

COMUNICAÇÃO CIENTÍFICA

O JORNALISTA FORA DA MÍDIA NO TOCANTINS: A PERCEPÇÃO DOS JORNALISTAS SOBRE O TRABALHO EM ASSESSORIAS DE IMPrensa/COMUNICAÇÃO

Maria Carolina Azevedo; carolina.azevedo@mail.uft.edu.br e Marluce Zacariotti¹;
marluce@uft.edu.br (coautora).

RESUMO

O trabalho desempenhado pelo jornalista é indispensável para a manutenção da sociedade, mas com as mudanças na forma de desempenhar a profissão, muitos jornalistas têm encontrado dificuldades em identificar o seu lugar no mercado de trabalho. No caso dos profissionais que atuam em assessorias de comunicação/imprensa, o sentimento de pertencimento pode ser ainda menor, debates relacionados às funções que devem ou não ser desempenhadas pelos jornalistas dentro desse ambiente de trabalho seguem acontecendo e afetando o desempenho profissional. O presente trabalho, tem como objetivo ouvir esses profissionais que atuam nas assessorias de comunicação/imprensa no Tocantins, podendo assim, identificar como esses profissionais percebem o seu trabalho. Através de uma pesquisa exploratória, o presente trabalho apresentou dados precisos e inéditos sobre o número de jornalistas que atuam nas assessorias no Estado do Tocantins, bem como identificou a constante precarização da profissão, ocasionada pelo acúmulo de funções, atividades mal distribuídas dentro do local de trabalho e fatores externos como o surgimento das mídias digitais que afetam diretamente o fazer jornalismo. Através da pesquisa realizada, foi possível discutir o papel do jornalista dentro da assessoria de comunicação/imprensa, identificando quais as principais funções desempenhadas, além de discutir a precarização da profissão como consequência da reconfiguração do mercado de trabalho. Dessa forma, foi possível ainda, compreender a complexidade da profissão, e os principais fatores causadores do sentimento de despertencimento nos jornalistas tocantinenses que atuam em assessoria.

PALAVRAS-CHAVE

Assessoria de Comunicação/Imprensa. Jornalismo. Tocantins.

¹ Jornalista, mestre em Ciências da Comunicação (ECA/USP); doutora em Educação (PUC/GO), pós doutora em ciências da comunicação (UFP/Portugal). Professora do curso de jornalismo e do Mestrado Profissional em Educação (UFT).

1. INTRODUÇÃO

O jornalismo desempenha um papel fundamental na sociedade, ajudando a desvelar o que acontece no mundo e contribuindo com a transmissão de informações pautadas na verdade, na apuração e na ética. Os jornalistas cumprem requisitos específicos da área como a busca da verdade, na checagem dos fatos e na manutenção da democracia. No entanto, o atual contexto econômico e tecnológico está desafiando os jornalistas a repensar os modos de produção, especialmente pela mudança da forma como as pessoas se informam. E isso vale também para aqueles que atuam em assessorias de comunicação/imprensa.

O presente trabalho tem como objetivo principal identificar como os jornalistas que atuam em assessorias percebem seu trabalho e seu papel frente às atividades que exercem. Essa problemática está inserida nesse contexto de transformações do mundo do trabalho e, também, da inquietação sobre a eterna contradição que esses profissionais vivem em termos de atividades exercidas e da, ainda não tão bem resolvida, posição da própria categoria, da academia quanto à sua identidade jornalística. Se este já era um problema, agora, em tempos de imposição das mídias e redes sociais, parece que outros elementos são incorporados, complexificando a questão.

Para atingir esse objetivo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica, exploratória e de campo com jornalistas que atuam em assessorias de comunicação/imprensa no Tocantins, para levantar o debate a respeito da identidade profissional, que vem sendo impactada em meio a tantas dificuldades, como a inexigibilidade do diploma e a reconfiguração do mercado de trabalho.

Buscou-se, na pesquisa exploratória, produzir informações sobre as assessorias de comunicação/imprensa no Estado, assim como de jornalistas atuantes na área. Utilizamos como suporte, também, dados da pesquisa do Perfil do Jornalista Brasileiro 2021 (Lima et.al, 2022).

Este trabalho debate, ainda, a precarização da profissão, vivida pelos jornalistas como uma consequência da plataformização do jornalismo, da reconfiguração do

mercado de trabalho entre outros fatores que atravessam o campo profissional da categoria.

