e reconhecimento como indivíduo e membro de um determinado grupo, garantem suporte emocional e possibilita reconhecimento público no que diz respeito o direito a determinados recursos ((BOURDIEU, 1987; 1998).

Mercklé define uma rede de relação como sendo "um conjunto de unidades sociais e de relações, diretas ou indiretas, entre essas unidades sociais, através de cadeias de dimensão variável" (2004: 4 - tradução livre). Os vínculos entre os elementos da rede podem ser formados por relações afetivas, transações monetárias, trocas de bens e serviços ou transmissão de informações, podem envolver ou não a interação face a face e serem permanentes ou episódicos. Para ele, rede de relações sociais é um conjunto de métodos, modelos e teorias utilizados pela sociologia e outras disciplinas, que toma por objeto de estudo não os atributos dos indivíduos (idade, profissão, etc.), mas as relações entre os sujeitos e os elementos que essas relações oferecem, a descrição das regularidades das trocas, a formação e a transformação do sistema de relações e de seus efeitos sobre os comportamentos individuais. Ele também mostra como são atualizados os indicadores para avaliação e consolidação da sociabilidade, a saber: Conexividade ou densidade, que trata do nível de interação entre aqueles que fazem parte da "Grande família" ou do "Grande Grupo"; o tamanho dele - o número de pessoas que integram essa rede; sua dispersão, que mede a distância geográfica entre os membros; e sua homogeneidade demográfica e sociocultural, que analisam dados como sexo, idade, etc.

Observa-se, porém, que não são recentes os estudos nas ciências sociais sobre a importância das relações pessoais passíveis de serem usadas como recurso para inserção no universo profissional. Sobre tais estudos, Mercklé (op.cit.) ressalta que o conceito de redes sociais tem uma longa trajetória na Antropologia, Sociologia e Psicologia. Os referenciais básicos para a compreensão da estrutura e funcionamento das redes foram segundo ele, providos por conceitos tradicionais das ciências sociais, tais como: sociabilidade, interação social, poder, autonomia e coesão social. Dentre os estudos precursores sobre redes de relações, podemos destacar os do sociólogo norte-americano Mark Granovetter, foi ele que introduziu a discussão sobre a importância e o papel das redes nos estudos sobre o acesso ao trabalho e para a ascensão social, relacionadas a outros recursos.

Na década de 1970, Granovetter já destacava o peso das redes de relações pessoais na conquista e qualidade das colocações profissionais. Ele demonstrou através de seus trabalhos como definidos tipos de relações possibilita a constituição de vínculos entre distintos grupos sociais, o que permite aos indivíduos aceder a espaços que lhes estariam impossibilitados no interior de sua rede de relações achegadas. Melhor explicitando, na busca por trabalho, os laços sociais fracos formados por conhecidos, ou ex-colegas de escola ou de trabalho, são mais eficazes que os laços sociais fortes constituídos por familiares, amigos próximos ou vizinhos, que frequentam os mesmos espaços e têm fundamentalmente a mesma rede de relações e o acesso as mesmas informações. Desta forma, a inserção do sujeito em outros universos sociais só é possível através das ligações fracas, uma vez que além de lhes fornecer informações díspares das costumeiras, possibilita também a ampliação dos contatos pessoal (SILVA, 2010).

Os estudos de Bourdieu, também são considerados importantes para a compreensão da sociabilidade, não que ele tenha feito um estudo específico sobre laços sociais, e sim sobre capital social, que tem nos vínculos sociais a principal fonte de acúmulo de capital. O uso do termo capital social foi introduzido no início da década de 1980, quando Pierre Bourdieu, em o *La Noblesse d'etat* (1989), se referiu sobre as vantagens e oportunidades de pertencer a certas comunidades e da importância das relações pessoais de troca desenvolvidas no seio das mesmas, para os processos de "seleção/constituição/reprodução" de "elites" em diferentes esferas sociais. Nesse sentido, Bourdieu (1980) defende que o capital social pode ser considerado como um agregado de recursos reais ou potenciais, que se conectam a participação em uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de mútua familiaridade e reconhecimento, assim provendo para cada membro o suporte do capital de propriedade coletiva. Ou seja, para ele o capital social emerge da formação de laços em redes, sendo estas familiares e/ou reconhecidas.

Deste modo, o eixo teórico do citado autor trata das relações sociais fundamentadas no reconhecimento e inter-reconhecimento (reciprocidade), sob o conceito de capital social. Ou dito de outra forma, concentra-se no estudo da composição, manutenção e transmissão de diferentes tipos de recurso (social, econômico, cultural, político e simbólico), adquirido pelo indivíduo através de sua interação com o outro em diferentes esferas sociais, que é o que interessa a esse estudo. A sua abordagem é centrada nas estratégias de agentes ou grupos que visam à institucionalização de relações sociais que proporcionem acesso a recursos que o coloque em posição de destaque dentro de um grupo (BOURDIEU, 1987, 1998, 1997 e 2007).

No que diz respeito ao universo de estudo (os jornalistas aracajuano que atuam em assessorias de imprensa política), no livro *Sobre a Televisão* (1989), Bourdieu procura mostrar as diversas variáveis que influenciam o espaço jornalístico e os elementos e regras próprios a esse meio profissional. O autor define o universo jornalístico como o lugar de uma lógica específica, constituída por dois princípios de legitimação: o do reconhecimento dos jornalistas pelos pares (por intermédio do conhecimento dos princípios internos ao espaço jornalístico) e o da maioria (materializada no número de leitores, ouvintes ou espectadores) Assim, ele define o jornalista como um sujeito ativo no processo da produção simbólica que se utiliza das suas redes de conexões sociais como princípio de distinção no seu campo de atuação.

Neste sentido, Neveu (2006), Rieffel (1984) e Ruellan (2006), chamam a atenção sobre a capacidade do jornalista em mobilizar as redes organizadas de relações, não só no espaço jornalístico, mas também em outros espaços sociais e de prestígio acumulado pelas posições tomadas, como recurso de ascensão profissional. Para eles, o jornalista é um "estrategista dotado de virtudes" que diariamente renova laços e amplia os contatos sociais que contribuem para o aumento de sua agenda telefônica. As redes de relações sociais não só fornecem aos atores informações úteis sobre oportunidades e escolhas profissionais, mais também são concebidos como credenciais, que reforçam a identidade e reconhecimento público e possibilitam o acesso a recursos disponíveis em suas redes. O exercício do jornalismo requer do sujeito certo dom, o "dom" de instituir relações, criar laços e despertar simpatias. (NEVEU, 2006; PETRARCA, 2007; Rieffel, 1984).

Destarte, foi a partir da articulação de tais interpretações sobre as formas e os usos das redes de relações no espaço profissional, especificamente do jornalismo que nos levou ao questionamento do objeto de estudo. Portanto, é através da análise dos dados empíricos a luz de tais abordagens teóricas que pretendemos entender como tais relações podem influenciar na inserção e ascensão do jornalista aracajuano na comunicação política. Nosso universo empírico deste capítulo é composto por quatro jornalistas, todos com formação superior em jornalismo, que ocupam os seguintes cargos: secretário de comunicação social do estado de Sergipe, secretário de comunicação social do município de Aracaju, diretora de imprensa da assembleia legislativa de Sergipe e coordenadora de comunicação do núcleo de informação e comunicação da câmara de vereadores de Aracaju.

Quadro VI - Trajetória profissional e militante dos entrevistados

<b>Entrevistados</b>	<b>Trajetória Profissional</b>	<b>Cargos ocupados</b>	<b>Militância</b>
Secretário de com. de Aracaju	Folha da Praia, Jornal da Manhã, Jornal de Sergipe (extinto), Cinform, jornal A Tarde/ BA, TV Aperipê, TV Jornal (extinta), TV Sergipe, Revista Veja, Jornal da Cidade, UFS, UNIT, UFBA/BA e prefeitura de Aracaju.	Cartunista, repórter, diretor de reportagem, diretor de redação, professor de jornalismo, editoria política, auxiliar administrativo, coordenador do laboratório de Press Ciência (notícias científicas/BA), correspondente freelance e secretário de comunicação.	Foi filiado ao PCB, é filiado ao Sindjor, onde concorreu a uma eleição para presidente do sindicato (perdeu) e filiado a ASI.
Secretário de com. de SE.	Prefeitura de Aracaju, FUNCAJU, Prefeitura de São Cristóvão, FANESE, Fundação Cultural João Bebe Água, campanhas eleitorais: PMA (Jackson Barreto - 1992, João Augusto Gama - 1996, e Marcelo Déda- 2004 e Edvaldo Nogueira - 2008) e GOV. SE (Jackson Barreto -1994 e Marcelo Déda- 2006 e 2010) e SECOM estadual.	Assessor de imprensa política, marketing político, secretário de comunicação (AJU), secretário de cultura (SC), idealizador, fundador e presidente da fundação (João Bebe Agua) professor de Marketing, secretário de comunicação estadual.	Movimentos estudantis: criou o CALEQ, qual foi presidente e foi presidente do DCE. Movimentos Políticos fundou o PCdoB.
Diretora de com. ALESE	TV universitária/UNIT, Prefeitura de Aracaju, TV ALESE, Jornal da Cidade, TV Atalaia, Diretoria de Imprensa e Comunicação/ALESE.	Estagiária, repórter, apresentadora, editoria política, diretora de comunicação.	Movimento religioso participa da igreja do evangelho quadrangular, onde coordena um grupo de mulheres.
Coord. de com. da C. M. de Aracaju.	Sindipetro, Textu's Publicidade, Tv Sergipe, Unit, Correio de Sergipe, FIES, Jornal da Cidade, Âncora comunicação, Somese, Unimed/SE, Clinica Onco Hematos e Câmara Municipal de Aracaju.	Revisora, assessora de imprensa, repórter, chefe de reportagem, professora de jornalismo, editora política, editora de municípios, sócia fundadora e diretora de empresa de comunicação, coordenadora de comunicação.	Filiada ao Sindcor

Fonte: pesquisa empírica realizada em 2012.

