

## **Jornalismo e Assessoria de Imprensa: tensões nas redes discursivas acadêmica e profissional<sup>1</sup>**

João Augusto Moliani<sup>2</sup>

Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR) e Universidade de São Paulo (USP)

Fernando Felício Pachi Filho<sup>3</sup>

Faculdade de Tecnologia Termomecânica (FTT) e da Universidade Paulista (Unip)

### **Resumo**

A partir dos princípios teórico-metodológicos da Análise de Discurso Materialista investigamos como entidades representativas dos subcampos profissional (ABI, Fenaj e sindicatos) e acadêmico (SBPJor, Intercom e Compós) do jornalismo demonstram discursivamente sua apreensão da assessoria de imprensa (A.I.) e do profissional que nela atua como partes do universo jornalístico. O estudo foi feito tendo por base as produções discursivas em sites, documentos, processos de seleção de associados e de publicações dessas entidades. Nota-se a construção de um imaginário em que se privilegia o jornalismo como prerrogativa daqueles que atuam na imprensa tradicional contribuindo para que a A.I. seja reconhecida apenas como atividade instrumental, desconsiderando-a como parte significativa das características do campo no Brasil.

### **Palavras-chave**

Análise do Discurso; Assessoria de Imprensa; Comunicação e Trabalho; Jornalismo.

### **Introdução**

As pesquisas desenvolvidas no escopo de atuação do Centro de Pesquisas em Comunicação e Trabalho da Universidade de São Paulo (CPCT/USP) sobre o mundo do trabalho dos jornalistas têm suscitado questionamentos variados acerca tanto da identidade quanto das atividades realizadas pelos jornalistas e até mesmo da possibilidade de se falar em jornalismo hoje em dia<sup>4</sup>. Em um contexto de precarização do trabalho e de mudanças aceleradas no cenário midiático, que apontam para uma crise estrutural das empresas de comunicação, e afetam decisivamente o modo como a atividade jornalística se realiza (FIGARO, 2018), abre-se espaço para o reposicionamento do jornalismo e dos jornalistas.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Teorias do Jornalismo, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Professor Adjunto na Universidade Tecnológica Federal do Paraná (UTFPR). Doutorando no PPGCOM/ECA/USP e membro do CPCT/USP, email: [moliani@utfpr.edu.br](mailto:moliani@utfpr.edu.br)

<sup>3</sup> Professor da Faculdade de Tecnologia Termomecânica (FTT) e da Universidade Paulista (Unip). Pós-doutor na Escola de Comunicação e Artes (ECA/USP) e membro do CPCT/USP, email: [ffpachi@yahoo.com.br](mailto:ffpachi@yahoo.com.br).

<sup>4</sup> Em 25/06/2019 o CPCT promoveu o seminário "Ainda é possível falar em jornalismo?" com o objetivo de "debater o jornalismo e suas perspectivas futuras, a partir das mudanças observadas nas empresas jornalísticas, nas formas de produção e nos perfis dos trabalhadores". <http://www3.eca.usp.br/eventos/semin-rio-sobre-o-futuro-do-jornalismo-acontece-na-eca>

Os processos e a organização do trabalho resultaram em intensificação do ritmo e maiores exigências de produtividade via multifuncionalidade dos profissionais na imprensa, além de motivarem mudanças nas áreas de atuação dos jornalistas (FIGARO et al, 2013; MICK;LIMA, 2013). A empresa jornalística também reduziu o "muro" que separava o setor publicitário do setor redacional nos grandes veículos, promovendo uma simbiose entre o que se noticia e o financiamento da empresa, seja pela “cultura do clique” (CHRISTOFOLLETI; VIEIRA, 2015), seja pela produção de conteúdos patrocinados, publieditoriais ou *branded content*, dando nova configuração às atividades jornalísticas.

Nesse contexto, nos questionamos: como se constituem os discursos que definem os lugares de identificação para jornalistas? Eles estabelecem relação dos assessores de imprensa com essa categoria profissional?