Esse estudo é de grande importância especialmente por ouvir a própria classe jornalística, suas percepções a respeito das crises e das dificuldades enfrentadas no ofício, além de levantar dados precisos do número de jornalistas que atuam na assessoria de comunicação/imprensa do Tocantins, bem como ouvir suas dores e vitórias.

No Brasil, há poucos estudos específicos sobre o tema (levando-se em conta a questão da identidade e da percepção dos jornalistas atuantes na área). Dessa forma, buscamos apresentar uma compreensão sobre os desafios enfrentados por jornalistas, especialmente aqueles que atuam dentro da assessoria de comunicação/imprensa em um mundo que está em constante transformação, desde a reconfiguração do mercado de trabalho, impulsionado pela plataformização e pelo surgimento das mídias e redes sociais, resultando, por muitas vezes, no acúmulo de atividades desenvolvidas e, por consequência, na precarização, como atestam estudos de pesquisadores como Fíguro (2018); Grohmann (2021); Lima et.al. (2022).

Por fim, este trabalho também busca contribuir para o desenvolvimento da profissão, das diretrizes e melhores práticas que possam somar com o cumprimento da ética jornalística pelos profissionais, mesmo em meio a esse contexto desafiador. Para isto, é necessário falar sobre as dificuldades para que, identificando-as, possamos enxergar possíveis soluções.

2. METODOLOGIA

Este trabalho foi realizado a partir de uma pesquisa do tipo exploratória, bibliográfica e de campo, de cunho qualitativo, utilizando também o questionário (com perguntas abertas e fechadas) como técnica de levantamento de dados. O público-alvo, foram os jornalistas que atuam em assessoria de comunicação/imprensa no Tocantins.

Devido à falta de informações e dados a respeito do número de jornalistas que atuam no Tocantins, especialmente aqueles que estão fora da mídia tradicional, primeiramente buscamos selecionar nos vários grupos de jornalistas (whatsapp) aqueles que eram de assessoria. Além disso, o Sindicato dos Jornalistas do Tocantins, que havia realizado, em 2023 um seminário com assessores de comunicação/imprensa e havia atualizado o mailing desses profissionais nos ajudou enviando o formulário da pesquisa para que fosse respondido por esses jornalistas.

Utilizamos, também a divulgação em ambientes de trabalho de assessorias e grupos dos estudantes de jornalismo. O formulário ficou disponível durante um período de sete dias (de domingo ao sábado seguinte).

O questionário continha uma introdução explicitando o público-alvo, o objetivo, além da solicitação para que compartilhassem com os próprios colegas de trabalho, a fim de atingir o maior número possível de jornalistas-assessores.

Obtivemos 83 respostas, dentre jornalistas profissionais e estudantes de jornalismo do Tocantins que atuam em assessoria de comunicação/imprensa, número semelhante ao dado que o Sindicato dos Jornalistas do Tocantins (SindJor TO) forneceu, de que no Tocantins há cerca de 80 jornalistas que atuam em assessorias de comunicação (embora não seja um dado comprovado).

A coleta de dados foi realizada por meio das perguntas objetivas e descritivas, tendo, também, um espaço destinado para que os participantes compartilhem experiências, percepções, desafios e até sugestões enfrentadas no exercício das suas funções.

Respeitando a privacidade, o formulário deixou opção para identificação ou não dos participantes. Os dados coletados foram analisados qualitativamente, com foco na identificação de padrões e tendências.

O questionário foi construído no *Google Forms*, ferramenta online e gratuita do Google, e foi disponibilizado através de link para compartilhamento e obtenção de respostas. Contou com 16 perguntas, sendo doze (12) abertas e quatro (4) perguntas

fechadas. Buscou-se saber a respeito das funções desempenhadas pelo profissional, da sua visão diante do desempenho dessas funções, de sua percepção como ser jornalista e sugestões de melhorias para os problemas identificados pelos mesmos.