### 3.1- Origens Sociais, Redes de Relações e Ocupação de Cargo Dirigente

Como já salientado no decorrer desta dissertação, os laços sociais e a formação de uma ampla agenda de endereços são fundamentais para o sucesso profissional do jornalista (NEVEU, 2006; PETRARCA, 2007; RIEFFEL, 1984; RUELLAN, 1992), já salientamos

também que as origens sociais, especificamente as mais elevadas, são provedoras de redes de relações que podem vir a ser acionada como recurso para a entrada do jornalista no mercado profissional ou para a inserção e ascensão profissional em outra área de atuação jornalística. Segundo Rieffel um amigo de infância, um conhecido da família, um vizinho, ou um colega de escola/faculdade, pode se transformar em uma espécie de guia, que apresentará o jornalista ao diretor ou dono de uma redação jornalística, ou ainda, poderá fazer um convite para o exercício do jornalismo no setor de comunicação que ele dirige. Dentro desta mesma ótica, Petrarca (2008), salienta que as relações sociais do jornalista se transformam em competência profissional e reconhecimento interno, possibilitando em muitos casos o acesso a cargos de chefia em redações jornalísticas ou em órgãos públicos.

A trajetória da coordenadora da câmara municipal de vereadores de Aracaju, do universo dos analisados, é o caso mais ilustrativo do modo como as relações familiares, vinculadas a formação escolar e experiência profissional, pode resultar em um convite para dirigir um órgão público. Oriunda de Itabaiana, um dos municípios mais prósperos do interior sergipano, esta jornalista vem de uma família de fazendeiros, advogados, juízes, políticos e até fundador de um dos municípios do Estado (o tio fundou e governou Pinhão, município próximo a Itabaiana), mudou-se para a capital ainda bebê, mas diz que não perdeu o vínculo com os parentes e amigos do interior.

Sua trajetória escolar é dividida entre escola particular e escola pública, sendo que o ensino fundamental 1 (antigo primário) foi todo na rede particular no Colégio N. Senhora da Purificação, um dos melhores na época, segundo ela. Já o ensino fundamental 2 (corresponde da 5ª a 8ª série) foi realizado em 2 escolas públicas, da 5ª a 6ª série no Colégio Tobias Barreto (localizado no centro já foi considerado o 2º melhor da rede, perdendo apenas para o Atheneu Sergipense) e da 7ª a 8ª série no colégio Atheneu Sergipense, onde também cursou do 1º ao 2º ano do ensino médio, vale ressaltar que este colégio já foi uma escola de elite (onde estudava os filhos dos políticos e grandes empresários do estado, foi onde também estudou os “grandes nomes” da literatura sergipana). Quando estava cursando o 3º ano do ensino médio voltou a estudar em escola particular no Colégio Unificado, onde também fazia cursinho pré-vestibular, considerado o melhor da época.

Sua formação superior é em jornalismo, porém essa não foi a sua primeira opção profissional, antes ela prestou vestibular para direito na UFS, como não passou, foi incentivada por uma tia a prestar o vestibular para jornalismo na UNIT, já que também sonhava em ser jornalista, esta mesma tia pagou sua inscrição e inicialmente financiou o curso

(os pais queriam que ela fizesse direito na UFS, já tinha um irmão advogado e um tio e um primo juiz) depois ela mesma passou a pagar, pois começou a trabalhar em uma agência de publicidade. Também fez pós - graduação em jornalismo político na mesma instituição.

Sua primeira experiência nas redações jornalísticas foi como revisora no Jornal da Sergipe (extinto) depois exerceu várias funções em diferentes veículos de comunicação em Aracaju, tais como: editora política no Jornal da Cidade, editora de municípios no Correio de Sergipe, editora e chefe de reportagem da TV Sergipe, etc. Além de prestar assessoria de imprensa para empresas e sindicatos (SINDIPETRO, FIES, SOMESE, UNIMED, Clínica Onco Hematos...) através da Âncora Comunicação, agência da qual ela é diretora e sócia fundadora. Em 2009 foi convidada pelo presidente da câmara de vereadores para coordenar o Núcleo de imprensa e comunicação (NIC) do órgão, convite esse, que ela credita a sua larga experiência na imprensa e em assessorias de imprensa. Porém deixa escapar que conhece o referido vereador há muito tempo, o qual faz parte de suas relações familiares, como fica explícito no seu depoimento abaixo.

Eu tenho uma agência de publicidade junto com uma amiga, nossa agência presta assessoria de imprensa para algumas empresas e em 2009, assumi o núcleo de assessoria de comunicação da câmara a convite do presidente, o vereador Manuel, que já conhece meu trabalho há muito tempo. Na verdade o conheci através de meu pai, ele acompanha meu trabalho desde o comecinho, desde que comecei como revisora e abri a âncora Comunicação e quase não tinha cliente, então conhece bem a minha trajetória, o meu trabalho. Aí quando ele assumiu a presidência da câmara me convidou para coordenar o núcleo de comunicação, pois como já disse, também conhecia meu trabalho em assessorias de imprensa e em jornais e TV local, então o convite não foi só porque me conhecia pessoalmente, mas porque também conhecia meu trabalho, minha capacidade profissional (entrevista realizada em 2012).

Este é o caso mais ilustrativo de como as origens sociais mais elevadas aliadas ao investimento na profissão jornalística proporcionou o crescimento na hierarquia da comunicação social. Conforme Petrarca (2008) as origens sociais elevadas, aliadas a bagagem cultural formam alguns dos elementos que contribuem para que os jornalistas ocupem postos dirigentes no universo jornalístico. Em estudos sobre a elite jornalística francesa (1984), Rieffel já destacava que pertencer às classes sociais privilegiadas é um passaporte para o crescimento na hierarquia jornalística, pois essas lhes permitem a criação de redes duráveis de relações familiares, de amigos ou conhecidos que em dado momento pode funcionar como um recurso para o acesso a informações excepcionais, indicação para uma colocação profissional, ou o convite para a ocupação de um posto dirigente no setor midiático. Percebe-se assim, que a origem social privilegiada, permite o acesso a um conjunto de recursos e uma agenda de endereços de pessoas com prestígio social e político que podem ser evocados durante o

percurso profissional e ascender dentro da esfera de atuação, ou no sentido de Legavre (1996), passar de uma esfera a outra.

### **3.2 – Relações Estabelecidas no Exercício Profissional Como Recurso Para a Inserção e Ascensão na Assessoria de Imprensa Política**

Do ponto de vista dos autores supracitados, a solidificação e a gestão de um capital de relações sociais constituídas ao longo da trajetória do jornalista, é essencial para o sucesso profissional do mesmo. Uma vez que são esses vínculos que dá acesso à informação jornalística e quando convertidos em recursos profissionais possibilitam a ascensão profissional dentro das redações ou fora delas. Como já explicitado no capítulo anterior, dentre as esferas sociais que o jornalista está inserido, as redações jornalísticas formam uma privilegiada esfera de sociabilidade entre os iguais, onde há um fortalecimento e ampliação de vínculos que podem resultar em indicações para a ocupação de cargos em setores governamentais e legislativos. Já que a entrada do jornalista na área da assessoria de imprensa política se dá graças ao fato de um amigo ou parente, indicar a um político conhecido (PETRARCA, 2007).

Este é o caso da atual diretora de imprensa da assembleia legislativa, natural de Aracaju, filha de uma assistente social e de um PM, estudou a vida inteira em escola particular. Segundo ela sempre quis ser jornalista, quando criança gostava de brincar de repórter e nas festas de família saía entrevistando os convidados. Diz também que sempre gostou muito de ler e escrever, redação era a sua disciplina favorita no colégio, então o jornalismo sempre foi sua única opção profissional e logo que terminou o ensino médio prestou vestibular para jornalismo na UNIT, passou e foi fazer o curso com seus pais pagando as mensalidades. É interessante notar que a entrevistada associa o jornalismo a uma atividade intelectual, quando diz “sempre gostei muito de ler e escrever” e por isso foi natural a sua escolha pelo jornalismo.

Sua primeira experiência como jornalista foi dentro da própria universidade, quando ela e um amigo tiveram a ideia de fazer uma TV universitária, com uma programação interna, então elaboraram um projeto e apresentaram a uma professora que aprovou o mesmo e apresentou a reitoria, intermediando a autorização para a execução do projeto. Assim, juntos fundaram a TV universitária, onde os dois e mais alguns colegas de turma, organizavam jornais, faziam reportagens e entrevistas dentro da própria universidade e exibiam nos telões

do campus. “Era tudo muito amador, mas foi essencial para minha formação, pois comecei a colocar a teoria em prática”, diz ela.

A sua experiência fora do campus universitário se deu através de um estágio na secretária de comunicação da prefeitura, quando fez um teste para um estágio, foi aprovada e estagiou durante um ano no setor. Durante esse período surgiu uma vaga para estágio no Jornal da Cidade onde o atual secretário de comunicação de Aracaju era o diretor, ela também fez teste junto com outros candidatos, foi aprovada e contratada como estagiária, após o término do estágio ficou trabalhando como repórter de rua no jornal e respondia pelo caderno cidades, onde permaneceu até sair para trabalhar em período integral na TV ALESE.