Para compor o corpus de análise da pesquisa, selecionamos textos e manifestações de entidades representativas do subcampo profissional e acadêmico<sup>5</sup> que conformam o fazer jornalístico a partir de certas normatizações e posicionamentos fundamentando o agir dentro de determinado horizonte. Analisamos, a partir dos respectivos sites, suas propostas de criação, ementas relacionadas ao jornalismo e parte da produção científica que elas veiculam em seus eventos e revistas.

Em nosso movimento interpretativo procuramos observar como se constroem posicionamentos, discursos e identificações para o assessor de imprensa no jornalismo, constituindo (ou não) para esses profissionais lugares de identificação, enunciação e reconhecimento (ZOPPI-FONTANA, 2003; 2018) de modo a inseri-los num domínio em que as atividades são múltiplas, heterogêneas e cujos limites nem sempre são suficientemente estabelecidos. Para tanto, nos valem dos princípios teórico-metodológicos estabelecidos na análise de discurso materialista, concebida nos trabalhos de Michel Pêcheux (1997; 2002) e desenvolvida por Orlandi (1998; 2002).

### **A identificação dos jornalistas**

Orlandi (1998; 2001) afirma que a identidade é um movimento do sujeito do discurso na história. A partir dessa formulação, Zoppi-Fontana (2003) explica que a identidade se constitui por meio de processos de identificação do indivíduo com posições-sujeito disponíveis no

---

<sup>5</sup> São elas: Associação Brasileira de Imprensa (ABI), Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) e seus sindicatos, Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (Intercom) e Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós).

interdiscurso<sup>6</sup>. A filiação a determinados sentidos é de natureza ideológica e ocorre pela inscrição do indivíduo na língua afetada pela história. A identidade é assim um feixe instável de processos de identificação, podendo ser compreendida tanto a partir de seu funcionamento imaginário derivado da ilusão subjetiva de unidade, de evidência e de estabilidade, quanto a partir de sua provisoriedade constitutiva dada pela observação dos efeitos do interdiscurso em suas formulações, marcadas por contradições e deslocamentos históricos.

A constituição da subjetividade se dá em dois momentos (ORLANDI, 2001). No primeiro deles, o indivíduo é interpelado em sujeito pela ideologia, resultando na sua inscrição no simbólico dando-lhe a impressão de ser origem de seu dizer e, num segundo momento, estabelecem-se formas de individualização do sujeito em relação ao Estado. Nesta etapa, ele se insere em relações sociais regidas pelo Estado e por suas instituições. Zoppi-Fontana (2018) defende a emergência de discursos nos quais os indivíduos são tomados como alvo de um processo de subjetivação, gerando um saber e um modo de falar sobre si. Tais lugares de enunciação incidem no processo de constituição do sujeito no discurso em relação às condições de produção, à memória discursiva e à enunciação. Há um processo contraditório de reconhecimento e desconhecimento do sujeito em relação às determinações do inconsciente e da ideologia que o constituem, materializadas nos processos discursivos.

Investigar a identidade do assessor de imprensa contribui para compreender como ele se constitui e como é constituído como sujeito. No entanto, cabe afirmar que “a própria concepção de jornalista enquanto profissional não é um dado absoluto, mas algo historicamente construído e em constante transformação” (TRAQUINA, 2005, p. 49). Isso vem sendo elaborado desde os primórdios da imprensa, passa pela mercantilização da notícia, a substituição dos literatos pelos profissionais da notícia, a midiaticização da sociedade, a incorporação da multifuncionalidade... (LOPES, 2013; MARCONDES FILHO, 2009).

No Brasil essa identidade envolve questões como a existência de uma ditadura militar com censura à imprensa e perseguição a jornalistas e a resistência dos jornalistas. Esse confronto, atrelado ao uso intensivo da propaganda política pelos militares, funcionou como vitamina de crescimento para as relações públicas no Brasil (CHAPARRO, 2006, in DUARTE (org), 2006) e fez surgir um novo mercado de trabalho para quem saia - ou era obrigado a sair - dos veículos de comunicação.

