



|  |  |
|--|--|
|  <p>ESCOLA DE COMUNICAÇÃO,<br/>ARTES E DESIGN<br/>FAMECOS</p>   | <h1>REVISTA FAMECOS</h1> <p>mídia, cultura e tecnologia</p> <p>Revista FAMECOS, Porto Alegre, v. 27, p. 1-14, jan.-dez. 2020<br/>e-ISSN: 1980-3729   ISSN-L: 1415-0549</p> |
| <p> <a href="https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.38661">https://dx.doi.org/10.15448/1980-3729.2020.1.38661</a></p> |  |

JORNALISMO

## Trajetórias profissionais de assessores de imprensa e jornalistas de mídia<sup>1</sup>

*Professional trajectories of press agents and journalists*

*Trayectorias profesionales de asesores de prensa y periodistas de medios*

**Aline Louize Deliberali**

**Rosso<sup>2</sup>**

[0000-0003-1268-9514](tel:0000-0003-1268-9514)

[aldrosso@hotmail.com](mailto:aldrosso@hotmail.com)

**Jacques Mick<sup>3</sup>**

[0000-0001-8456-9488](tel:0000-0001-8456-9488)

[jacques.mick@ufsc.br](mailto:jacques.mick@ufsc.br)

**Recebido em:** 21/7/2020.

**Aprovado em:** 5/11/2020.

**Publicado em:** 22/12/2020.

**Resumo:** O objetivo do trabalho foi analisar a trajetória de jornalistas que atuam nas assessorias de imprensa da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc), na esfera política em interação com jornalistas de mídia, e as estratégias de legitimação utilizadas para demarcar o seu pertencimento ao campo jornalístico. A perspectiva teórica focalizada nos conceitos de campo, capital e *habitus* da sociologia bourdieusiana conduz a análise. As informações analisadas foram coletadas em questionário aplicado a 36 profissionais que atuam na Alesc. O perfil dos assessores se aproxima ao de jornalistas dos meios de comunicação caracterizado pela juvenilização, profissionalização e maior formação. O ingresso no subcampo da assessoria se dá mediante capitais advindos de concurso público ou da trajetória pessoal em mídias. A migração para o subcampo da assessoria de imprensa é justificada pelas compensações da visibilidade do campo político, estabilidade e segurança. O *habitus* adquirido na formação permite o compartilhamento de informações com os jornalistas de mídia e trânsito entre os campos da assessoria e do jornalismo. A legitimação e a demarcação de posições se efetuam pelo uso dos códigos do jornalismo midiático.

**Palavras-chave:** Assessoria de Imprensa. Trajetória profissional. Campo jornalístico.

**Abstract:** The objective of the work was to analyze the trajectory of journalists who work in the press offices of the Legislative Assembly of the State of Santa Catarina (Alesc), in the political sphere in interaction with media journalists and the legitimation strategies used to demarcate their belonging to the journalistic field. The theoretical perspective focused on the concepts of field, capital and habitus of Bourdieusian sociology conducts the analysis. The information analyzed was collected in a questionnaire applied to 36 professionals who work at Alesc. The profile of the advisers is similar to that of journalists in the media, characterized by youth, professionalization and greater training. Entry into the advisory subfield takes place through capital from public tenders or personal trajectory in the media. The migration to the subfield of the press office is justified by the compensations for the visibility of the political field, stability and security. The habitus acquired in the training allows the sharing of information with media journalists and transits between the fields of advisory and journalism. The legitimation and demarcation of positions is effected by the use of the codes of media journalism.

**Keywords:** Press agency. Professional trajectory. Journalistic field.

**Resumen:** El objetivo del trabajo fue analizar la trayectoria de los periodistas que trabajan en las oficinas de prensa de la Asamblea Legislativa del Estado de Santa Catarina (Alesc), en la esfera política en interacción con los medios de comunicación y las estrategias de legitimación utilizadas para demarcar su pertenencia al campo periodístico. La perspectiva teórica centrada en los conceptos de campo, capital y habitus de la sociología bourdieusiana realiza el análisis. La información analizada se recopiló en un cuestionario aplicado a 36 profesionales que trabajan en Alesc. El perfil de los asesores es similar al de



Artigo está licenciado sob forma de uma licença  
[Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

<sup>1</sup> Os dados apresentados fazem parte de uma pesquisa de doutorado.

<sup>2</sup> Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), Ponta Grossa, PR, Brasil.

<sup>3</sup> Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil.

los periodistas en los medios, caracterizado por la juventud, la profesionalización y una mayor capacitación. La entrada en el subcampo de asesoramiento se realiza a través del capital de licitaciones públicas o trayectoria personal en los medios. La migración al subcampo de la oficina de prensa está justificada por las compensaciones por la visibilidad del campo político, la estabilidad y la seguridad. El *habitus* adquirido en la capacitación permite compartir información con periodistas de medios y tránsitos entre los campos de asesoría y periodismo. La legitimación y demarcación de posiciones se efectúa mediante el uso de los códigos del periodismo mediático.

**Palabras clave:** Asesoría de Prensa. Trayectoria profesional. Campo periodístico.

## Introdução

O avanço nas tecnologias de informação e de comunicação promovem transformações estruturais no campo jornalístico; isso afeta o exercício profissional e as relações trabalhistas tanto no contexto global quanto no local (DEVILLARD, 2002; MICK; LIMA, 2013). No contexto global, a inserção dos jornalistas no mercado de trabalho, considerando o conjunto de seus indicativos, sinaliza a crescente precarização do trabalho jornalístico. A insegurança laboral, a desestruturação do mercado de trabalho e dos níveis salariais favorecem a porosidade das atividades jornalísticas com as de comunicação (FRISQUE, 2014, LELO, 2019). No contexto nacional, Mick e Lima (2013) analisaram o perfil do jornalista brasileiro com 2731 profissionais de todas as unidades da federação e, também, do exterior. E apresentaram as percepções sobre a identidade profissional dos jornalistas, permitindo a revisão de teses sobre a categoria das últimas décadas. A pesquisa de Silva (2013) sobre o perfil profissional do jornalismo brasileiro levantou as descrições de 288 novas funções e 177 novas atividades. Essa diversificação funcional designa competências requeridas dos jornalistas nas áreas de planejamento de mídias, de produção de conteúdo e de desenvolvimento de novas linguagens e a gestão de equipes.

Frente a isso, o modelo profissional clássico fundamentado na ideia de independência, os jornalistas, ao migrarem para outros campos de comunicação mencionam continuidades e rupturas na realização dessas atividades. Ao

mesmo tempo, para muitos, a ideia de conversão profissional para a comunicação constitui um horizonte plausível com diferentes significados e com trajetórias sujeitas a possibilidades desiguais de segurança profissional. Nesse contexto, o trabalho jornalístico perde o compartilhado espacial das redações nos grandes jornais e dos meios de comunicação, emergindo novas formas e espaços de exercício profissional (MARCHETTI, 2002; MICK; LIMA, 2013; SILVA, 2013; FRISQUE, 2014; DEVILLARD, 2015). Entre essas atividades jornalísticas, fora do campo específico do jornalismo, encontra-se a assessoria de imprensa.