A sua entrada na comunicação da Assembleia Legislativa se deu através da indicação do seu chefe, o então secretário de comunicação da Secom de Aracaju onde ela fazia estágio. Ele era amigo do diretor de imprensa da assembleia, o qual tinha acabado de fundar a TV alese e estava precisando de alguém com experiência na tela para apresentar a programação jornalística do veículo, comentou isso com o secretário e perguntou se ele conhecia alguém para indicar, este que gostava muito dela e de seu trabalho a indicou, pois sabia da sua experiência na TV universitária que a mesma ajudou a criar, como seu estágio na secretaria já estava no fim, ela foi trabalhar como repórter na emissora, ao mesmo tempo em que trabalhava no Jornal da Cidade. Com o tempo foi convidada a trabalhar por período integral na TV alese e deixou o jornal. Foi através dessa sua atividade que ela conheceu a deputada Angélica e que quando ela foi eleita presidente da assembleia a convidou para assumir a diretoria de imprensa do órgão.

Conheci a presidente, quando ela era só deputada e eu fazia as reportagens da TV alese. Bom, quando eu fui repórter, eu cobria o parlamento, então fui criando vínculo com os deputados e na época a Dr. Angélica já era deputada e gostava muito de meu trabalho e a gente acabou ficando amiga, então quando ela se tornou presidente, me convidou para ser a diretora de imprensa, pois eu já tinha experiência na casa e conhecia o funcionamento da comunicação da assembleia, aceitei e aqui estou. É isso (entrevista realizada em 2012).

Quando foi convidada para ser diretora de imprensa, ela estava trabalhando como repórter na TV atalaia, pois tinha sido demitida da TV alese, devido à mudança na direção da Assembleia e conseqüentemente da diretoria de comunicação da casa, o que envolve também toda a equipe do setor. Ao sair da TV alese, foi convidada por uma amiga que era diretora de redação da TV atalaia para trabalhar na edição jornalística e depois passou a exercer a função de repórter, onde ficou até a deputada Angélica ser eleita presidente da assembleia e convidá-la para ser diretora de imprensa. Ela credits esse convite a sua experiência anterior na TV

alese e a relação de amizade e confiança que ela desenvolveu com a deputada, pois segundo ela, confiança é fundamental para esse cargo.

Eu fui nomeada pela presidente Angélica Guimarães, por causa da minha experiência profissional e principalmente por causa do meu trabalho na TV Alese que gerou uma relação de amizade, então minha permanência aqui vai durar até o período que o mandato dela durar, quando ela deixar a presidência eu também saio. Se outro parlamentar assumir, eu não vou poder ficar, mesmo até por identidade, ele vai ter que colocar no cargo alguém que ele confie. Por exemplo, se a deputada ligar pra mim no domingo, Sandra venha na minha casa, eu tenho que ir. Então tem que ser alguém de confiança, ela não vai colocar dentro da casa dela quem ela não conhece, pois lá tem seus filhos e seu marido. Tudo faz diferença, ela é mulher, eu sou mulher, ela é casada e eu sou casada, entende? Então esse relacionamento é muito escolhido e não é à toa né? Então é mais político até do que técnico, mais que bom que o técnico veio aliado, né? (entrevista realizada em 2012).

É interessante notar que em seu depoimento, a jornalista fala de mais um requisito necessário para a atuação do jornalista na assessoria de imprensa política, que é a relação de confiança que se desenvolve entre o assessor e o assessorado, pois como assegura Gomes (2004), a arte da assessoria de imprensa política consiste em saber “administrar o que vai à cena e o que fica nos bastidores... em produzir visibilidade sobre o que é vantajoso que seja visível e recobrir com reserva aquilo que é conveniente manter sob discrição” (p. 120). Percebe-se ainda no depoimento acima, que a todo momento a entrevistada chama a atenção para a sua experiência na mídia local e em setores da comunicação social, para sua competência profissional e para seu vínculo com a presidente da assembleia através da sua profissão, como fatores determinantes para sua posição de diretora de imprensa, cargo máximo da comunicação social no setor parlamentar, demonstrando assim, como o acúmulo de recursos e os vínculos sociais são importantes para o sucesso profissional. Ela ainda dá o seguinte depoimento sobre a importância da experiência profissional e das redes de relações para a atuação na área da comunicação política:

Bom, a experiência que você adquire antes é muito importante, até mesmo pra você saber como funciona o jornal, a hora que fecha o jornal, o que é que pode se tornar pauta ou não, qual é a linha de pensamento do jornal, que tom utilizar, etc. Tudo é útil, entendeu? Já os contatos que você faz dentro das redações são fundamentais. Por exemplo, chegou aqui uma “menina” de São Paulo para fazer a assessoria de um deputado, então aconteceu o seguinte: ela enviava os releases para a imprensa e as pessoas não divulgavam. Então ela veio me perguntar o porquê, queria saber o que estava acontecendo, então eu falei pra ela que Aracaju é muito peculiar nesse sentido, nós somos resultados de nossas relações, o profissional se estabelece assim, não é um concurso. Eu lhe conheço gosto de seu trabalho, aí alguém me pergunta você conhece alguém que faz tal trabalho? Aí eu digo: conheço Isabel, que faz isso muito bem, etc. Não é assim? Porque se você não tiver esse contato, então a assessoria não funciona, não vou indicar alguém que eu não sei quem é, principalmente na nossa área que é a comunicação. Então você dá prioridade pra o material de quem você já conhece que já tem um relacionamento, pra quem você liga e diz: dá uma força aí, tal, aí quando o outro precisa você também colabora dando uma informação privilegiada, oh! Não fui eu que te falei (risos), facilitando uma entrevista, etc., é assim que funciona, entendeu? É uma troca, tem que haver uma reciprocidade, para

manter o vínculo e assim o material do assessor vai ser sempre divulgado e ele vai ser sempre requisitado, pois nenhum político vai querer um assessor que não consegue pautar nada na mídia (entrevista realizada em 2012).

Wolf (2003), que não analisa o jornalismo, mas que oferece elementos fundamentais para pensar a questão aqui proposta denomina esse tipo de relação de amizade instrumental, a qual se distingue pela probabilidade do sujeito ascender socialmente por meio da reciprocidade afetiva, da troca de recursos materiais ou de apoio político. Nesse caso, a atividade como repórter de assuntos políticos em diferentes setores midiáticos, favoreceu a formação de importantes vínculos pessoais, que lhe favoreceu a inserção na assessoria de imprensa política, além de lhe render um convite para a ocupação de um cargo de chefia no setor da comunicação parlamentar. Desta forma, percebe-se claramente a utilização de relações fundadas no exercício profissional como recurso fundamental para a ascensão profissional e ocupação de posições dirigentes.

A trajetória do secretário de comunicação social da prefeitura de Aracaju, é outro caso exemplar de como o “network” das redações aliado a outras esferas, contribui para uma diversidade de vínculos, inclusive políticos, o que lhe rendeu o convite do prefeito Edvaldo Nogueira, para dirigir a pasta da secretaria de comunicação social do município. Natural de Aracaju, filho de uma professora representante do MEC no Estado e de um funcionário público federal, formou-se em jornalismo pela UNIT em 1986 e pós graduou-se (mestrado) em Ciências Sociais pela UFS, em 2006. Além de jornalista, é chargista, escritor (autor de 03 livros) e funcionário público federal (técnico administrativo no departamento de comunicação da UFS).

Afora as diversas atividades jornalísticas que vem desenvolvendo nos últimos 30 anos, também já foi técnico em edificações urbanas da prefeitura de Aracaju (1981-1982), professor do Curso de Jornalismo da Unit e coordenou o laboratório Ciências Press, de divulgação de notícias científicas, na Faculdade de Comunicação da Universidade Federal da Bahia (1994-1995). No jornalismo já trabalhou como chargista, redator literário, editor de telejornalismo, repórter, editor de redação, apresentador de um programa de entrevistas na TV, editor de política, diretor de Redação, correspondente da revista Veja, coordenador de jornalismo da rede Jornal de Comunicação (05 rádios, um canal de tv e um jornal) e colunista do portal Infonet. Vale ressaltar que a rede jornal de comunicação é do empresário e conhecido político João Alves Filho.

A múltipla atuação desse jornalista em diferentes espaços midiáticos lhe tributou duas premiações como melhor jornalista do ano pela ASI (associação sergipana de imprensa),

da qual é filiado. Sua vida jornalística começou em 1982 (junto com a acadêmica), assim que entrou na faculdade de jornalismo foi convidado para trabalhar no jornal Folha da Praia, onde fazia charge e escrevia artigos jornalísticos e textos literários (crônicas e contos). Através dessa atuação, conheceu o diretor da TV aperipê e foi convidado por ele para trabalhar como editor de telejornalismo. Mais tarde, houve mudanças na direção da TV e muita gente foi demitida, inclusive ele, mas não ficou desempregado por muito tempo, pois logo foi indicado por um colega da época da TV para trabalhar no Jornal da Manhã, que antes se chamava Tribuna, esse jornal foi vendido para o empresário e político João Alves e hoje se chama Correio de Sergipe. Após um tempo trabalhando como repórter de esporte no referido jornal, foi chamado pelo editor para trabalhar como repórter policial e editar o caderno de editorias de cidade. Onde ficou até ser convidado para trabalhar na TV Jornal (da rede jornal de comunicação, onde coordenou o jornalismo a nível estadual) como editor e apresentador de um programa de entrevistas (entrevistava personalidades públicas, principalmente políticos), o diretor da TV Jornal o conheceu no Jornal da Manhã, que era do mesmo grupo de comunicação.