---

<sup>6</sup> Pêcheux (1997, p.162), propõe chamar de interdiscurso “a esse ‘todo complexo com dominante’ das formações discursivas, esclarecendo que também ele é imbricado no complexo das formações ideológicas”.

Deve-se considerar também a luta pela regulamentação da profissão, incluindo a determinação de obrigatoriedade de diploma para o exercício profissional - e sua extinção -, além da constante busca pela construção de diretrizes específicas para a formação jornalística (SILVEIRA, 2010). Outras questões que influenciam a constituição identitária dos jornalistas são as mudanças que ocorrem em diferentes áreas sociais e econômicas a partir das reestruturações capitalistas e que também se refletiram no dia-a-dia de trabalho e no conseqüente êxodo das redações e seus inúmeros passaralhos<sup>7</sup> (FIGARO et al, 2013; SILVEIRA, 2010). Acrescente-se o fato de que aqui o jornalismo não é legalmente reconhecido como atividade exclusiva de quem trabalha em veículos de comunicação, diferentemente do que ocorre em outros países (RUELLAN, 2017), o que contribuiu para que as entidades representativas da categoria incluíssem a assessoria de imprensa como uma prerrogativa dos jornalistas. Atrelado a isso, a partir dos anos 1990, boa parte dos profissionais que saíram das redações também iam para a área de serviços, em especial a de assessoria de imprensa, que crescia devido às privatizações (MAFEI, 2007).

Isso tudo compõe um caldeirão de condições que também estão relacionadas à identidade dos assessores de imprensa, pois entende-se que há um compartilhamento dessas questões entre os jornalistas dos subcampos midiático e não midiático (ROSSO, 2017).

### **Dispositivo teórico e corpus de análise**

O processo de análise nos estudos de discurso na vertente materialista exige a articulação entre o dispositivo teórico, que confere as bases para os processos de produção de sentidos, e o dispositivo analítico, mobilizado conforme as necessidades de análise colocadas pelo questionamento feito pelo analista (ORLANDI, 2002). A configuração e determinação dos limites do corpus já é uma fase da análise. Para fins deste estudo, selecionamos entidades representativas dos jornalistas e da comunicação - em âmbito profissional e acadêmico - com condições de confrontar o que Orlandi chamou de segundo momento de constituição identitária: como as formas de individualização do sujeito se estabelecem em relações sociais regidas pelas instituições.

Para compreender o discurso em torno da identificação do jornalista buscamos compreender as manifestações da Associação Brasileira de Imprensa (ABI)<sup>8</sup>, que tem como seu principal objetivo “assegurar à classe jornalística os direitos assistenciais e tornar-se um

---

<sup>7</sup> "Passaralho é um jargão agressivo para as demissões em massa nos meios de comunicação. Remete a pássaros, revoadas de algo que destrói tudo por onde passa”, in <http://apublica.org/2013/06/revoada-dos-passaralhos/>. Acessado em 05/08/2017.

<sup>8</sup> O site <http://www.abi.org.br> foi acessado em 29/01/2019.

centro poderoso de ação (...), um campo neutro para abrigar todos os trabalhadores da imprensa”. Também escolhemos a Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj)<sup>9</sup>, e seus sindicatos<sup>10</sup>, por estarem “efetivamente incorporada às lutas em defesa dos jornalistas e do jornalismo no Brasil”<sup>11</sup>. Da área acadêmica foram selecionadas, dada sua representatividade, a Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor)<sup>12</sup>, que afirma buscar “agregar estudiosos de uma área específica do conhecimento (...), estimular a articulação de uma rede nacional de pesquisadores em jornalismo” cujo encontro anual “consolidou-se como o principal fórum brasileiro para a discussão acadêmica do jornalismo (...)”, a Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom)<sup>13</sup>, por ser a entidade organizadora do maior evento científico de comunicação no país e destinar-se “à troca de conhecimento entre pesquisadores e profissionais atuantes no mercado” e a Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós)<sup>14</sup>, que congrega “os Programas de Pós-Graduação em Comunicação em nível de Mestrado e/ou Doutorado de instituições de ensino públicas e privadas no Brasil”.