No contexto brasileiro, a assessoria de imprensa origina-se simultaneamente às primeiras discussões sobre a criação de cursos superiores de jornalismo, como um subcampo dele. A assessoria é definida como ligação entre assessorado, meios jornalísticos e sociedade, com o objetivo de favorecer o relacionamento entre esses atores (FERRARETTO; FERRARETTO, 2009). Assim, a assessoria de imprensa realiza o trabalho em conjunto com as demais áreas da comunicação – Publicidade e Propaganda, Marketing e Relação Públicas –, divulgar as atividades de uma determinada empresa, um produto ou um serviço, a partir de princípios e saberes próprios da atividade jornalística (DUARTE, 2001; MARQUES; MIOLA; SIEBRA, 2014; RIBEIRO, 2014).

O trabalho da assessoria de imprensa/comunicação começou a vigorar, de forma mais sistemática, pelos agentes políticos no período dos governos de Getúlio Vargas (TORQUATO, 2008). Em 1968, com a censura imposta à imprensa, "as assessorias de imprensa tinham como principal objetivo o controle da informação, com a produção em larga escala de *releases* e declarações, evitando o acesso da imprensa à organização". Nesse contexto, embora houvesse jornalistas atuando com profissionalismo, os assessores de imprensa foram compreendidos como seletores de informação em favor das instâncias de poder (DUARTE, 2001).

O cenário brasileiro é ímpar em relação à atuação dos profissionais das assessorias de imprensa. Enquanto em outros países a atividade é considerada função dos formados em Relações Públicas

(CHAPARRO, 2011), no Brasil, ela é atribuição do profissional habilitado em jornalismo (FENAJ, 2007). Se, de um lado as transformações no campo do jornalismo alteram o exercício profissional e as relações trabalhistas, provocando a migração de jornalistas das redações para as assessorias de imprensa (MICK; LIMA, 2013), por outro lado, devido ao seu contexto histórico e deontológico, essa atuação ainda é questionada por favorecer o tensionamento social e corporativo. Social ao atuar em favor por estruturar a história de organizações ou pessoas, produzindo comunicados de imprensa como sendo notícia para promover uma imagem, ao invés de informar a população, promovendo a discussão, a dúvida e os questionamentos. Corporativo, pelas disputas entre os subcampos da assessoria de imprensa e dos meios de comunicação, permeando as relações entre os agentes do campo e com outros campos sociais (MARQUES; MIOLA; SIEBRA, 2014; CABALLERO apud CERQUEIRA, 2018; LELO, 2019).

Diante da problemática, o estudo ancora-se na concepção construída historicamente do campo jornalístico brasileiro de que a assessoria de imprensa é um subcampo do jornalismo. A assessoria de imprensa é caracterizada como pertencente ao campo jornalístico por apreender regras e valores dele. Nessa concepção a assessoria de imprensa é tida, como uma oportunidade no mercado de trabalho para os jornalistas brasileiros, mas também como um espaço controverso de atuação profissional com códigos e valores jornalísticos (FONSECA, 2016, p. 4).

Compreende-se o jornalismo como um campo de relevância social (GOMES; MAIA, 2008; AUGUSTI, 2010) que se relaciona com os demais campos (MIGUEL, 2002) – e, de forma mais enfática, com o campo econômico e o campo político. Definido como campo mutável, é um espaço de lutas internas e externas e, assim como os outros campos, é constituído por regras específicas de funcionamento internas e externas (BOURDIEU, 1996). As lutas internas são disputas demarcadas e, é nelas que os subcampos jornalísticos

mantêm, ou adquirem determinados *status* e posições. As lutas, muitas vezes, são em torno da posse de capitais, os quais, conseqüentemente, conferem maior poder àqueles que os detêm. As lutas externas têm como objetivo balizar os campos sociais e conquistar, ou manter, uma posição de prestígio frente aos outros, ou seja, de exercer o poder de proferir os princípios mais importantes a serem seguidos pelos agentes no campo (BOURDIEU, 1996).

Entender o jornalismo como um campo de relevância social (GOMES; MAIA, 2008; AUGUSTI, 2010) é reconhecer que ele tem regras específicas e que, por meio das lutas internas e externas, está em constante mudança (BOURDIEU, 1996). O campo jornalístico disputa com os demais campos sociais o reconhecimento na atividade por ele realizada, assim como cada subcampo do jornalismo também realiza uma demarcação para legitimar aquele que seria o que detém mais capital jornalístico: o subcampo da credibilidade (ADGHIRNI, 2005). O subcampo da assessoria de imprensa disputa esse prestígio com o subcampo midiático e o acadêmico em jornalismo.<sup>4</sup>

Claramente, o subcampo midiático é o que apresenta maior prestígio frente ao campo acadêmico em jornalismo e o da assessoria de imprensa. É por meio das suas características e realizações que o campo jornalístico se molda no Brasil e, conseqüentemente, modelam-se os outros subcampos. Definir a assessoria de imprensa como um subcampo do campo jornalístico é identificá-la como uma atividade que partilha princípios e valores próprios desse campo. A trajetória profissional dos agentes que constituem esses dois campos é relevante para se compreender como ocorre a construção da carreira profissional no campo jornalístico – se há diferenças ou semelhanças dependendo do subcampo onde os jornalistas trabalham.

No trabalho jornalístico as disputas pelo campo caracterizam as relações entre campo jornalístico, econômico e político. No jornalismo brasileiro a posse do diploma é considerada essencial para

<sup>4</sup> Ele é uma congruência entre o campo jornalístico e o acadêmico. Dentro do campo acadêmico existem diversos subcampos, os quais se dividem pelas áreas de conhecimento. O subcampo acadêmico jornalístico faz parte do campo acadêmico e, também, do jornalístico.

a categoria, apesar do Judiciário ser contrário por entender como equivalentes a liberdade de expressão e a liberdade profissional (NASCIMENTO, 2011).

Existe uma ênfase na estrutura que contorna cada campo e as interações estabelecidas entre os diferentes agentes a eles pertencentes. Bourdieu (2007) utiliza o conceito de *habitus* ao considerar a perspectiva da interação cognitiva do sujeito com o contexto social e o capital que lhe sustenta no interior do campo. O *habitus* de um determinado campo consiste em um conhecimento adquirido que pode ser apreendido de maneira explícita ou implícita (BOURDIEU, 1983), sendo tanto individual quanto social, sempre ligado a uma determinada classe. Ou seja, o que é dado pelo coletivo é interiorizado pelo agente em um campo específico (ORTIZ, 1983). Dadas as suas características constitutivas o *habitus* é simultaneamente o "condicionante e [...] o condicionador das nossas ações" (HERMANO, 2006, p. 33). Assim, o entendimento entre os indivíduos é de que, ao partilharem um *habitus* coletivo, os agentes de um campo detêm capitais semelhantes e, por isso, compreendem as regras básicas, a linguagem específica de um campo. O conceito de *habitus* está intrinsecamente ligado aos conceitos de campo e de capital. Na teoria de Bourdieu existem alguns tipos de capital: econômico (renda, salários, imóveis), cultural/escolar (saberes e conhecimentos reconhecidos por títulos), simbólico (prestígio) e social (rede de atores). O capital social seria um conjunto de recursos que um indivíduo "consegue mobilizar a partir de uma ampla rede de relações sociais em auxílio de suas intenções" (FIALHO, 2008, p. 72).