Depois a TV Jornal foi vendida e ele foi convidado pelo diretor da TV Sergipe para ser editor de jornalismo do canal, esse o conheceu quando ele trabalhava na TV Aperipê. Enquanto trabalhava na TV Sergipe, trabalhava também no Cinform, como repórter e colunista político. No ano 2000 deixou a TV Sergipe e o Cinform e foi ser diretor de redação e colunista político do Jornal da Cidade, a convite do diretor que o conhecia através de sua atuação na mídia local, onde permaneceu até o ano de 2009 saiu para assumir a secretaria de comunicação social de Aracaju a convite do prefeito Edvaldo Nogueira. Ele credita tal convite a sua competência profissional, ou seja, a sua atuação como diretor de redação e como colunista de análise política na imprensa sergipana, como deixa explícito em seu depoimento.

(...) Fui diretor de redação do Jornal da Cidade durante 10 anos, o que me deixou muito conhecido no meio, pois naturalmente me deu mais visibilidade como profissional inclusive como jornalista político. Quando fui convidado para assumir a pasta da secretaria de comunicação do município, além de diretor de redação escrevia uma coluna de análise política que era muito lida e elogiada, até mesmo por quem não concordava com minhas ideias. Foi através do meu trabalho no Jornal da Cidade que acabei conhecendo todo mundo da política, pois convivía diariamente com deputados, senadores, prefeitos, etc., eles sempre iam até a redação para alguma entrevista. Foi assim que conheci o Edvaldo e até o próprio Déda. Quer dizer, todo esse grupo político conheci na redação mesmo e há 03 anos acabei sendo convidado pelo próprio Edvaldo para ser secretário de comunicação... Acredito que esse convite veio não só pelo conhecimento que fiz com o meio político, mas principalmente pelo profissional que sou. Pois a competência profissional conta muito, né! Porque o que você escreve se é coerente com a realidade, se faz com que as pessoas se interessem a ler, também contribui para você se tornar conhecido e respeitado. O Edvaldo disse que lia minha coluna e até elogiou, então ele conhecia minha competência profissional como gestor e jornalista, é por isso que estou aqui.

O percurso desse jornalista é marcado por uma ampla atuação no universo midiático, o que lhe permitiu um largo contato com a esfera política, através de sua atividade em editoriais políticos o que lhe proporcionou uma relação direta com as fontes. Vale ressaltar aqui, que esta não é a primeira experiência do referido ator na área da comunicação política, em 1992, ele assessorou a campanha de Mitidieri que era candidato a prefeito de Aracaju pelo PMDB, como na época ele era filiado ao PCB (Partido Comunista Brasileiro) que apoiava a candidatura do referido político, foi convidado pela coordenação da campanha para fazer a assessoria de imprensa durante o período eleitoral. Além disso, é filiado ao Sindjor (Sindicato dos Jornalistas de Sergipe), onde já concorreu a uma eleição como presidente do mesmo e da ASI (Associação Sergipana de Imprensa) pela qual já foi premiado por duas vezes como melhor jornalista do ano (já nos referimos anteriormente).

De acordo com Petrarca (2007) tais inserções reforçam os laços com a esfera política, caracterizando um investimento ao mesmo tempo nas redações e no sindicalismo, o que favorece múltiplas inserções no jornalismo e o acesso a posições dirigentes nas redações e na comunicação política. Os casos expostos explicitam como a competência profissional e a atuação em diversos setores midiáticos possibilitou uma ampla rede de relações que resultou em convites e indicação para atuar na assessoria de comunicação em diferentes setores políticos. Observa-se que as redes de relações são um recurso preponderante para o ingresso e sucesso hierárquico do jornalista aracajuano na assessoria de imprensa política. Destaca-se também os recursos oriundos da atuação profissional no interior de jornais (em editoriais, colunas e comentários sobre política), o da formação universitária em jornalismo, além, dos recursos oriundos da militância política em partidos e associações, apesar de aparecer em menor número. Tais dados nos leva a conjecturar, que os recursos mencionados, quando combinados formam o “carro-chefe” que impulsiona o ingresso e sucesso do jornalista aracajuano na assessoria de imprensa política e lhes rende o convite para a ocupação de cargos em secretarias de comunicação e departamentos de imprensa no estado e município de Aracaju. Segundo Legavre (1996) em estudos realizados sobre a passagem do comunicador político para o político profissional, só o acúmulo de recursos relevantes e a combinação entre eles torna possível o sucesso na passagem de um grupo a outro.

### **3.3- Vínculos Políticos e Ascensão profissional**

O interior das associações comunitárias, partidárias e de agremiações estudantis, é um privilegiado espaço promotor de sociabilidade que possibilita ao sujeito uma ampla rede

de relações com o universo político e caracteriza-se por ser uma das esferas sociais que mais gera o poder e facilita o acesso a cargos na esfera governamental. Em estudos sobre o associativismo em causas ambientalistas, Oliveira (2008), afirma que a militância possibilita a conquista de posições de notabilidade que articulada a outros recursos (formação acadêmica, origem familiar elevada, participação em partidos políticos, etc.) eleva o sujeito à ocupação de cargos e funções remuneradas na administração pública e na burocracia estatal fundamentada nos laços fundados no interior do ativismo político. Do mesmo modo apreende-se que o ativismo do jornalista em diferentes esferas políticas se constitui num espaço que permite a articulação de recursos diversificados, que resulta em convites para a ocupação de pastas em secretarias de comunicação e departamentos de imprensa. Portanto, este tópico trata da análise de uma modalidade de carreira jornalística que se caracteriza pela forte imbricação entre a formação universitária e a participação em movimentos estudantis e partidários.

Um caso típico de tal modalidade é o trajeto do secretário de comunicação de Sergipe. Jornalista, publicitário e poeta, ele tem sido dos principais condutores de diversas campanhas políticas estadual e municipal e tem reconhecida atuação no cenário político sergipano. Natural de Maceió (AL), caçula de 07 irmãos, faz parte de uma família budista, porém não segue nenhuma religião, os pais têm apenas o ensino fundamental incompleto, sendo que a mãe nunca trabalhou fora de casa e o pai foi operário e tem uma trajetória social ascendente em relação ao grupo familiar. Estudou a vida inteira em escola pública (exceto a graduação em jornalismo) e mudou-se para Aracaju no ano de 1988, quando passou no vestibular da UFS, para o curso de engenharia química. Ao chegar aqui foi morar em república universitária, e a partir de tal vivência começou a se inserir em movimentos acadêmicos, inicialmente como representante dos alunos que moravam em residência universitária e posteriormente, já bastante entrosados com o meio acadêmico (segundo ele) fundou junto com alguns colegas o Centro Acadêmico Livre Engenharia Química (CALEQ), do qual foi eleito presidente.

Quando participava do CALEQ, começou a se envolver com outras atividades estudantis, como das reuniões do DCE (Diretório Central Acadêmico) e dos movimentos de reivindicações promovida pelo mesmo, foi através dessas participações que conheceu o também alagoano Edvaldo Nogueira (prefeito de Aracaju e alagoano), que na época cursava medicina e era presidente do centro acadêmico do curso, tornaram-se amigos e junto com ele compôs uma chapa de oposição à direção do DCE que tinha como presidente Marcelo Deda (governador do Estado), a chapa encabeçada por ele e tendo Edvaldo Nogueira como vice-presidente saiu vitoriosa e ele tornou-se assim o presidente do DCE, que segundo o mesmo,

teve papel decisivo na sua orientação profissional. Na década de 80, fundou junto com Edvaldo Nogueira e Álvaro Vilela o Partido Comunista do Brasil (PCdoB) em Sergipe. Os três estudavam na Universidade Federal de Sergipe – UFS (em cursos diferentes) e juntos montaram um forte núcleo do partido dentro da UFS, onde conquistaram o Diretório Central dos Estudantes por alguns anos seguidos, sendo que a primeira vitória foi contra Marcelo Deda. Sua primeira atividade militante em Aracaju foi como representante dos residentes universitários, escolhido através do voto dos demais residentes, onde ele participava de reuniões com as assistentes sociais e coordenadores do programa de residência da universidade e eventualmente, viajava para encontros regionais e nacionais com outros estudantes que moravam em repúblicas estudantis.

Quanto a sua inserção na militância política partidária, foi iniciada nessa mesma época, porém em Maceió, onde estava sendo fundado o PCdoB. Segundo ele, quando retornou de férias para Alagoas, alguns de seus amigos de época de escola e de grêmio estudantil, estavam fundando um novo partido, o PCdoB e o convidou para fazer parte, ele aceitou e participou apenas de algumas reuniões, porque logo teve que retornar para Aracaju, para continuar seus estudos. Quando chegou aqui e se envolveu com a militância estudantil conheceu Edvaldo Nogueira que também é alagoano, juntos fundaram o PCdoB em Sergipe. Percebe-se assim, o que afirma Oliveira (2008) e Seidl (2009) que há uma alta imbricação entre a militância estudantil, associativa e partidária, o que fica bastante claro no depoimento do entrevistado.

Eu e o Edvaldo tínhamos ideias e ideais muito parecidos, então sempre estávamos discutindo a conjuntura social e política do país, que na época tinha acabado de sair de uma ditadura militar, então estávamos cheios de ideais democráticos e de desejos de luta por uma sociedade igualitária. Tínhamos grande afinidade política, então como eu já fazia parte do PCdoB de Maceió e ele também já conhecia o mesmo, decidimos fundar o PCdoB em Sergipe e para começar precisávamos de apoio, de uma estrutura que nos respaldasse politicamente e ajudasse a divulgar a ideologia partidária e na época, comandar o DCE, era uma espécie de trampolim, quer dizer ainda hoje é assim, porque a partir dali você conseguia se tornar uma pessoa pública dentro da academia e a universidade sempre foi um grande centro de formação política. Então foi isso, nos elegemos e fundamos o partido (entrevista realizada em 2012).