A metodologia utilizada presta pesquisa exploratória com jornalistas do Tocantins que atuam assessoria de comunicação/imprensa, buscou a junção de técnicas de levantamento de dados para se ter uma compreensão mais profunda das práticas e percepções dos profissionais de modo a discutir a assessoria de comunicação/imprensa à luz de teorias, mas principalmente, a partir do olhar de quem trabalha na área. A ideia é termos *insights* para refletir sobre o que temos, o que o mercado exige, o que queremos e o que é possível. Além de pontuarmos sobre a necessidade de repensarmos epistemologicamente esse fazer tão controverso no mundo do trabalho jornalístico e percepções dos profissionais de modo a discutir a assessoria de comunicação/imprensa à luz de teorias, mas e, principalmente, a partir do olhar de quem trabalha na área.

Assim, através dessa pesquisa, espera-se agregar uma visão mais ampla a respeito da atual situação dos jornalistas e da sua percepção sobre o trabalho em assessorias, contribuindo para o desenvolvimento da profissão e dos estudos relacionados a este tema.

3. DESENVOLVIMENTO

A comunicação é a base da boa convivência humana, e está presente desde o início dos tempos. Comunicar-se é o ato de enviar uma informação de maneira que o interlocutor a receba e a intérprete. No sentido denotativo, comunicação é o ato de trocar informações por meio de signos e regras semióticas entendíveis e pode ser feita de diversas formas como escrita, verbal, não-verbal, visual, entre outros.

O Jornalismo, tido como uma forma de comunicação, ganhou destaque na Europa no século XVII, mais de cem anos após o surgimento da imprensa de Gutenberg, no século XV, com a difusão cada vez maior de informações locais.

De acordo com Pereira (2004, p. 16), a comunicação jornalística é um tipo de comunicação humana, com o objetivo de "informar o que acontece, de acordo com o critério do interesse público do fato". A partir desse pressuposto, é possível compreender a importância e a relevância da comunicação e do jornalismo em si, que gradativamente ganhou espaço na história.

No Brasil, autores como Juliana dos Santos (2012) defendem a importância do jornalismo em seus estudos. Com a função de informar, o jornalista desempenha um papel fundamental, atuando na apuração, investigação, seleção e divulgação dos fatos, sempre buscando andar à sombra da ética profissional e priorizando aquilo que é dito como o primeiro mandamento do profissional jornalista: o compromisso com a verdade e com a sociedade.

A função social do jornalista também é considerada, algumas vezes, como a de um fiscal do poder público, um guardião do interesse comum. Sua "missão" seria a de investigar, denunciar, apontar deslizes dos detentores de poder. Outras vezes é entendido como um observador, distante dos fatos, imparcial, neutro e, nesse caso, sua atividade, o jornalismo, seria o espelho da realidade. (FONSECA, 2009, p. 87)

Nilson Lage (2014), defende que o jornalista desempenha um papel importante e precisa entender os processos de apuração, produção e divulgação das informações:

O jornalista deve saber selecionar o que interessa e é útil ao público (o seu público, o público-alvo); buscar a associação entre essas duas qualidades, dando à informação veiculada a forma mais atraente possível; ser verdadeiro quanto aos fatos e fiel quanto às ideias de outrem que transmite ou interpreta; admitir a pluralidade de versões para o mesmo conjunto de fatos, o que é um breve contra a intolerância; e manter compromissos éticos com relação a prejuízos causados a pessoas, coletividades e instituições por informação errada ou inadequada a circunstâncias sensíveis. (LAGE, 2014, p.21)

Ao longo dos anos, o conceito de jornalismo foi se atualizando, sem deixar suas premissas básicas. Mas é fato que estão em curso mudanças em processos e redefinições em razão das transformações no mercado de trabalho e da forma de produzir e de consumir notícias. Vale destacar que a afirmação do jornalismo como ciência própria ainda é um debate em curso, pois, mesmo já tendo aprovado diretrizes curriculares próprias do jornalismo e tendo teorias e deontologia específicas, há discussões sobre tal questão.

Fábio Henrique Pereira (2004) acredita que a profissão de jornalismo pode ser considerada ambígua e apresenta dificuldade em sua definição devido a variedade de funções. Com o passar do tempo, o jornalista passou a desempenhar diversas funções que podem inclusive não ser consideradas de responsabilidade do profissional de comunicação, esse reajuste no mercado de trabalho e avanço tecnológico podem ser os principais fatores de responsabilidade da crise de identidade vivida por esses profissionais.

Ao fazer uma análise sobre as funções desempenhadas pelo jornalista, Pereira (2004) explica os principais fundamentos para um bom exercício da profissão, segundo Bill Kovach e Tom Rosenstiel.