São exemplos de características que moldam e identificam *habitus* dos jornalistas: saber o que se constitui em notícia (SILVA, 2013); apresentar significado social (MARQUES; MIOLA; SIEBRA, 2014); levantar informações precisas (TAMBOSI, 2005); ser objetivo, ter forte senso de justiça e de democracia (ADGHIRNI, 2005); mostrar paixão pelo jornalismo (TRAVANCAS, 1992); exercer a autocritica da atuação (SILVA, 2013); compreender que é uma profissão com jornadas extenuantes, do trabalho contra o tempo (LELO, 2019); lutar contra

a concorrência e pela audiência (MAURÍCIO, 2017). Trata-se de códigos compartilhados a partir de um saber que é simultaneamente implícito e explícito.

Como "cada campo social se caracteriza como um espaço [...] de poder" (MARTELETO; SILVA, 2004, p. 44-45) em que ocorre uma distribuição desigual das posições que cada agente específico ocupa no campo, como dominantes ou dominado. Essas posições são determinadas em função do capital social. A quantidade de capital social que o indivíduo detém depende do volume desse tipo de capital e da rede mobilizada (FIALHO, 2008). Por isso, o interesse dos indivíduos em acumular capital social. É nas relações sociais que os indivíduos reclamam o acesso aos recursos de posse dos membros do grupo em quantidade e qualidade desses recursos (PORTES, 2000). Nas relações com os jornalistas de mídia o capital social do assessor de imprensa e de seu assessorado pode ser mobilizado em situações para que as mídias divulguem ou não algum fato ou evento e que os jornalistas comentem e analisem ou não tais situações. De forma análoga, os jornalistas podem recorrer aos assessores para obter o perfil de determinada fonte ou acompanhar as ações de um deputado.

A problemática levantada no artigo discute: a atuação de jornalistas como assessores de imprensa no campo político; os elementos que afetam suas trajetórias profissionais; as estratégias de legitimação adotadas e os capitais mobilizados para demarcar o seu espaço ante o campo jornalístico; e, as interações existentes com as trajetórias profissionais com os jornalistas de mídia. O objetivo foi analisar a trajetória de jornalistas que atuam nas assessorias de imprensa da Assembleia Legislativa do Estado de Santa Catarina (Alesc), na esfera política nas interações com jornalistas de mídia e as estratégias de legitimação utilizadas para demarcar o seu pertencimento ao campo jornalístico.

## Metodologia

As informações foram coletadas por meio de um questionário com perguntas fechadas e abertas. No recorte da pesquisa são analisadas as

respostas dadas às perguntas fechadas sobre a trajetória profissional dos participantes. A escolha do instrumento ocorreu pelas vantagens do seu uso – a possibilidade de ser respondido por um número amplo de participantes e a facilidade para a tabulação dos dados (RICHARDSON, 2009) – e pela adequação à realização do objetivo da pesquisa. A coleta de informações foi realizada com os jornalistas que trabalham nas assessorias de imprensa na Alesc. Todos os participantes da pesquisa assinaram o termo de consentimento concordando e autorizando a divulgação das informações obtidas do questionário por eles respondido.

Na pesquisa, alguns questionários foram respondidos via *e-mail* e outros pessoalmente no espaço de trabalho dos assessores. Embora, todos os participantes da pesquisa tenham se proposto responder os questionários por *e-mail*, muitos não o fizeram. No entanto, responderam o questionário na sequência, presencialmente. A coleta dessas informações teve início no segundo semestre de 2014 e se estendeu até o final do primeiro semestre de 2015. Essas circunstâncias deram-se em função dos processos eleitorais, em especial para o cargo de deputado estadual, e, na sequência, pelas flutuações dos cargos comissionados e adequações aos novos cargos. Durante todo o período tentou-se ampliar o número de adesões à pesquisa com contatos pessoais, por *e-mail*, telefone, com a diretoria de comunicação, ronda nos gabinetes e nas sessões. Alguns participantes da pesquisa se comprometeram em dar as respostas às questões que lhes seriam propostas e marcar um horário para as entrevistas, mas não retornaram, provavelmente, por cumprirem as suas funções, nas cidades “de origem” dos parlamentares.

A Alesc é composta por jornalistas que trabalham exclusivamente para a Assembleia, e profissionais que atuam em cargos de confiança. O primeiro grupo apresenta 21 jornalistas, enquanto o segundo é composto por 40 profissionais – cada deputado tem um jornalista como assessor de imprensa.<sup>5</sup> O segundo grupo apresenta um nú-

mero variável de jornalistas, mas, no momento em que foram obtidos os dados, todos os deputados apresentaram o nome de profissionais responsáveis pela assessoria de imprensa, mesmo que alguns também executassem funções para a bancada do partido ou coligação (PT, PCdoB, PSDB, PMDB, PSD, PR, PP).

Nessa etapa, 36 dos 61 jornalistas que trabalham tanto para a assessoria institucional da Alesc, quanto para os deputados e partidos responderam o questionário. Do total de respondentes, 15 profissionais pertencem ao primeiro grupo, trabalham exclusivamente para a Assembleia (41,7%), e 21 profissionais ao segundo grupo, atuam em cargos de confiança (58,3%). Desses, 17 jornalistas (47,2%) são exclusivos dos deputados, três (8,3%) são de bancada e um (2,8%) acumula funções de assessoria de deputado e de bancada.

### Perfil sociodemográfico dos informantes

A trajetória profissional dos agentes do campo jornalístico foi construída por diversos fatores. O diploma em jornalismo é considerado essencial para a categoria, embora a decisão, em 2009, do Supremo Tribunal Federal (STF), da não exigência do diploma de ensino superior em jornalismo para o cumprimento das atividades do campo (NASCIMENTO, 2011). Até o momento, a deliberação segue como vigente. A obrigatoriedade do diploma para o exercício da profissão jornalística contribui para o fechamento do campo jornalístico; afinal, a exigência de um capital escolar em jornalismo (BOURDIEU, 2011) restringiu os agentes que podem, ou não, participar do campo. A exigência de um diploma para o exercício do jornalismo legitima o campo como portador das competências necessárias para um jornalismo de qualidade (PETRARCA, 2007, 2011). Embora da decisão do STF, a maioria dos profissionais no Brasil apresentam o diploma na área (MICK; LIMA, 2013). Pesquisadores em jornalismo afirmam que a formação superior é essencial para o desenvolvimento da atividade jornalística de qualidade (BENEDETI, 2009; PETRARCA, 2007, 2011).

<sup>5</sup> Esse era o cenário da Alesc quando os dados da pesquisa foram coletados. Como a maioria dos cargos ocupados pelos assessores são comissionados, ocorre uma flutuação em relação aos números citados.



Em relação ao perfil profissional dos assessores pesquisados, apenas um deles, pertencente ao grupo que trabalham exclusivamente para a Alesc, formou-se em outro curso, Letras. A maioria, 52,8% dos participantes, têm curso de pós-graduação, sendo que um tem mestrado e os demais apresentam algum tipo de especialização. O número de assessores de imprensa com pós-graduação na Alesc é ligeiramente superior quando comparado com dados nacionais, visto que 48,2% dos jornalistas que atuam fora da mídia no país têm algum tipo de pós-graduação (MICK; LIMA, 2013). Sobre a instituição de ensino, 61% cursaram a graduação em universidades públicas e 39% em universidades particulares.