Conforme Coradini (2002) o que fundamenta essa imbricação da militância estudantil com a partidária é um entendimento militante da própria política partidária, ou seja, para a política partidária, o militarismo político sempre deve estar associado a outros espaços de militância. Esse período de intensa militância estudantil e partidária acabou, de acordo com o mesmo, redirecionando a sua formação acadêmica e o próprio exercício profissional, pois foi a partir de sua militância no movimento estudantil e partidário que ele começou a escrever

artigos para jornais, elaborar panfletos de divulgação e preparar campanhas publicitárias para divulgar a ideologia e objetivos, primeiro dos movimentos estudantis e depois do partido político, o que lhe levou a abandonar o curso de engenharia química e fazer jornalismo. De acordo com Oliveira (2008) pode-se falar de uma militância de reconversão profissional, na medida em que tal engajamento está diretamente associado à retomada e à reorientação da carreira e do exercício profissional, é o que se observa no depoimento do jornalista.

Foram as minhas atividades no movimento estudantil e na política que me levaram para o mundo do jornalismo. Bom, depois que me juntei com alguns colegas e fundei o CALEQ, o centro acadêmico do curso de química, comecei a escrever informativos e elaborar panfletos de campanha eleitoral do centro. Depois quando fui candidato a presidente do DCE, também fazia os cartazes, panfletos e informativos de campanha e depois que ganhamos a eleição, apesar de ter um responsável pela comunicação, passei também a elaborar e escrever o jornal estudantil era tudo eu que fazia. Aí veio o PCdoB, e também era eu que escrevia os informativos, os discursos e os textos para ser publicado nos jornais era tudo eu, pois gostava de escrever e escrevia bem, então deixavam tudo por minha conta. E quando vi, já estava envolvido com atividades jornalísticas e acabei me apaixonando pela profissão. Então depois de colaborar com uma empresa de marketing para uma campanha eleitoral do PCdoB, fui contratado para trabalhar como marketeiro, então abandonei a engenharia química que a esta altura já estava com a matrícula trancada e fui fazer jornalismo na UNIT (entrevista realizada em 2012).

Nota-se que a militância política desse jornalista funcionou como uma forma de reorientação de sua formação acadêmica e do próprio exercício profissional, pois foi a partir desse trajeto de militância simultânea no PCdoB e no DCE que iniciou sua carreira na comunicação social. Sua primeira experiência na assessoria de imprensa política foi dentro do próprio partido que comandava, quando em 1992 o mesmo lançou candidatura própria para disputar as eleições da prefeitura de Aracaju, e a coordenação do partido contratou uma empresa de publicidade para elaborar a campanha publicitária para a mídia. A empresa solicitou alguém que conhecia a história do partido para assessorar a campanha, e ele passou a colaborar, não só falando do partido, mas também dando dicas, que segundo o mesmo, foram aceitas de bom grado e foi convidado a fazer parte da equipe. Assim, quando terminou a campanha eleitoral a empresa de marketing e publicidade o contratou como seu funcionário, a partir de então iniciou sua trajetória de publicitário, especializou-se em marketing político e coordenou várias campanhas eleitorais nos últimos 20 anos, a saber: Jackson Barreto à Prefeitura de Aracaju (1992) e ao Governo de Sergipe (1994), João Augusto Gama (PMA 1996), Marcelo Déda (PMA 2004 e Governo 2006 e 2010) e Edvaldo Nogueira (PMA 2008).

Paralelamente a sua vida de publicitário, também foi professor de Marketing Político e Social da FANESE, profissão essa que já havia exercido no período que cursava engenharia química na UFS, quando foi professor do antigo MOBREAL. Os vínculos pessoais

estabelecidos na esfera política através da militância partidária e da coordenação de campanhas publicitárias e de marketing político possibilitou-lhe uma longa atuação em secretarias e órgãos das Prefeituras de Aracaju e São Cristóvão. No seu percurso profissional ele já foi presidente da FUNCAJU (Fundação Cultural de Aracaju) secretário de Cultura de São Cristóvão, onde reativou o FASC (Festival de Artes de São Cristóvão) e criou a Fundação Cultural João Bebe Água. Quando Edvaldo Nogueira assumiu a prefeitura de Aracaju, o convidou para dirigir a secretaria de comunicação (SECOM /2006-2009). Em maio de 2009, assumiu a Secretaria de Estado da Comunicação, licenciando-se em julho de 2010 para coordenar a campanha à reeleição do Governador Marcelo Déda (exigência do próprio) e retornou ao cargo depois do mesmo reeleito.

É interessante observar, que esse entrevistado é um caso atípico em relação aos demais, pois é o único do grupo que não tem um percurso profissional com base em redações jornalísticas, apesar de a formação acadêmica ser em jornalismo. Segundo o mesmo nunca trabalhou em uma redação, as suas poucas experiências no jornalismo tradicional, foi quando ainda estudante escrevia artigos, geralmente sobre política e levava até os jornais (Cinform, Jornal da Cidade, Correio de Sergipe) para se aprovados pelo editor serem publicados. Inicialmente os mesmos eram rejeitados, “mas de tanto insistir eles começaram a receber, gostaram do que viu e começaram a publicar” diz ele. O percurso desse jornalista é assim, um caso exemplar da associação de recursos oriundos da esfera política, do investimento no jornalismo (diploma) e da atuação profissional fora das redações (publicidade e marketing político), que resultou no ingresso do mesmo na assessoria de imprensa política e na ocupação de cargos hierárquicos no setor da comunicação governamental.

Portanto, percebe-se que através da militância política e da atuação profissional, o jornalista instituiu uma ampla rede de relações com o universo político, a qual se tornou fundamental para a ascensão no universo da comunicação política, pois através de tais vínculos, ele chegou ao cargo máximo que um assessor de comunicação almeja dirigir a pasta da comunicação social do Estado. Segundo Legavre (1996) o recurso político é um trunfo, que associado a outros recursos como os de origens sociais e de um nível escolar elevado, contribui para o sucesso da passagem de um grupo a outro (da comunicação para a política). A intensa militância política do caso citado, parece assim validar em boa parte o que afirma os estudos realizados por diversos atores sobre a participação política e o exercício profissional em defesa de diferentes causas sociais, políticas e humanitárias (ION, 2004; MEON, 2002; SIMEÁNT, 2002).

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta dissertação teve como principal objeto de estudo a investigação sobre a importância das redes de relações para a inserção do jornalista aracajuano na assessoria de imprensa política e para ocupação de cargos dirigentes em secretarias de comunicação e departamentos de imprensa no setor governamental e parlamentar. Os resultados da pesquisa empírica apontam alguns modos predominantes de acesso às assessorias de imprensa na esfera política, a saber: interferência dos vínculos oriundos da esfera escolar, da origem familiar, da militância política e da atuação profissional em editoria política de jornais locais.

Assim, a partir da análise biográfica das trajetórias do conjunto dos jornalistas aqui estudados, foi possível observar que uma ampla rede de relações instituídas em múltiplas esferas da vida é essencial para a inserção desses profissionais na comunicação política. Apontou ainda que é a diversidade de recursos angariados nas múltiplas esferas de vida em que o jornalista está inserido e a combinação entre eles, que promovem o crescimento hierárquico nesse setor e conduzem aos cargos mais cobiçados da comunicação social no universo político.

Destacaram-se os recursos oriundos da atuação profissional nas redações jornalísticas e nas relações com as fontes de informação, os impetrados pela intensa militância política estudantil e partidária, e os oriundos das origens sociais e formação acadêmica. Tais recursos caracterizam-se como uma garantia de sucesso na atuação do jornalista em outro setor da comunicação, uma vez que permitem uma vasta rede de relações sociais passíveis de serem mobilizadas sempre que necessário para diversificar o espaço de atuação do jornalista, especialmente no que se refere ao âmbito político. Desta forma, convém lembrar que uma ampla agenda de endereços e vínculos em diferentes espaços sociais além de fornecer informações privilegiadas ao jornalista, facilita o acesso a certas posições dentro ou fora das redações (PETRARCA, 2009).

Através dos trajetos estudados, percebeu-se que há um alto investimento na formação acadêmica em jornalismo e em cursos de especialização em comunicação e marketing. O que leva-nos a crer, que há certa valorização do diploma jornalístico e do saber acadêmico pelo universo político. Porém, vale ressaltar que a atuação na assessoria de imprensa política e na ocupação de cargos dirigentes, está diretamente relacionada à competência profissional adquirida na experiência prévia nas redações e a influencia dos laços sociais. O que deixa explícito que o diploma por si só não se constitui em um recurso preponderante que garanta o

acesso e o sucesso profissional nesse espaço de atuação jornalística, visto que o título de graduação é apenas um requisito mínimo de “nivelamento” cultural. Ou seja, a inserção nesse espaço profissional não se deve apenas ao diploma, pois para que esse funcione como requisito tem que está articulado aos recursos ancorados nas redações jornalísticas, nas relações com as fontes de informação, e com aqueles obtidos pelo engajamento militante em movimentos sociais e partidários. Pois nenhum recurso funciona individualmente, uma vez que eles só adquirem importância se associados com outros recursos (Petrarca, 2009). A partir de tais concepções, percebe-se que a imbricação das modalidades de utilização dos recursos escolares e das competências profissionais com a militância estudantil, sindical e partidária, estão relacionados aos respectivos recursos adquiridos com base em vínculos estabelecidos por meio da inserção dos atores em diferentes universos sociais no decorrer de seus itinerários escolares, militantes e profissionais.