A primeira obrigação do jornalismo é a verdade. Sua primeira lealdade é com os cidadãos. Sua essência é a disciplina da verificação. Seus profissionais devem ser independentes dos acontecimentos e das pessoas sobre as que informam. Deve servir como um vigilante independente do poder. Deve outorgar um lugar de respeito às críticas públicas e ao compromisso. Tem de se esforçar para transformar o importante em algo interessante e oportuno. Deve acompanhar as notícias tanto de forma exaustiva como proporcionada. Seus profissionais devem ter direito de exercer o que lhes diz a consciência. (PEREIRA, 2004, p. 4)

Uma pesquisa intitulada Perfil do Jornalista Brasileiro em 2021, (Lima et. al, 2022), os autores apresentam que houve uma significativa reconfiguração sobre as competências e habilidades do profissional jornalista, como consequência dos efeitos do capitalismo bem como a redemocratização do país e as mudanças na regulamentação da profissão.

Neste debate, vale lembrar que a profissão já viveu momentos de valorização e respeito. O termo “quarto poder”, associado ao jornalismo e a imprensa, aconteceu em meados do século XX e neste momento em que a imprensa era vista como quarto poder e o jornalista era visto como herói, Pereira (2004) lembra que este momento é considerado a idade de ouro do jornalismo.

Assim como os veículos sofreram a pressão do mercado e a necessidade de lucros rápidos, o jornalista se vê em uma situação de pressão, onde para manter o status antes carregado, e como forma de garantir o emprego, começa desrespeitar,

algumas regras éticas da profissão, como a boa checagem, com o objetivo de ganhar tempo e produzir materiais em maior quantidade, como sustenta (PEREIRA, 2004, p. 10) “O jornalista perde a aura de herói e identifica-se, cada vez mais, como simples operário de um sistema de produção taylorizado.”

Como parte deste processo, o surgimento da internet e das mídias sociais, pressionou ainda mais o jornalista a produzir e divulgar informações instantaneamente. O profissional estava em uma guerra perdida, contra a boa apuração e o bom jornalismo, e a velocidade da internet, onde qualquer pessoa, em qualquer lugar, poderia divulgar qualquer informação através das mídias sociais.

O resultado de tudo isso, é claramente um acúmulo de funções, desgaste, frustrações e tantas outras consequências na qualidade de vida do profissional e também na qualidade do serviço desempenhado. Alguns autores citam o avanço tecnológico como um dos fatores responsáveis por essa crise de identidade vivida por muitos profissionais do jornalismo.

Segundo o perfil do jornalista Brasileiro (2022) isso afeta diretamente a saúde do profissional. Através de uma pesquisa realizada, mais de 65% dos profissionais entrevistados, afirmaram sentir-se estressados no ambiente de trabalho.

A precarização e a desvalorização da profissão fazem com que os profissionais enfrentem uma deterioração de sua saúde mental, sofrendo de ansiedade, estresse, depressão e burnout. A realização de uma atividade que traz satisfação ou propósito nem sempre seria suficiente para justificar o desgaste sofrido, e os jornalistas parecem contar com pouco apoio dos contratantes ou de instâncias coletivas (equipe, sindicatos) para melhorar a situação ou lidar com os efeitos dela. (LIMA et. al, 2022, p. 196)

3.1 A RECONFIGURAÇÃO DO TRABALHO DO JORNALISTA

Abordar o tema da reconfiguração do mercado de trabalho e do trabalho jornalístico, bem como as crises profissionais que o jornalista vive em decorrência dessa realidade, traz consigo diversos debates, como a inexigibilidade do diploma, a forma de realizar o trabalho, a evolução do mundo, o avanço da tecnologia, entre outros. Dentro deste debate, vale destacar a necessidade de abordar este tema no meio

profissional, pois o jornalista só conseguirá sair da situação precária em que se encontra, quando conseguir identificar sua real situação e encontrar alternativas a essa realidade. Nesse sentido, as pesquisas e discussões da área são de extrema relevância.

Como destaca Patrício (2022, p. 58), “A gente ainda tem relativamente poucos trabalhos empíricos que se dedicam, pelo menos no Brasil, a discutir de fato a crise do jornalismo”.