A maior parte dos assessores de imprensa da Alesc se formaram após 2001 (66,7%), enquanto um terço (33,3%) finalizaram o curso superior anteriormente a esse período. Essa informação também está associada com a faixa etária dos respondentes do questionário. Os profissionais que atuam na Alesc concentram-se nas duas faixas etárias mais novas até 40 anos (83,3%) – a primeira definida até 30 anos (33,3%), e a segunda de 31 a 40 anos (50%). Esses dados são muito próximos quando comparados aos da pesquisa nacional em que cerca de 80% dos jornalistas brasileiros têm até 40 anos (MICK; LIMA, 2013).

A filiação, ou não, ao sindicato da categoria traz um indicativo sobre o perfil político dos jornalistas que atuam fora da mídia. Os jornalistas que trabalham na Alesc apresentam uma porcentagem maior de sindicalizados, 33,3%, comparado com a pesquisa dos profissionais em âmbito nacional, 25,2% (MICK; LIMA, 2013). Entretanto, a porcentagem ainda é menor em comparação com o total de trabalhadores urbanos brasileiros sindicalizados, que envolvem diversas categorias, que corresponde a quase 60% (MICK; LIMA, 2013). Ressalta-se que outros fatores integram o perfil político e ativo socialmente dos jornalistas, e a sindicalização equivale a uma das formas clássicas de identificação com a categoria.

## Trajетória profissional

No processo para a construção da trajetória profissional do jornalista, alguns pressupostos são importantes, além do básico, que é o de ser portador de um capital escolar específico: o diploma em jornalismo (BOURDIEU, 2011). O primeiro deles diz respeito ao tempo em que o agente atua em seu cargo atual – assessor de imprensa dentro da Alesc. Nessa parte comparou-se a atuação entre os assessores concursados e os comissionados – sendo todos os concursados pertencentes à assessoria da Alesc, enquanto os comissionados trabalham em sua maioria nos gabinetes, 21 dos 26 atuam na assessoria dos políticos e cinco, nas mídias da Alesc.

A Tabela 1 apresenta os dados do tempo de atuação, em anos, dos assessores de imprensa na Alesc. Observa-se que os jornalistas que exercem suas funções exclusivamente na assessoria para a Assembleia atuam há pouco tempo na instituição: todos os respondentes, menos de cinco anos. Os assessores comissionados, tanto aqueles dos deputados como os de bancada e das mídias, têm um tempo de atuação diferente: 46,2% estavam trabalhando há menos de um ano quando responderam o questionário. Essa parcela se deve ao início de um novo mandato para muitos parlamentares, no ano de 2015. Os jornalistas comissionados que apresentam mais de um ano e até cinco anos de trabalho na Alesc são 30,8% dos profissionais. Os assessores que atuam há mais de cinco anos na Assembleia são 23,1%, o que significa que eles acompanham os parlamentares por mais dois mandatos.

Se entre os assessores comissionados encontra-se maior rotatividade nos cargos e os vínculos são mais instáveis, o ingresso deles dá-se pelo capital acumulado e a visibilidade obtida em outros campos do jornalismo. Pode-se afirmar que os concursados chegam ao campo com o capital originado da formação e mediante concurso e os comissionados com o capital obtido na formação e atuação profissional. Essas informações estão em consonância com as pesquisas sobre a atuação profissional dos formados em jornalismo (MARCHETTI, 2002; MICK; LIMA, 2013; SILVA, 2013; FRISQUE, 2014; DEVILLARD, 2015).

**TABELA 1** – Tempo de atuação (anos) dos assessores de imprensa na Alesc

| Concursados         |               | Comissionados |               |            |
|---------------------|---------------|---------------|---------------|------------|
| Tempo de Alesc      | Porcentagem % | Frequência    | Porcentagem % | Frequência |
| Menos de 1 ano      | 10%           | 1             | 46,2%         | 12         |
| De 1 ano até 5 anos | 90%           | 9             | 30,8%         | 8          |
| De 5 a 10 anos      | 0             | 0             | 15,4%         | 4          |
| Mais de 10 anos     | 0             | 0             | 7,7%          | 2          |
| <b>Total</b>        | <b>100%</b>   | <b>10</b>     | <b>100%</b>   | <b>26</b>  |

Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

O tempo de atuação na Alesc conta para a visibilidade e a construção da carreira de assessor político. Um período mais elevado de tempo de atuação expressa experiência profissional e, conseqüentemente, maior conhecimento sobre a atuação dentro da Assembleia. Um período menor de tempo pode indicar inexperiência e menor visibilidade da sua atuação no cargo de assessor de imprensa. Os profissionais com maior tempo de atuação também tendem a apresentar mais visibilidade e credibilidade dos seus assessorados e de possíveis assessorados futuros. Isso, resulta em um capital almejado por muitos assessores de imprensa. No entanto, alguns dos que atuam há pouco tempo na Alesc podem, juntamente com a carreira construída nos meios de comunicação, anterior a de assessor de imprensa, tornar o seu trabalho rapidamente visível. E, assim, serem reconhecidos pelos políticos e pelos colegas da mídia por conta do capital acumulado anteriormente (PORTES, 2000; MARTELETO; SILVA, 2004; FIALHO, 2008).

Em relação à atuação nos meios de comunicação como jornalistas, anterior a de assessor de imprensa, a diferença entre comissionados e concursados é grande, seguindo a trajetória clássica dos agentes do campo jornalístico de atuarem antes na mídia e somente após nas assessorias de imprensa. A maior parte dos jornalistas concursados que responderam o questionário (60%) não apresentava experiência profissional

na mídia, enquanto a maioria dos comissionados (80,8%) afirmaram ter trabalhado em algum meio de comunicação antes de ser assessor na Alesc. A média de tempo trabalhado na mídia pelos concursados é de 2,73 anos, já os comissionados atuaram por mais tempo, 6,33 anos; ou seja, os concursados são mais jovens na carreira em relação aos comissionados. Ressalta-se que, do total dos comissionados, 42% trabalharam mais de dez anos nos veículos de comunicação.

Em relação ao trabalho exercido anteriormente em outras assessorias de imprensa, os comissionados também apresentaram maior experiência em relação aos colegas concursados. Enquanto 60% dos jornalistas concursados na Alesc afirmaram ter atuado em outras assessorias, uma porcentagem maior dos comissionados (88,5%) também apresentava experiência fora da mídia. Assim como na atuação nos veículos de comunicação, os assessores de imprensa comissionados apresentaram um tempo maior de experiência (2,9 anos) em atividades não midiáticas que envolvem o jornalismo; já os colegas concursados apresentam quase a metade da experiência, 1,46 anos, em assessorias realizadas antes do trabalho na Alesc. Ressalta-se que essa diferenciação entre o tempo de experiência está também associada à faixa etária mais baixa dos profissionais.

Dos jornalistas que trabalharam em alguma mídia<sup>6</sup> antes de exercerem a profissão como assessores de imprensa, pouco menos de 70% afirmaram

<sup>6</sup> Na tabela seguinte não foi feita a diferenciação entre comissionados e concursados. Optou-se por apresentá-la dessa maneira pelo número de possibilidades que eles tinham de completar a questão.

ter atuado em algum veículo, enquanto 50% dos jornalistas da Assembleia declararam pelo menos dois empregos na imprensa, e pouco mais de 40% manifestaram a experiência em três, ou mais, diferentes meios de comunicação.<sup>7</sup> A Tabela 2 apresenta os dados sobre a abrangência dos veículos

em que os profissionais trabalharam antes de atuar na Alesc. Essas informações corroboram com os dados anteriores sobre a origem dos assessores e os capitais apreciados para assumir essa função, ou seja, via concurso público ou experiência e visibilidade regional (MARTELETO; SILVA, 2004).