Outro aspecto observado foi à mobilização de recursos oriundos da origem familiar, que em certos momentos funcionam como trunfo para a ocupação de cargos de chefia. Através da análise, evidenciou-se que tais recursos só são reconvertidos em posições hierárquicas no interior da comunicação política, através dos laços sociais com atores políticos. Conforme Petrarca (2009), a origem social elevada, mas do que representar uma posição no espaço social e uma condição culturalmente dominante possibilita o acesso a um conjunto de recursos, contatos e aproximações com pessoas que podem ser acionadas como recurso para a inserção no mercado de trabalho ou para a ascensão durante o trajeto profissional. Tais relações são sempre mediadas tanto pelos processos e recursos objetivos, quanto pelos recursos subjetivos, que diz respeito às disposições e competências adquiridas pelos sujeitos no decorrer de seu percurso social, escolar e profissionais (BOURDIEU, 1987; 1997; 2007).

De tal modo, foi possível demonstrar que o uso de competências jornalísticas está respaldada em recursos e práticas profissionais que resultam da articulação entre posição social, formação universitária e inserção em diversas redes de organizações e “movimentos sociais” no decorrer de seus itinerários escolares e profissionais. Demonstrou-se também a relatividade dos recursos obtidos pelos sujeitos em questão, pois os mesmos assumem maior ou menor valor, conforme a esfera social onde os atores estão inseridos, segundo a forma como combina os diferentes tipos de recursos e o contexto em que eles os acionam a seu favor. Para concluir, pode-se dizer que a inserção dos jornalistas entrevistados na comunicação política, e os postos por eles alcançados, só se tornaram possível através da combinação de

diferentes recursos, que quando bem articulados, leva o sujeito a ocupação de posições dominantes na hierarquia jornalística e na esfera da comunicação política. Pois segundo Legavre (1996) quaisquer que sejam os recursos, eles não funcionam como “coisas em si”, é preciso que estejam associados entre eles, isto é, não funciona sozinho, pois não devem ser vistos como meros instrumentos para atingir determinado fim. Por outro lado, as redes de relações tiveram peso fundamental para o sucesso dos jornalistas na assessoria de imprensa política, visto que o sucesso desse profissional em qualquer área de atuação depende desde o início de uma sólida agenda de endereços e laços que abra determinadas portas na profissão (PETRARCA, 2009).

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADGHIRNI, Zélia Leal. **O Jornalista: do mito ao mercado**. Estudos em Jornalismo e Mídia Vol.II Nº 1 - 1º Semestre de 2005. Disponível em: [www.bocc.ubi.pt/pag/rocha-paula-importancia-jornalismo.pd](http://www.bocc.ubi.pt/pag/rocha-paula-importancia-jornalismo.pd) Acesso em: janeiro de 2013

BARROS FILHO, Clóvis de e SÁ MARTINO, Luís Mauro. **O Habitus na Comunicação**. - São Paulo: Paulus, 2003.

BERGER, Peter L. e LUCKMANN, Thomas. **A construção social da realidade – Tratado e Sociologia do conhecimento**. 13ª ed. Rio de Janeiro, Editora Petrópolis, 1996.

BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. 2ª. Edição. São Paulo: Perspectiva. 1987.

\_\_\_\_\_. **Introdução a uma sociologia reflexiva**. In: **O poder simbólico**. Rio de Janeiro, Bertrand Brasil, 2ª ed., 1998.

\_\_\_\_\_. **Cultura e política**. In: **A Distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RG: Zouk, 2007.

\_\_\_\_\_. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

\_\_\_\_\_. “O campo científico”, in **Sociologia**. São Paulo: Ática, 1983, pp. 122-155.

\_\_\_\_\_. **La Noblesse d’État: grandes écoles et esprit de corps**. Paris: Editions de Minuit, 1989.

BUENO, Wilson da Costa. **Novos contornos da comunicação empresarial brasileira**. Comunicação & Sociedade, São Bernardo do Campo, Umesp, v. 16, p. 71-99, 1989.

BRASIL. Decreto lei n. 83.284/1979 de 13 de março de 1979. **Dá nova regulamentação ao Decreto-Lei nº 972, de 17 de outubro de 1969, que dispõe sobre o exercício da profissão de jornalista, em decorrência das alterações introduzidas pela Lei nº 6.612, de 7 de dezembro de 1978**. Disponível em: <http://legislacao.planalto.gov.br/.../9630e69f67492488032569fa006297c1>. Acesso em maio de 2012.

CALAND, Francisca Aparecida Ribeiro e LIMA, Tersandro Vilela. **Resgate da história de Assessoria de Imprensa no Piauí**. II ENCONTRO NORDESTE DE HISTÓRIA DA MÍDIA, Teresina-PI, 20 e 21 de junho de 2012. Disponível em: <http://www.yumpu.com/pt/document/view/3927288/trabalho-ii-encontro-nordeste-de-historia-da-ma-dia> Acesso em dezembro de 2012.

CAPELLA, Rodrigo. **Assessor de imprensa: Fonte qualificada para uma boa notícia**. Monografia de Pós-Graduação em comunicação Jornalística. PUC - Pontifícia Universidade

Católica de São Paulo Coordenadoria Geral de Especialização, Aperfeiçoamento e Extensão - COGEAE. São Paulo, 2006.

CARTA, Gianni. **Diploma de Jornalista é Idiotice**. Carta Capital, 2011. Disponível em: [www.cartacapital.com.br/.../diploma-de-jornalistaéumaidiotice](http://www.cartacapital.com.br/.../diploma-de-jornalistaéumaidiotice). Acesso em março de 2013.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Cem Anos de Assessoria de Imprensa**. In: DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2ª edição. São Paulo: Atlas, 2003. p. 33-51.

\_\_\_\_\_. – Pragmática do jornalismo: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística, São Paulo, Editora Summus, 1994.

CHALABY, J. O Jornalismo como Invenção Anglo-Americana. Comparação entre o Desenvolvimento do Jornalismo Francês e o Anglo-Americano (1830-1920). **Media & Jornalismo** (3) 2003, pp. 29-50.

CHAMPAGNE, Patrick. **Formar a Opinião - O novo Jogo Político**. Petrópolis: Vozes, 1998.

CORADINE, Odaci Luiz. **Engajamento Associativo Sindical e Recrutamento de Elites Políticas: Tendências Recentes no Brasil**. Revista de Sociologia e Política, n 28. P. 181-203, jun., 2007.

\_\_\_\_\_. **Em nome de quem? Recursos sociais no recrutamento de elites políticas**. Rio de Janeiro: Relume-Dumará, 2001.

COSTA, Carlito; DUARTE, Jorge & SCHMITZ, Antonio. **Papel e a atuação do jornalista em assessoria de imprensa na área pública**. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo- 10º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Curitiba – Pontifícia Universidade Católica do Paraná – Novembro de 2012. Disponível em: <[www.anj.org.br](http://www.anj.org.br)>. Acesso em: janeiro de 2013.

DI BELLA, Priscilla Pompeu Piva. **Jornalistas, Relações Públicas e Assessoria de Imprensa: Um problema de comunicação**. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero. São Paulo, 2011. Disponível em: [http://www.casperlibero.edu.br/rep\\_arquivos/2011/10/05/1317839912.pdf](http://www.casperlibero.edu.br/rep_arquivos/2011/10/05/1317839912.pdf) Acesso em janeiro de 2013.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2003.

\_\_\_\_\_. **Assessoria de Imprensa: O Caso Brasileiro** in: [www.portal\\_rp.com.br/bibliotecavirtual/outrasareas/jornalismo](http://www.portal_rp.com.br/bibliotecavirtual/outrasareas/jornalismo). Acesso em: 23 de março de 2003.

DUBAR, Claude. **Trajetórias sociais e formas identitárias: alguns esclarecimentos conceituais e metodológicos**. Educ. Soc., Abr. 1998, vol. 19, nº 62, p. 13-30. ISSN 0101-7330.

\_\_\_\_\_. **A Socialização. Construção das Identidades Sociais e profissionais**. Porto: Porto, 1997.

FENAJ. Federação Nacional dos Jornalistas. Disponível em: [www.fenaj.org.br](http://www.fenaj.org.br) Acesso em novembro de 2010.

FENAJ. Federação Nacional Dos Jornalistas - **Manual da Assessoria de Comunicação**. 4ª ed. Brasília, 2007. Disponível em: [www.fenaj.org.br/mobicom/manual\\_de\\_assessoria\\_de\\_imprensa.pdf](http://www.fenaj.org.br/mobicom/manual_de_assessoria_de_imprensa.pdf) Acesso janeiro de 2012.

FERREIRA, Marieta de Moraes ; MESQUITA, Claudia. **Os anos Jk no acervo da Biblioteca Nacional. In: BIBLIOTECA NACIONAL** (Brasil). Brasileira da Biblioteca Nacional-guia de fontes sobre o Brasil/Organização Paulo Roberto Pereira. Rio de Janeiro: Fundação Biblioteca Nacional; Nova Fronteira, 2001. il., p.329-368.

FILLIEULE, Olivier. **Propositions pour une analyse processuelle de l'engagement individuel. Revue Française de Science Politique**, nº 1-2, 2001, p. 199-215.

FREIDSON, Eliot. **Para uma análise comparada das profissões: a institucionalização do discurso e do conhecimento formais**. Revista Brasileira de Ciências Sociais. São Paulo, ano 11, n. 31, jun. 1996.

\_\_\_\_\_ **Professionalism: the third logic**. Cambridge: Polity Press, 2001.