O jornalismo é uma profissão que precisa se adaptar ao mercado constantemente, e com o avanço tecnológico e o surgimento das redes sociais, os jornais acabaram migrando para essas plataformas e isso possibilitou o surgimento e a intensificação de nichos específicos. Segundo Patrício (2022), isso se tornou muito mais atrativo, no sentido da publicidade, pois o jornalismo perdeu força e espaço, enfrentando talvez a sua primeira grande crise no mercado da comunicação.

Ao analisar esse cenário, é possível identificar como tantas mudanças afetaram também a rotina de trabalho dos jornalistas que atuam com assessoria de comunicação/imprensa. Com o fortalecimento dessa função, a partir dos anos 1990, com as mudanças significativas no cenário político e econômico do Brasil como o restabelecimento da democracia, mudanças tecnológicas e a transição para uma mídia cada vez mais comercial, diversos jornalistas ficaram desempregados.

Um argumento válido a ser citado neste debate é o fato de que um jornalista dispõe de vantagens no desempenho da profissão de assessor de imprensa, por ser formado para atuar diretamente na imprensa, isso faz com que ele tenha conhecimento de como ela funciona, facilitando a comunicação e a execução do trabalho em questão.

A precarização do trabalho do jornalista vem de muito tempo. Atualmente, com a plataformização, a profissão enfrenta desafios cada vez maiores. Grohmann (2020) defende que há também um risco nesse processo de plataformização.

As plataformas – em seus mais variados tipos – são, por um lado, a concretização da acumulação e extração de valor a partir dos mecanismos de dados e das mediações algorítmicas; por outro, significam sua face mais visível (ou interface amigável), infiltrando-se nas práticas sociais com a promessa de oferecer serviços personalizados ao mesmo tempo que causam

dependência de suas infraestruturas na web (HELLMOND, 2015) e em diversos setores da sociedade. (GROHMANN, 2020, p. 111)

Com a pressão do mercado, o jornalismo passa por mais uma fase de readaptação, é necessário que o jornalista identifique a realidade em que está inserido, e se adapte às mudanças. O desempenho da profissão já é por si só um desafio, com mudanças no mercado de comunicação, que vão desde o cenário político, econômico ao avanço tecnológico.

Vale destacar que essa geração que cresceu tendo contato com as tecnologias digitais não têm o hábito de ler jornais diariamente, mas acessam, quase que momentaneamente, as redes sociais e se interessam por conteúdos rápidos e breves. Neste sentido, Patrício (2022), defende que essa crise pode ser algo positivo:

Mas o que nós percebemos é que temos aí a crise sempre colocada como algo negativo, e que a gente está entrando numa questão articulada com essa narrativa de declínio. E que o futuro que a gente vai ver pela frente, vai ser sempre negativo, sempre pior do que a gente tinha. Na verdade, não necessariamente o futuro precisaria ser tão ruim assim, às vezes é um momento de fato de oportunidade de transformação, existem outras questões por trás. (PATRÍCIO E TAVARES, 2022, p. 59)

Na rotina do assessor de comunicação, as mídias digitais têm influenciado principalmente com a questão da instantaneidade, que reflete na maneira em que as notícias são produzidas e veiculadas, bem como os *feedbacks* que também são instantâneos, já que esses profissionais acompanham a reação do público através das curtidas, comentários e compartilhamentos das publicações.

É necessário reforçar a necessidade de produzir mais materiais e estudos que possam ouvir o apelo dos jornalistas, para conseguir compreender qual é o verdadeiro cenário em que estão inseridos, pois identificar qual é o problema, pode de fato ajudar a solucioná-lo de maneira mais prática.

3.2 JORNALISMO FORA DA MÍDIA “ASSESSORIAS” DE COMUNICAÇÃO/IMPrensa

Levando em consideração que o jornalista americano Ivy Lee desenvolveu atividade pela primeira vez em 1906, essa data pode ser caracterizada como o surgimento da assessoria de imprensa.

A princípio, o principal objetivo do jornalista, era conseguir mudar a imagem do seu assessorado perante a sociedade, objetivo que foi alcançado com sucesso pelo profissional, e fundador da assessoria de imprensa. Após isso, Ivy Lee seguiu realizando este trabalho, que em alguns séculos se popularizou pelo mundo.