**TABELA 2** – Abrangência dos veículos em que os assessores de imprensa da Alesc atuaram

| <b>Abrangência do veículo em que atuou</b> | <b>Um emprego</b> | <b>Dois empregos</b> | <b>Três (ou mais) empregos</b> |
|--|-------------------|----------------------|--------------------------------|
| <b>Não atuou</b>                           | 30,4%             | 50%                  | 58,3%                          |
| <b>Nacional</b>                            | 11,2%             | 11%                  | 5,5%                           |
| <b>Estadual</b>                            | 33,4%             | 25%                  | 19,5%                          |
| <b>Regional</b>                            | 25%               | 14%                  | 16,7%                          |
| <b>TOTAL</b>                               | 100%              | 100%                 | 100%                           |

**Fonte:** Elaborado pelo autor (2020).

A finalidade inicial foi verificar se os assessores de imprensa trabalharam mais em veículos estaduais, seguindo a abrangência das ações políticas da Alesc e dos deputados, ou em mídias regionais. Dos quase 70% dos profissionais que pontuaram ter pelo menos um emprego, perto de 11,2% afirmaram ter experiência em meios de comunicação de publicação nacional, enquanto 33,4% afirmaram que trabalharam em mídias com a abrangência estadual e 25%, em veículos regionais.

Em torno de 50% do total dos respondentes, Tabela 2, fez menção a uma segunda experiência nos meios de comunicação. Desses, 11% declararam a atuação em algum tipo de mídia com abrangência nacional; 25% dos jornalistas que apresentaram uma segunda experiência relataram que a mesma foi exercida em meios de comunicação estaduais; e 14% dos assessores de imprensa que atuam na Alesc afirmaram que adquiriram experiência em meios de comunicação regionais, valor próximo aquele de 11% dos jornalistas que atuaram em veículos nacionais.

Os profissionais da Alesc que declararam apresentar três, ou mais, experiências na imprensa foi de 41,7%. Dentre eles 16,7% declararam ter atuado em veículos de comunicação regionais, e somente 5,5% afirmaram ter trabalhado em mídias nacionais. Enquanto, próximo da metade, 19,5%, daqueles que declararam apresentar três, ou mais, experiências em meios de comunicação exerceram a sua atuação em veículos estaduais. Esses dados corroboram o pressuposto inicial de que, por atuarem em mídias estaduais, eles teriam certo conhecimento relativo ao Estado de Santa Catarina, obtido a partir da experiência profissional. Entretanto, é válido observar que a estratégia, principalmente de um parlamentar ou bancada, pode influenciar na escolha de profissionais que atuaram em meios de comunicação regionais.<sup>8</sup>

<sup>7</sup> Na presente questão os respondentes tinham a possibilidade de inserir o nome de pelo menos os três últimos veículos em que atuaram. Se eles apenas responderam informando um ou dois, significa que somente apresentavam essas experiências. Quando eles respondiam três veículos, poderiam ter atuado em mais de três; contudo, pela limitação traçada na questão, eles poderiam exemplificar somente os três últimos empregos.

<sup>8</sup> Se um deputado optar por manter a sua imagem com certa visibilidade na região em que a sua carreira política se iniciou, ele pode optar por assessores de imprensa que tenham apresentado experiências em veículos de comunicação na sua região, e não, necessariamente, em mídias estaduais.



Isso porque o político visa aumentar seu capital político e a escolha do assessor dar-se-á em função do capital que apresenta e do seu retorno futuro (WEBER, 2009).

A trajetória profissional compõe-se de diferentes fatores, como os motivos que fizeram os jornalistas deixarem os seus trabalhos dentro das redações para procurar as atuações nas assessorias de imprensa (ver Tabela 3). No questionário foram inseridas algumas razões, apontadas por Mick e Lima (2013) para que o jornalista substituisse seu trabalho nos meios de comunicação por outro.<sup>9</sup> Os dois principais motivos para os profissionais da Alesc terem migrado para a atuação fora da mídia são a insatisfação com o salário e a falta de perspectivas no avanço na carreira profissional, o índice de ambos os motivos está próximo de 40% (Tabela 3). Os dados conferem

com a pesquisa do perfil do jornalista brasileiro, que aponta os três principais fatores de descontentamento: remuneração, possibilidades de promoção e outros benefícios não salariais (MICK; LIMA, 2013, p. 59).

A impossibilidade de ascender na carreira é vista como um dos pontos de precariedade do trabalho na atualidade (STANDING, 2014). A falta de perspectiva de uma carreira em longo prazo está associada com a configuração empresarial do jornalismo. "Em suma, se as empresas se tornam mais fluidas, os trabalhadores serão desencorajados de tentar construir carreiras dentro delas. Isso os coloca perto de estar no precariado" (STANDING, 2014, p. 51). Dessa forma, o capital que seria buscado para localizar-se no campo é trocado pelo de segurança pessoal, migrando para o subcampo da assessoria.

**TABELA 3** – Fatores que motivaram a saída dos meios de comunicação

| Fatores de motivação           | Não (%) | Sim (%) | Total |
|--------------------------------|---------|---------|-------|
| Falta de autonomia no trabalho | 75%     | 25%     | 100%  |
| Estresse                       | 69,4    | 30,6    | 100%  |
| Insatisfação com o salário     | 61,1    | 38,9    | 100%  |
| Instabilidade profissional     | 80,6    | 19,4    | 100%  |
| O não crescimento na carreira  | 61,1    | 38,9    | 100%  |
| Falta de auxílios              | 77,8    | 22,2    | 100%  |

Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Conjuntamente com a insatisfação salarial e a falta de ascensão na carreira, o estresse é apontado como o terceiro fator decisivo para a busca de um trabalho fora da mídia. O estresse, além de ser ocasionado por questões típicas do trabalho jornalístico, como acúmulo de funções, rotina intensa entre outras, apresenta outros motivos ligados à precariedade da atuação jornalística de modo geral. Alguns deles seriam a instabilidade econômica e "as longas horas trabalhadas". Elas aumentariam "os riscos de estresse, depressão e

diabetes; o estresse leva ao isolamento social, a problemas matrimoniais e sexuais e a um ciclo de desespero" (STANDING, 2014, p. 178). Portanto, a insatisfação com um aspecto do trabalho leva ao descontentamento de problemas físicos e mentais.

A falta de autonomia no trabalho foi o quarto motivo mais apontado como o desencadeador da saída dos meios de comunicação por parte dos respondentes. Ela é citada em outros estudos sobre a precariedade da profissão jornalística (MICK; LIMA, 2013; HELOANI, 2006), sendo mais

<sup>9</sup> Na questão "se você já trabalhou na mídia e migrou para a assessoria de imprensa, assinale os possíveis motivos que fizeram você deixar o seu antigo trabalho nos meios de comunicação", os respondentes poderiam assinalar mais de uma alternativa e, também, optar por "outro" que não estivesse presente na listagem.

complexa do que a tomada de decisões sobre atividades diárias. Os jogos de poder presentes no trabalho jornalístico vão além das relações patrão-empregado e caracterizam as relações maiores entre campo jornalístico, econômico e político (MARQUES; MIOLA; SIEBRA, 2014; CAZ-ZAMATTA, 2017). Esses jogos interferem na análise e na circulação de temas que podem gerar conflito entre a visibilidade e a credibilidade que dificulta aos profissionais realizarem as suas atividades conforme gostariam (WEBER, 2009), tornando-se, assim, um fator importante na sua decisão em continuar, ou não, a carreira dentro da mídia.