GAXIE, D.; OFFERLÉ, M. **Les Militants Syndicaux et Associatifs au Pouvoir? Capital Social Collectif et Carrière Politique**. In: BIRNBAUM, P. (Dir.). **Les Élités Socialistes au Pouvoir: les dirigeants socialistes face à l'État, 1981-1985**. Paris: PUF, 1985. p.105-138.

GLÜER, Maria Laura. **De Chapa Branca à Interlocutora Qualificada: A trajetória da atividade de imprensa no Brasil e no RS**. Porto Alegre, 2004.

GOMES, Wilson. **Trnsformações da Política na Era da Comunicação de Massa**. São Paulo: Paulus, 2004.

ION, J. **Modes d'engagement ET savoirs associatifs: petit coup d'oil dans le retroviseur**. In: LOCHARD, I & SIMONET-CUSSET, M. **L'expert associatifle savant e le politique**. 2004, Pp.21-26.

KOPPLIN, Elisa; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa - Teoria e Prática**. 4ª ed. Porto Alegre: Sagra Luzzatto, 2001.

KUNSCH, Margarida M. **Krohling Relações Públicas e Modernidade**. Novos Paradigmas da Comunicação Organizacional. São Paulo: Summus, 1997.

LAHIRE, Bernard. **Retratos Sociológicos: Disposições e Variações Individuais**; Trad. Patrícia Chittoni Ramos Reuillard e Didier Martin. - Porto Alegre: Artmed, 2004.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

LE CAM, F; RUELLAN, D. **Professionnalisme, professionnalisation et profession de journaliste au Brésil, en France et au Québec: un essai de comparaison**. In: LEGRIVE, J.B. **La presse écrite: objets délaissés**. Paris, L'Harmattan, 2004.

LEGAVRE, Jean-Baptiste. **D'un groupe à l'autre. Le passage de l'expertise en communication à la pratique politique professionnelle** - Politix, Année 1996, Volume 9, Numéro 35. p. 131 - 148 Disponível em: <http://www.persee.fr> Acesso em agosto de 2012.

MAYNARD, Dilton Cândido Santos. **Microfones e Bastidores: Aspectos da Radiodifusão e da Propaganda Política em Sergipe Durante o Estado Novo**. 2000.74 F. Monografia (Licenciatura em História) - Departamento de História, Centro de Educação e Ciências Humanas, Universidade Federal de Sergipe.

MERCKLÉ, Pierre. **Sociologie des réseaux sociaux**. Paris: La Découverte, 2004.

MENDEZ, Rosemary Bars. **Pompeu De Sousa - O jornalista que mudou o Jornalismo Brasileiro**. Tese (Doutorado em Comunicação Social) Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo/SP, 2006.

Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/50029540/POMPEU-DE-SOUSA-o-jornalista-que-mudou-o-jornalismo-brasileiro>. Acesso em fevereiro de 2013.

MÉON, J. M. **Logiques e couts d'un investissement militant. La croisade de Fredric Wertham contre lês comic books: la mise em scène d'une psychiatrie sociale ET engagée**. In: HAMMAN, P. ET all. Discours Savants, discours militants: mélange des genres. L'harmattan, Paris, 2002, p. 225-250.

MIGUEL, Luís Felipe e BIROLI, Flávia (organizadores). **Mídia Representação e Democracia**. - São Paulo: Hucitec, 2010.

MOREIRA, Adriana. O segredo não é mais a alma do negócio: Comunicação empresarial e as novas tecnologias da informação. - Universidade Católica de Pernambuco-Recife, 2007 – Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/moreira-adriana-comunicacao-empresarial.html> Acesso em fevereiro de 2013.

NASCIMENTO, Lerrisson C. **Um diploma em disputa: a obrigatoriedade do diploma em jornalismo no Brasil**. Sociedade e Cultura, Goiânia, v. 14, n. 1, p. 141-150, jan./jun. 2011. Disponível em: [www.academia.edu/Um-diploma-em-disputa-a-obrigatoriedade-do-diploma](http://www.academia.edu/Um-diploma-em-disputa-a-obrigatoriedade-do-diploma) Acesso em dezembro de 2012.

\_\_\_\_\_. Profissionalização do Jornalismo em Mossoró/RN: Profissionalismo e Poder Local. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais). Universidade Federal de São Carlos, 2008.

NEGREIROS, DAVYS SLEMAN DE. **Mídia e política: a metamorfose do poder**. Revista Espaço Acadêmico - Ano II - Nº 19 - Dezembro de 2002. Disponível em: <http://www.espacoacademico.com.br/019/19cnegreiros.htm> Acesso em outubro de 2012.

NEVEU, Érick. Sociologia do Jornalismo. São Paulo: Edições Loyola, 2006.

OLIVEIRA, Wilson José. **Gênese e Redefinições do Militantismo Ambientalista no Brasil**. In: Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, Vol. 51, no 3, 2008, pp. 751 a 777.

\_\_\_\_\_. **"Paixão Pela Natureza" Atuação Profissional e Participação na Defesa de Causas Ambientais no Rio Grande do Sul Entre 1970 e o Início dos Anos 2000**. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas,

Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005. Disponível em: <http://www.bibliotecadigital.ufrgs.br/da.php?nrb=000526042&loc=2006&l=bf2bb6bbdcf3022> Acesso em maio de 2012.

PACCOLA, Carina. **Jornalistas e Opinião no Surgimento da Imprensa no Brasil e Durante a Ditadura Militar.** II ENCONTRO NACIONAL DA REDE ALFREDO DE CARVALHO - Florianópolis, de 15 a 17 de abril de 2004. Disponível em: [www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/2o-encontro-2004](http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/2o-encontro-2004). Acesso em fevereiro de 2013.

PASSY, Florence. **Le mouvement de solidarité.** In: **L'action altruiste.** Paris-Genève: Droz, 1998.

\_\_\_\_\_. **L'engagement individuel entre structures et intention.** In: **L'action altruiste.** Paris-Genève: Droz, 1998.

PETRARCA, Fernanda Rios. **O Jornalismo como Profissão: recursos sociais, titulação acadêmica e inserção profissional dos jornalistas no Rio Grande do Sul.** Tese (Doutorado em Sociologia) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <http://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/10761> Acesso em julho de 2010.

\_\_\_\_\_. **Carreira militante, inserção profissional e exercício do jornalismo no Rio Grande do Sul.** In: *Política & Sociedade*, Nº13 - outubro de 2008.

\_\_\_\_\_. **Atuação Profissional, Recursos Políticos e Padrões de Investimento no Jornalismo no Rio Grande do Sul.** - *ESTUDOS DE SOCIOLOGIA*, Araraquara, v.14, n.26, p.169-189, 2009. Disponível em: [seer.fclar.unesp.br/estudos/article/download/1323/1058](http://seer.fclar.unesp.br/estudos/article/download/1323/1058) Acesso em março de 2011.

PINTO, Ricardo Jorge e SOUSA, Jorge Pedro. **Um Retrato Sociográfico dos Jornalistas do Porto.** Universidade Fernando Pessoa, 1998.

RIEFFEL, R. **L'élite des Journalistes.** Paris, Presses Universitaires de France, 1984.

ROCHA, Paula Melani. **A importância do jornalismo como ciência no processo de profissionalização da carreira Teoria & Pesquisa.** São Carlos, n.28/29, p.63-95, 1999. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/rocha-paula-importancia-jornalismo.pdf> Acesso em janeiro de 2013

RUELLAN, Dennis. **Corte e costura do jornalismo.** In: *LÍBERO* - Ano IX - nº 18 - Dez 2006. P.: 31-40. Disponível em: <http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/viewArticle/4619> Acesso em junho de 2012.

SANT'ANNA, F. C. C. M. **Mídia das Fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro.** Um olhar sobre a ação midiática do Senado Federal. Brasília: Edições Técnicas do Senado Federal, 2006.

SARTOR, Basilio Alberto. **JORNALISMO E COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL EM DIÁLOGO: Imagens-conceito da assessoria de imprensa e interações entre fontes, assessores**

e jornalistas (dissertação de mestrado em comunicação e informação). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação. Disponível em:

[www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/32869/000786923.pdf](http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/32869/000786923.pdf) Acesso em novembro de 2012.

SAWICKI, Frédéric. **Les temps de l'engagement. À propos de l'institutionnalisation d'une association de défense de l'environnement** In: La politisation, Paris, Belin, « Socio-histoires », p. 123-146, 2004.

SCHMITZ, Aldo Antonio. **Fontes de notícias: ações e estratégicas das fontes no jornalismo**. Florianópolis: Combook, 2011.

SCOTTO, María Gabriela. **As (difusas) fronteiras entre a política e o mercado: um estudo antropológico sobre marketing político, seus agentes, práticas e representações**. Tese. (Doutorado em Antropologia Social)–Museu Nacional/Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003. Disponível em: [www.scielo.br/pdf/ha/v9n19/v9n19a02.pdf](http://www.scielo.br/pdf/ha/v9n19/v9n19a02.pdf) Acesso em dezembro de 2012.

SEIDL, Ernesto. **Diposições a militar e lógica de investimento militantes**. In: Pró-Posições, v. 20, n° 2 (59), p. 21-39, maio/agosto. 2009.

SIMEÁNT, J. Friches, Hybrides ET contrebandes: sur la circulation et la puissance militantes de discours savants. In: HAMMAN, P. ET all. **Discours Savants, discours militants: mélange des genres**. L'harmattan, Paris, 2002.

SOBREIRA, Rosa Maria. **O Ensino do jornalismo e a profissionalização dos jornalistas em Portugal (1933-1974)**. *Média e Jornalismo*, (3) 2003 pp. 67-87.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da Imprensa no Brasil**. 4ª edição. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TORQUATO DO REGO, Francisco Guadêncio. **Tratado da Comunicação: Organizacional e política**. São Paulo: Thomson, 2002.