Os jornalistas que atuam com assessoria de imprensa realizam funções como a de manter um bom relacionamento com a mídia. O prestador de serviço de assessoria de imprensa é responsável por fazer uma ligação entre o cliente e os veículos de comunicação, como jornais, televisão, mídia online e outros. Os assessores de imprensa cultivam esses relacionamentos com os jornalistas e produtores, garantindo informações relevantes e a boa imagem do seu cliente na mídia.

A assessoria de comunicação pode ser entendida como um departamento, que comporta diversos profissionais, além do jornalista, como publicitários, designer, editores, relações públicas e outros. Até mesmo no conceito, na definição, e na diferenciação entre assessoria de comunicação e assessoria de imprensa, os próprios profissionais jornalistas, bem como a população no geral, desconhece a diferença desses termos e dessas funções.

Foram obtidas, através do questionário realizado neste estudo, 83 respostas de jornalistas e estudantes de jornalismo que atuam em assessoria de comunicação/imprensa no Tocantins. Vale lembrar que as perguntas apresentadas no questionário não eram de caráter obrigatório. Desta forma, o respondente teve a opção de pular alguma pergunta, caso não quisesse responder. Do total de respostas, 66,3% são mulheres e 33,7% homens.

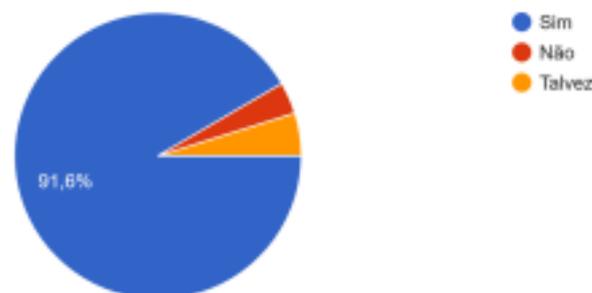
Em relação a carga horária destes profissionais, 21% afirmaram trabalhar mais de 8h por dia, enquanto 28% trabalham 8h por dia; 25%, 6h por dia e 24% trabalham 4h por dia. Ou seja, mais de 50% dos jornalistas trabalham 8h ou mais horas por dia, o que indica que esses profissionais, que atuam em assessorias, não cumprem a jornada de 5h, prevista na lei nº 4.191/2023, que estabelece uma carga horária de 25h semanais para jornalistas e repórteres fotográficos.

Na sexta pergunta do questionário, os respondentes foram questionados a respeito das atividades desempenhadas por jornalistas dentro das Assessorias. Neste questionamento, 91,6% dos jornalistas concordam que desempenham outras funções além das específicas da Assessoria de Imprensa.

Gráfico 6: Quais as atividades desempenhadas.

Você acha que os jornalistas, hoje, assumem mais atividades nas assessorias do que o descrito como papel clássico da assessoria de imprensa?

83 respostas



Fonte: ELABORADO PELO AUTOR (2023)

Conforme os dados da pesquisa, mais de 60% dos jornalistas recebem entre 2 e 5 salários-mínimos, e apenas 20% recebem acima de 5 salários-mínimos. Levando em consideração uma pesquisa realizada pelo Instituto Federal do Tocantins (2022) que identifica que o custo de vida na capital tocantinense é de R\$5.2 mil, até mesmo os jornalistas que recebem o maior salário do questionário percebem salários baixos,

levando em consideração este cenário. Isso sem falar nos mais de 14% que recebem até um salário-mínimo, que, hoje, equivale a R\$1.320,00. É possível que estes sejam os estagiários, embora não tenha sido possível fazer esse cruzamento de dados.

Dando início nas perguntas abertas, os respondentes foram questionados se ao desempenhar suas funções de rotina, dentro da assessoria, se sentem jornalistas. 14 das 76 respostas foram negativas e 62 positivas. Ou seja, a maioria afirma que se sente jornalista mesmo desempenhando diversas funções que vão além do jornalismo. Neste sentido, vale destacar, com base nas perguntas anteriores, que apesar de desempenhar outras funções além das jornalísticas, a maioria delas, no entanto, são atividades jornalísticas (confira o quadro 02 na página 41). Isso pode influir nessa resposta.

Desta forma, independente do acúmulo ou não de funções, os jornalistas têm desempenhado atividades jornalísticas dentro das assessorias e a partir das respostas dos entrevistados, é possível notar que a maioria se sente jornalista ao desempenhar as funções dentro das assessorias, como destaca uma das respostas: “Sim, por mais que muitos não acreditem que a assessoria faz parte do jornalismo, estamos sempre comunicando e repassando a informação adiante”. Respostas como essa, reafirmam que mesmo que a assessoria de comunicação/imprensa seja um ambiente diferente das redações na mídia, são desempenhadas funções e habilidades jornalísticas.