A instabilidade profissional seria uma das características da precariedade vivenciada pela classe trabalhadora atual (STANDING, 2014). Ela também pode ser, em grande parte, o fator desencadeador de vários outros problemas que os jornalistas descrevem sofrer, o estresse, por exemplo. A falta de

auxílios, como creches, benefícios não salariais, foi apontada conjuntamente como mais um dos motivos geradores do descontentamento com a atividade dentro das redações (HELOANI, 2006).

Ao mesmo tempo em que a precariedade atinge os profissionais de mídia, as oportunidades dentro de assessorias de imprensa despertam o interesse de jornalistas. Para grande parte dos assessores da Alesc, o salário que eles recebem é justo em relação ao cargo que ocupam. Acima de 80% afirmam ser um dos fatores para continuarem atuando como assessores de imprensa na Alesc. A maioria dos jornalistas brasileiros atuantes fora dos meios de comunicação também estaria insatisfeita com os benefícios não salariais (MICK; LIMA, 2013, p. 66). Ao contrário do panorama nacional, os benefícios não salariais levam a mais de 60% dos respondentes da Alesc a trabalharem na assessoria de imprensa, Tabela 4.

**TABELA 4** – Motivação para continuar atuando na Alesc

| Fatores de motivação      | Não (%) | Sim (%) | Total |
|---------------------------|---------|---------|-------|
| Remuneração compatível    | 16,7%   | 83,3%   | 100%  |
| Autonomia                 | 50%     | 50%     | 100%  |
| Estabilidade profissional | 69,4%   | 30,6%   | 100%  |
| Satisfação profissional   | 38,9%   | 61,1%   | 100%  |
| Menos estresse            | 66,7%   | 33,3%   | 100%  |
| Progressão na carreira    | 58,3%   | 41,7%   | 100%  |
| Benefícios não salariais  | 36,1%   | 63,9%   | 100%  |

Fonte: Elaborado pelo autor (2020).

Mais de 60% dos assessores de imprensa declaram que um dos motivos para continuarem em seus cargos na Assembleia é a satisfação profissional. Conjuntamente, os jornalistas brasileiros que trabalham fora da mídia estão satisfeitos com sua atuação profissional (MICK; LIMA, 2013, p. 66). A metade dos respondentes, 50%, declarou que a autonomia é chave para eles permanecerem no emprego atual. Dos profissionais da Alesc,

participantes da pesquisa, 41,7% afirmam que a progressão na carreira é satisfatória e, por esse motivo, ela é considerada um fator a ser levado em consideração na manutenção do cargo. Perto de um terço dos assessores revelaram que menor estresse, 33,3%, e a estabilidade profissional,<sup>10</sup> 30,6%, são fatores importantes para continuarem atuando na Assembleia como assessores de imprensa.

As condições profissionais também despertam

<sup>10</sup> Os profissionais que podem considerar a estabilidade e a progressão da carreira como motivos importantes para atuarem na casa são apenas dez respondentes concursados do total da amostra (36 assessores).

o interesse pela atuação fora dos meios de comunicação pois, a longo prazo podem promover uma projeção da carreira não tão sólida como outras, mas mais estável do que as projeções dos colegas de redação. De certa forma, o fenômeno da precariedade (STANDING, 2014) do trabalho jornalístico interfere na pretensão de atuação nas assessorias de imprensa – a qual, no seu início, apresentava pouco ou nenhum prestígio.

A trajetória anterior dos jornalistas, fora da Alesc, traz a possibilidade de emprego como assessor de imprensa política pelo seu currículo construído, que acumula capitais específicos e não específicos do campo jornalístico. A trajetória profissional delimita e cria possibilidades, conceituadas, para Pierre Bourdieu (1996), como espaços dos possíveis. Ou seja, ela já direciona alguns possíveis trabalhos e posições – por exemplo, o jornalista que cobre matérias relacionadas à política tem uma possibilidade maior de ser reconhecido pela assessoria de um partido político do que por uma empresa de decoração.

Os jornalistas comissionados, em grande parte, foram contratados por seus assessorados com base no seu currículo anterior – tanto no trabalho dentro dos meios de comunicação, quanto nas assessorias. Um maior acúmulo de experiências profissionais atribui um *status* diferenciado aos agentes que não apresentam tanto tempo de trabalho, devido à característica clássica na qual o jornalismo é, antes de tudo, conceituado pela sua prática, trajetória clássica: trabalhar na mídia antes de migrar para a assessoria de imprensa.

A trajetória profissional dos assessores de imprensa tem proximidades com a dos jornalistas que atuam na mídia. Assim como a maioria dos jornalistas brasileiros, mais de 90%, segundo Mick e Lima (2013), quase todos os jornalistas da Alesc apresenta diploma superior em jornalismo. Eles também são mais jovens e a maioria apresenta um curso de pós-graduação. Grande parte dos assessores de imprensa da Alesc que está em cargos comissionados passou pela trajetória clássica jornalística, atuou primeiramente nos meios de comunicação e em seguida migrou para as assessorias de imprensa. Já a maioria dos

profissionais concursados não atuou na mídia. Esse último grupo caracteriza o aumento na oferta de cursos em jornalismo no país e, consequentemente, a juvenilização da categoria. Esses dois processos são próprios do campo jornalístico brasileiro e se transpõem para o subcampo da assessoria de imprensa.

Os assessores de imprensa também procuram melhores condições de trabalho. Aqueles que chegaram a atuar nos meios de comunicação responderam que a precarização do trabalho e a falta de benefícios são motivadores para o afastamento do trabalho anterior. Os fatores mais favoráveis pontuados pelos profissionais atuarem nas assessorias de imprensa são a remuneração compatível com a atividade, os benefícios não salariais e a satisfação pessoal.

A perspectiva da construção de uma carreira fora dos meios de comunicação modificou-se com o passar dos anos. A consolidação da atividade da assessoria de imprensa como própria do campo jornalístico no Brasil é vista como alternativa possível à precarização (STANDING, 2014) do trabalho midiático e ganha certo *status* entre os agentes do campo. Conjuntamente, ou em outra perspectiva, ela pode ser uma escolha de atuação própria do agente que vai além dos fatores pontuados. Como, por exemplo, o desafio em desenvolver atividades fora de sua zona de conforto, ou o fascínio pela ligação direta com o campo da política.

Mesmo com a congruência forte em alguns aspectos nas carreias profissionais dos agentes dos dois subcampos jornalísticos, reitera-se que o campo jornalístico brasileiro apresenta certa mutabilidade e fluidez. Por apresentar uma diversidade de possibilidades de atuação na carreira, há também uma pluralidade de objetivos que cada agente busca alcançar com sua profissão (RUELLAN, 2006). O jornalismo é, também, uma categoria fluida no que diz respeito às mudanças que afetam a atuação profissional. Como destaca Ruellan (2006, p. 32), “a diversidade de tipos de organização midiática, a mudança de funções profissionais e a desregulamentação das relações empregatícias conduzem o grupo para novos referentes”.