\_\_\_\_\_. **Comunicação Empresarial/ Comunicação Institucional**. São Paulo: Summus Editorial, 1986.

VIEIRA, Bianca Natália Gomes Santos. **Assessoria de Imprensa e Editoriais de Política dos Jornais Diários de Aracaju: Relações de Influência e Análise de Conteúdo**. 2006. Monografia (Bacharel em Jornalismo) - Departamento de Ciências Sociais, Universidade Federal de Sergipe.

VIEIRA, Josiany Fiedler. **Jornalistas e o mundo das assessorias de imprensa**. Curitiba, 2004 (Monografia de graduação em jornalismo) - Universidade Tuiuti do Paraná. Disponível em:

[www.blogempublico.com/.../2004\\_UTP\\_Josiany\\_profissaojornalismo.pdf](http://www.blogempublico.com/.../2004_UTP_Josiany_profissaojornalismo.pdf)

Acesso em: outubro de 2012

VIZEU, Alfredo e ROCHA, Heitor. **DIPLOMA EM QUESTÃO. Carta aberta em defesa do jornalismo.** Disponível em:

[www.observatoriodaimprensa.com.br/.../carta\\_aberta\\_em\\_defesa\\_do\\_jor...](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/.../carta_aberta_em_defesa_do_jor...) Acesso em janeiro de 2012.

WEBER, Max, **Ciência e Política- duas Vocações.** São Paulo: Cultrix, 2006, p. 79. Tradução de Leonidas Hegenberg e de Octany Silveira da Mota.

## APÊNDICES

**Apêndice I** - Questionário de sondagem: aplicado aos partidos políticos, Assembleia Legislativa e prefeituras.

- 1) Este partido (prefeitura) tem assessor de imprensa ou comunicação?  
( ) sim ( ) não?
- 2) Se sim qual a formação dele (a)?  
( ) ensino fundamental  
( ) ensino médio  
( ) ensino superior  
( ) pós - graduação
- 3) Se tem formação superior qual curso?
- 4) Se tem pós - graduação, qual?
- 5) Se não tem formação superior em jornalismo, exercia ou exerce alguma atividade na área comunicacional? Qual?
- 6) Como se tornou assessor de comunicação ou imprensa deste partido (prefeitura)? Se foi a convite ou indicação, faça um breve resumo sobre como e onde conheceu que lhe fez o convite ou indicação.
- 7) Exerce outra atividade além da de assessor de imprensa ou de comunicação deste partido?  
( ) sim ( ) não
- 8) Qual?  
( ) jornalista  
( ) radialista  
( ) apresentador de programa de TV  
( ) assessor de um parlamentar

## APÊNDICE II - Roteiro de Entrevista

### Primeiro módulo: Informações pessoais e opinião

- 1- Idade: [\_\_\_\_\_]
- 2- Cidade em que nasceu: [\_\_\_\_\_]
- 3- Formação: [\_\_\_\_\_]
- 4- O que o levou a escolher o jornalismo?
- 5- Como você vê o papel do jornalista na sociedade?
- 6- Como vê o momento atual do jornalismo (os principais debates, os principais desafios, os confrontos, etc...)?
- 7- Como você vê o crescimento da assessoria de imprensa ou de comunicação como um dos setores de atuação jornalística?
- 8- O que é ser um assessor de comunicação ou de imprensa no campo político?
- 9- O jornalista que trabalhava na assessoria de imprensa já foi considerado "chapa branca". Dentro disso, como você vê o papel do jornalista que atua na área da assessoria de comunicação política?
- 10- Para você o que implica o trabalho de assessoria de comunicação social?
- 11- Considera necessária a formação acadêmica em jornalismo para exercer a atividade jornalística, a de secretário de comunicação social e de assessor de imprensa política? Por quê? Em que sentido ela se faz útil ou não?
- 12- Considera a experiência profissional na área jornalística importante para atuação na assessoria de comunicação?
- 13- O que é ser secretário de comunicação social do estado?
- 14- Como é assumir uma secretaria de tamanha responsabilidade?
- 15- Assumindo a cadeira de secretário de comunicação estadual, o secretário de comunicação está a serviço do grande público ou a serviço exclusivamente do governo do estado?
- 16- Como descreve o ambiente atual quanto às possibilidades de um jornalista ter sucesso atuando na assessoria de imprensa política?
- 17- O que você considera necessário para ser um profissional da área de assessoria de comunicação política?

**Segundo Módulo: Informações sobre as origens sociais**

18- Qual a profissão do pai e da mãe?

19- Qual o grau de escolarização do pai e da mãe? Se possuem curso superior, qual?

20- O pai e a mãe participavam ou participam de alguma entidade, associação ou grupo seja ela religiosa, política ou social? Se sim, de que forma (simpatizante, militante,).

21- Quantos irmãos têm? [\_\_\_\_\_]

22- Quantos irmãos concluíram curso superior? [\_\_\_\_\_]

23- Se você é casado qual a profissão do cônjuge ou companheiro? [\_\_\_\_\_]

**Terceiro Módulo: Trajeto Escolar**

24) Qual colégio em que concluiu seu 1º. Grau?

a) Nome \_\_\_\_\_

b) Esse colégio era público [\_\_] ou privado [\_\_]?

c) Em que município estava situado? \_\_\_\_\_

d) Se privado conclui com recursos próprios ou bolsa de estudo? Se recursos próprios especificar a origem do recurso (dos pais ou de atividades remuneradas desenvolvidas)

25) Qual colégio em que concluiu seu 2º. Grau?

a) Nome \_\_\_\_\_

b) Esse colégio era público [\_\_] ou privado [\_\_]?

c) Em que município estava situado? \_\_\_\_\_

d) Se privado conclui com recursos próprios ou bolsa de estudo? Se recursos próprios especificar a origem do recurso (dos pais ou de atividades remuneradas desenvolvidas)

26) Quais cursos de graduação que você concluiu?

Curso	Ano (de entrada e conclusão)	Instituição

27) Você realizou vestibular (es) para outro (s) curso (s) além dos acima especificados?

28) Se sim quais?

Curso	Ano	Instituição

29) Você começou algum curso que não foi concluído?

30) Se sim quais?

Curso	Ano	Instituição

31) Você possui pós-graduação? Se sim em que área, qual ano de entrada e de conclusão, em que universidade e qual o nível (especialização, mestrado, doutorado)?

Curso	Ano	Instituição	Nível (especialização, mestrado, doutorado)

32) Você começou algum tipo de pós-graduação que não foi concluído? Se sim especifique abaixo:

Curso	Ano	Instituição	Nível (especialização, mestrado, doutorado)

33) Qual sua titulação mais alta?

34) Precisou trabalhar para concluir seus estudos de graduação? (sim ou não)

**Quarto Módulo: Trajeto Profissional:**

35) Em que não ingressou na carreira jornalística? [\_\_\_\_\_]

36) Como foi o início da sua carreira no jornalismo e na assessoria de comunicação?  
Quais as dificuldades encontradas?

37) Como se tornou secretário de comunicação do estado? De quem partiu o convite?

38) Há quanto tempo atua especificamente na área política?

39) Quais os empregos ou atividades profissionais que exerceu anteriormente? (informe em ordem cronológica)

Emprego/ocupação	Instituição	Período

40) Que funções já desempenhou no jornalismo e que cargos ocupou?

Emprego/Função	Instituição	Período

41) Como começou a atuar no campo da assessoria de comunicação política?

42) Quais os cargos que já ocupou nesse campo da assessoria de comunicação?

Emprego/Função	Instituição	Período

a) Dentre os fatores abaixo qual deles contribuíram para o acesso a esses cargos e funções? (coloque dentro das indicações [ ] abaixo o número correspondente à função acima desempenhada e o respectivo fator que pesou. Ex: na função 1 pesou indicações de amigos: a) [1]. Na função 3 pesou concurso: c) [3])

a) indicações de amigos, conhecidos, colegas de trabalho: [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]
b) convites de colegas de trabalho: [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]
c) concurso [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]

d) outros (especificar)
-------------------------

43) Que empregos ou atividades profissionais você desempenha atualmente?

Emprego/ocupação	Instituição	Período

a) Dentre os fatores abaixo qual deles contribuíram para o acesso a esses cargos e funções? (coloque dentro das indicações [ ] abaixo o número correspondente à função acima desempenhada e o respectivo fator que pesou. Ex: na função 1 pesou indicações de amigos: a) [1]. Na função 3 pesou concurso: c) [3]

a) indicações de amigos, conhecidos, colegas de trabalho: [ ] [ ] [ ] [ ]
---

b) convites de colegas de trabalho: [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]
---

c) acordo político [ ] [ ] [ ] [ ] [ ]
--

d) outros (especificar)
-------------------------

#### **Quinto Módulo: Participação sindical e político partidária**

44) Você participa do sindicato de jornalistas? Se sim desde quando e de que forma (simpatizante, filiado, militante)?

45) Você participa da federação nacional dos jornalistas? Se sim desde quando e de que forma (simpatizante, filiado, militante)?

46) Você participa de outras associações profissionais ou sindicais? Quais e de que forma?

47) Já teve oportunidade de exercer cargos de direção em sindicatos ou associações profissionais? Se sim em que período e qual o cargo?

48) Você participa de algum partido político? Qual, desde quando e de que forma (filiado, militante)?

49) Participou de movimento estudantil ou atividades em grêmios estudantis, centros acadêmicos? Se sim quando e como se enquadrava (simpatizante, militante)?

50) Participa ou já participou de outras entidades (religiosas, associativas, ONGS)? Se sim de que forma (simpatizante, militante ativo) e desde quando?