A última pergunta aberta, deu aos entrevistados a oportunidade de explicar a percepção que tem sobre a atuação dos jornalistas dentro das assessorias de comunicação/imprensa. Optamos por não definir um enfoque específico para essa questão, para compreender como de fato os jornalistas se sentem em relação à atuação dentro das assessorias. Confira no gráfico abaixo as respostas. Neste caso, a taxa de abstenção foi de 30,1%. Como nas outras perguntas abertas, agrupamos as respostas iguais ou similares.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das reflexões apresentadas neste trabalho de conclusão de curso, torna-se evidente a complexidade do desempenho do papel do jornalista que atua em assessoria de comunicação/imprensa, especialmente no atual contexto marcado por mudanças econômicas e tecnológicas.

A pesquisa exploratória realizada neste trabalho, proporciona uma visão mais detalhada a respeito de como os próprios profissionais enxergam e lidam com toda essa situação, que, muitas vezes, acarreta no resultado do trabalho realizado.

Ao ouvir a própria classe jornalística que atua dentro das assessorias de comunicação/imprensa do Tocantins, vimos o quanto o terreno é movediço, incerto. Alguns autores gostam de falar que essa questão de jornalista e assessor já está definida, de que está consagrado o papel do assessor de imprensa como atividade jornalística. De fato, o que se passa no interior das assessorias, nas rotinas do trabalho desses profissionais, como vimos, espelha mais fazeres próprios do jornalismo. Mas, também, há outras tantas atividades que são exigidas para dar conta de uma comunicação mais eficiente. E é isso que continua sendo um problema, uma vez que isso implica “deixar de ser jornalista”, ainda que temporariamente para cumprir funções de Relações públicas, de publicitário, de design etc. Tal acúmulo de tarefas/funções também é precarização e um contrassenso. Como disseram os jornalistas ouvidos, é preciso reavaliar esse trabalho tanto do ponto de vista da atualização das atividades, quanto da ótica da valorização, inclusive financeira.

Trazendo dados, ouvindo os sujeitos, propondo um alargamento das atividades de modo a contemplar a boa informação, sem desprezar os princípios que regem o jornalismo, que não se encerram na questão da objetividade como imparcialidade, mas como método de produção e, principalmente, que assumem o jornalismo como forma de conhecimento como defende Eduardo Meditsch (2022).

REFERÊNCIAS

FONSECA, Virginia Pradelina da Silveira; LOPES, Wesley. **Jornalista contemporâneo: apontamentos para discutir a identidade profissional**. Intexto: revista do mestrado da comunicação UFRGS. Porto Alegre. Vol. 2, n. 21 (jul./dez. 2009), p. 57-69, 2009.

GROHMANN, Rafael. **Plataformização do trabalho: entre a dataficação, a financeirização e a racionalidade neoliberal**. Revista Eptic Online, v. 22, n. 1, 2020.

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Tocantins (IFTO). **De olho no preço: pesquisa do IFTO acompanha custo da cesta básica em Porto Nacional**. Disponível em: <http://www.ifto.edu.br/noticias/de-olho-no-preco-pesquisa-do-ifto-acompanha-custo-da-cesta-basica-em-porto-nacional>. Acesso em: [16/11/2023].

LAGE, Nilson. **Conceitos de jornalismo e papéis sociais atribuídos aos jornalistas**. Pauta Geral-Estudos em Jornalismo, v. 1, n. 1, p. 20-25, 2014.

LIMA, S. P. et al. (Org.). **Perfil do jornalista brasileiro 2021: características sociodemográficas, políticas, de saúde e do trabalho**. Florianópolis: Quorum Comunicação, 2022. 220 p. (Samuel Pantoja Lima (Coord. Geral))

MEDITSCH, Eduardo Barreto Vianna Meditsch; ADGHIRNI, Zélia Leal; PEREIRA, Fábio Henrique. Entrevista com Eduardo Meditsch: **“A teoria do jornalismo ainda é um projeto”**. Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo, v. 11, n. 2, p. 124-133, 2022.

PATRÍCIO, Edgard. **mundo do trabalho**. 2022.