Por outro lado, a proximidade da trajetória profissional dos jornalistas que atuam fora das redações em relação com os colegas dos meios de comunicação reforça a compreensão de que a assessoria de imprensa é um subcampo jornalístico, ou seja, ela compartilha valores e códigos do campo jornalístico. Ressalta-se que a proximidade nas concepções das trajetórias profissionais é reforçada principalmente pela constituição histórica da profissão no país e do compartilhamento da mesma formação superior dos profissionais que atuam nos dois subcampos.

Ainda que o STF tenha decidido pela não obrigatoriedade do diploma em jornalismo, a atuação nas assessorias de imprensa, assim como a que ocorre dentro das redações (MICK; LIMA, 2013), reforça a exigência da formação superior na área. As diretrizes curriculares nacionais para os cursos de jornalismo trazem a assessoria de imprensa como parte do eixo de aplicação processual – o qual tem o objetivo de “proporcionar ao jornalista ferramentas técnicas e metodológicas” – e do eixo de prática laboratorial, com o intuito de “desenvolver conhecimento e habilidades inerentes à profissão a partir da aplicação de informações e valores, integrando os demais eixos” (BRASIL, 2013, p. 5). A institucionalização da assessoria de imprensa como uma prática que deve fazer parte da formação superior em jornalismo demonstra a relevância que a profissionalização tem para o aperfeiçoamento do jornalismo de qualidade independentemente do seu subcampo de atuação (BENEDETI, 2009; PETRARCA, 2007, 2011).

### Considerações finais

Os dados quantitativos analisados na pesquisa trazem indícios que as mudanças da profissão de jornalista são crescentes e mantêm o compartilhamento do *habitus* adquirido durante a formação. O perfil sociodemográfico dos Assessores de Imprensa da Assembleia Legislativa de Santa Catarina (Alesc), indica que no subcampo da assessoria de imprensa predomina a formação específica em jornalismo com elevado índice de profissionais pós-graduados e mais jovens.

A conquista da posição de assessores de im-

prensa indica capitais obtidos mediante concurso entre os profissionais de carreira da Alesc ou por cargos comissionados pelos assessores dos deputados. O capital conquistado pelos primeiros é via concurso público, dentro de uma trajetória de pouca ou inexistente experiência nos meios de comunicação. Já o capital dos comissionados advém da sua atuação na mídia e tempo de experiência profissional ou rede de relações. A passagem da trajetória dos jornalistas para o subcampo da assessoria de imprensa pode ser atribuída, entre outras causas, pelas mudanças conjunturais que afetam as estruturas das empresas de mídia e, mais profundamente, as condições socioeconômicas e trabalhistas que influenciam em suas escolhas.

Os assessores de imprensa na Alesc apresentam em comum com os jornalistas, a formação em jornalismo. Como um subcampo do jornalismo, os assessores de imprensa compartilham do *habitus* com os jornalistas de mídia e transitam entre os campos. Os jornalistas de mídias tornam-se assessores de imprensa e migram para o subcampo, tido na tradição e na formação como de menor prestígio entre os jornalistas. Essas mudanças ocorrem em razão das compensações advindas da visibilidade do campo político, da estabilidade e segurança laborais, mesmo que provisórias, para os comissionados. Assim, afastam-se das condições precárias do campo do jornalismo midiático. A pesquisa mostra que pode ocorrer uma troca do campo jornalístico pelo subcampo da assessoria de imprensa objetivada pela segurança econômica e laboral.

Ante a pulverização da carreira tradicional dentro do jornalismo midiático e as restritas oportunidades de progressão nas redações, acompanhadas de ganhos econômicos e sociais, prosperam trajetórias que indicam um movimento para fora das mídias. Essas trajetórias expressam empreendedorismo individual, em muitos casos por necessidade, porém associado a novas formas midiáticas de jornalismo e comunicação.

Os assessores de imprensa para legitimar e demarcar suas posições, frente aos jornalistas de mídia, utilizam-se dos códigos próprios do

jornalismo midiático como agentes do campo jornalístico. Por isso, interagem com os jornalistas fornecendo materiais e se constituem como as fontes primeiras, as quais os jornalistas de mídia recorrem dentro do campo político.

As complexas relações entre o campo do jornalismo e outros campos de poder na sociedade e entre o jornalismo e a assessoria de imprensa suscitam múltiplas determinações e possibilidades investigativas. A presente pesquisa na área política delimitada por uma instituição governamental – Alesc –, pode ser ampliada para outras áreas ou mesmo dentro da política. Dentro da assessoria política, existem outros lugares em que uma pesquisa se faz também, necessária – por exemplo: em uma prefeitura, ou durante o pleito eleitoral, que é realizado em um período específico e com um objetivo em comum.

## Referências

- ADGHIRNI, Z. L. O jornalista: do mito ao mercado. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 1, p. 45-57, 1. sem. 2005. DOI: <https://doi.org/10.5007/%25x>.
- AUGUSTI, A. R. As relações de poder do campo jornalístico: reflexões sobre as notícias como construção social. **Rebej**: revista brasileira de enciso do jornalismo (Brasília), Brasília, DF, v. 1, p. 5-24, 2010.
- BENEDETI, C. A. **A qualidade da informação jornalística**: do conceito à prática. Florianópolis: Insular, 2009.
- BOURDIEU, P. **As regras da arte**: a gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.
- BOURDIEU, P. **Homo academicus**. Florianópolis: Ed. da UFSC, 2011b.
- BOURDIEU, P. O campo científico. In: ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, n. 39).
- BOURDIEU, P. **O Poder Simbólico**. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 10. ed., 2007.
- BRASIL, Conselho Nacional de Educação. Resolução CNE/CES nº 1, de 27 de setembro de 2013. Institui as Diretrizes Curriculares Nacionais para o curso de graduação em Jornalismo, bacharelado, e dá outras providências. **Diário Oficial da União**: seção 1, Brasília, DF, 27 de set. 2013. Disponível em: [http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com\\_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category\\_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192](http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14242-rces001-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192).
- CAZZAMATTA, R. Sobre o papel das agências de Relações Públicas durante guerras e conflitos. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 14, n. 1, p. 25-38, 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2017v14n1p25>
- CERQUEIRA, L. J. No espaço midiático digital, o indivíduo está bêbado de si mesmo (Entrevista realizada com Carlos Miguel Ruiz Caballero). **Estudos de Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 15, n. 1, p. 165-173, 2018. DOI: <https://dx.doi.org/10.5007/19846924.2018v15n1p165>
- CHAPARRO, M. C. Cem anos de Assessoria de Imprensa. In: DUARTE, J. (org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**: teoria e técnica. São Paulo: Atlas, 2011, p. 33-51.
- DEVILLARD, V. Les trajectoires des journalistes détenteurs de carte de presse entre 1990 et 1998. La montée de la précarité. **Communication & Langages**, Paris, v. 133, 2002 p. 21-32. Disponível em: [https://www.persee.fr/doc/colan\\_0336-1500\\_2002\\_num\\_133\\_1\\_3152](https://www.persee.fr/doc/colan_0336-1500_2002_num_133_1_3152)
- DUARTE, J. A. M. Assessoria de Imprensa: o caso brasileiro. 2001. **Intercom**: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação, São Paulo, v. XXIV, n. 1, p. 79-105, 2001. Disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/1017/919>.
- FENAJ, Federação Nacional dos Jornalistas. **Manual de assessoria de comunicação**: Imprensa. Brasília: 2007.
- FERRARETTO, E. K.; FERRARETTO, L. A. **Assessoria de imprensa**: teoria e prática. São Paulo: Summus, 2009.
- FIALHO, F. M. As múltiplas definições do conceito de Capital Social. **BIB**: Revista Brasileira de Informação Bibliográfica em Ciências Sociais, São Paulo, n.º 65, p. 71-87, 1. sem. 2008.
- FONSECA, V. P. S. Jornalismo, ação racional conforme os fins e os valores. **E-Compós**: Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, Brasília, v. 19, n. 1, p. 1-14, jan./abr. 2016. DOI: <https://doi.org/10.30962/ec.1149>
- FRISQUE, C. Précarisation du journalisme et porosité croissante avec la communication. **Les Cahiers du journalisme**, [s. l.], n. °26, p. 94-115, 2014. Disponível em: [http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/26/06\\_FRISQUE.pdf](http://www.cahiersdujournalisme.net/pdf/26/06_FRISQUE.pdf)
- GOMES, W.; MAIA, R. C. M. **Comunicação e democracia**: problemas & perspectivas. São Paulo: Paulus, 2008.
- HELOANI, R. O trabalho do jornalista: estresse e qualidade de vida. **Interações**, São Paulo, v. XII, n. 22, p. 171-198, jul./dez. 2006. Disponível em: <https://pesquisa-eaesp.fgv.br/sites/gvpesquisa.fgv.br/files/arquivos/35402208.pdf>
- HERMANO, R. T. C. Pierre Bourdieu: a teoria na prática. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, p. 27-55, jan/fev. 2006.
- LELO, Thales Vilela. A precarização das condições de trabalho dos jornalistas de São Paulo segmentada por faixas etárias: Uma identidade profissional em risco? **Tempo social**, São Paulo, v. 31, n. 2, p. 243-261, 2019. DOI: <https://doi.org/10.11606/0103-2070.ts.2019.146626>
- MAFEI, M. **Assessoria de Imprensa**: como se relacionar com a mídia. São Paulo: Contexto, 2008.

MARCHETTI, D. Les sous-champs specialises du journalisme. **Réseaux**, Mons, Belgica, BE, v. 111, n. 1, p. 22-55, 2002. Disponível em: <https://www.cairn.info/revue-reseaux1-2002-1-page-22.htm>

MARQUES, F. P. J. A.; MIOLA, E.; SIEBRA, N. Jornalismo, assessoria de imprensa e seus condicionantes organizacionais: uma reflexão a partir das teorias do jornalismo. **Animus: Revista Interamericana de Comunicação Midiática**, Santa Maria, RS, v. 13, n. 25, p. 145-166, 2014. DOI: <http://dx.doi.org/10.5902/217549779068>

MARTELETO, R. M.; SILVA, A. B. de O. Redes e capital social: o enfoque da informação para o desenvolvimento local. **Ciência da informação**, Brasília, DF, v. 33, n. 3, p. 41-49, 2004. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0100-19652004000300006>

MAURÍCIO, P. A desintegração do modelo de negócios do jornalismo e tentativas para financiar reportagens de qualidade na internet. **ALCEU: Revista de Comunicação, Cultura e Política**, Rio de Janeiro, v. 18, n. 35, p. 62-78, jul./dez. 2017. Disponível em: [http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/A05\\_p62-78.pdf](http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/A05_p62-78.pdf)

MICK, J.; LIMA, S. (coord.). **Perfil do jornalista brasileiro**: Características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular Livros, 2013.

MIGUEL, L. F. Os meios de comunicação e a prática política. **Lua Nova: Revista de Cultura Política**, São Paulo, v. 56 p. 155-184, 2002. DOI: <https://doi.org/10.1590/S0102-64452002000100007>

NASCIMENTO, L. Um diploma em disputa: a obrigatoriedade do diploma em jornalismo no Brasil. **Sociedade e Cultura**, Goiânia, v. 14, n. 1, p. 141-150, 2011. DOI: <https://doi.org/10.5216/sec.v14i1.15688>

ORTIZ, Renato (org.). **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 1983. (Coleção Grandes Cientistas Sociais, n. 39).

PETRARCA, Fernanda Rios. **O jornalismo como profissão**: recursos sociais, titulação acadêmica e inserção profissional dos jornalistas no Rio Grande do Sul. Tese (Doutorado) - UFRG, Porto Alegre, 2007. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/10761/000601473.pdf?sequence=1>.

PORTES, A. Capital Social: origens e aplicações na sociologia contemporânea. **Sociologia, Problemas e Práticas**, [s. l.], n°33, p. 133-158, 2000. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/spp/n33/n33a06.pdf>

RIBEIRO, V. O campo e o triângulo operacional da assessoria de imprensa. In: GONÇALVES, G.; GUIMARÃES, M. **Fronteiras e Fundamentos Conceptuais das Relações Públicas**. Covilhã: Livros LabCom, 2014. v. 1, p. 65-87.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. São Paulo: Altas, 2009.

RUPELLAN, D. Corte e costura do jornalismo. **Libero**, [s. l.], Ano IX - n° 18 - Dez 2006, p. 31-40. DOI: <http://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2014/05/Corte-e-costura-do-jornalismo.pdf>.

SILVA, M. P. da. As dissonâncias cotidianas nas rotinas dos jornais: o *habitus* jornalístico e a atribuição de um sentido hegemônico às notícias. **Estudos em Jornalismo e Mídia, Florianópolis**, v. 10, n. 1, p. 69-84, 2013. DOI: <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2013v10n1p69>

STANDING, G. **O precariado**: a nova classe perigosa. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2014.

TAMBOSI, O. Informação e conhecimento no jornalismo. **Estudos em Jornalismo e Mídia**, Florianópolis, v. 2, n. 2, p. 31-37, 2005. DOI: <https://doi.org/10.5007/%25x>

TORQUATO, G. **Tratado de comunicação organizacional e política**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

TRAVANCAS, I. S. O mundo dos jornalistas. São Paulo: Summus editorial, 1992.

WEBER, M. H. O estatuto da Imagem Pública na disputa política. **ECO-Pós**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 3, p. 11-26, 2009. DOI: <https://doi.org/10.29146/eco-pos.v12i3.929>

---

### Aline Louize Deliberali

Doutora e mestre em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em Florianópolis, SC, Brasil; professora colaboradora do Departamento de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa, em Ponta Grossa, PR, Brasil.

---

### Jacques Mick

Doutor em Sociologia Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), Florianópolis, SC, Brasil; professor dos Programas de Pós-Graduação em Jornalismo e em Sociologia e Ciência Política pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em Florianópolis, SC, Brasil.

---

### Endereço para correspondência

Aline Louize Deliberali  
Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Praça Santos Andrade  
Centro, 84010330  
Ponta Grossa, PR, Brasil

Jacques Mick  
Universidade Federal de Santa Catarina  
Departamento de Sociologia e Ciência Política  
Campus Universitário  
Trindade, 88010970  
Florianópolis, SC, Brasil