Para esta pesquisa foram consultados nos sites das entidades enunciados<sup>15</sup> presentes nas homepages das instituições e suas publicações, como proposta de filiação, publicações, eventos promovidos, ementários de grupos de pesquisa e artigos em revistas que editam, etc. Consideramos, a partir desse levantamento, ser possível identificar como é construído o discurso sobre o que é ser jornalista. Os textos selecionados para análise estão ligados a diferentes formas de organização de sentidos, não remetendo, portanto, a algum indivíduo real, mas a um ser histórico em um determinado momento e lugar.

Para analisar esse conteúdo, consideramos a teoria materialista do discurso (PÊCHEUX, 1988) que acentua o fato de que é sobre a base linguística que se desenvolvem os processos discursivos em que se enxergam, em sua dispersão, certas regularidades. Quando se mesclam as materialidades do discurso e da história, as formações discursivas possibilitam estabelecer

---

<sup>9</sup> O site <https://fenaj.org.br> foi acessado em 29/01/2019.

<sup>10</sup> Foram analisados os sites dos sindicatos dos jornalistas do Rio Grande do Sul, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Bahia e Pará.

<sup>11</sup> Em Silveira (2010, p. 133) consta que dados fornecidos pela diretoria da Fenaj (2009 em mensagem eletrônica) dão conta de que 60 mil jornalistas estão aptos à atividade no mercado brasileiro. Desses, 18 mil são sindicalizados. Do total, 36 mil inserem-se na atividade de assessoria de imprensa e 15 mil ocupam postos em redações convencionais.

<sup>12</sup> O site <http://sbpjour.org.br/sbpjour/> foi acessado em 29/01/2019.

<sup>13</sup> O site <http://www.portalintercom.org.br> foi acessado em 29/01/2019.

<sup>14</sup> O site <https://www.compos.org.br> foi acessado em 29/01/2019.

<sup>15</sup> Para Gregolin (2004, p. 89) “um enunciado é justamente a função enunciativa, o fato de ele ser produzido por um sujeito em um lugar institucional, determinado por regras sócio-históricas que definem e possibilitam que ele seja enunciado”.

"identidades formais, continuidades temáticas, translações de conceitos, jogos polêmicos, segundo regras específicas das práticas discursivas de um certo espaço e tempo" (GREGOLIN, 2005, p. 6). Compreende-se, então, que "desde sua raiz, o enunciado se delineia em um campo enunciativo onde tem lugar e *status*, que lhe apresenta relações possíveis com o passado e que lhe abre um futuro eventual" (idem)

Segundo Orlandi (1998), devem-se observar os processos cristalizados pelas instituições que buscam preservar um sentido legítimo havendo, como insiste Pêcheux (1997), um esquecimento de outros sentidos que está relacionado às condições de produção do discurso. Há uma gestão da memória coletiva pelos aparelhos de poder que promovem divisões de sentidos, encarnados pelas organizações representativas dos trabalhadores em jornalismo de um lado e pelas entidades científicas das áreas de comunicação e jornalismo no âmbito acadêmico tanto da graduação quanto da pós-graduação.

### **O discurso das entidades de defesa dos jornalistas**

A Associação Brasileira de Imprensa (ABI) afirma na área institucional de seu site que seu papel é "interpretar o pensamento, as aspirações, os reclamos, a expressão cultural e cívica de nossa imprensa; preservar a dignidade profissional dos jornalistas — e não apenas a de seus sócios; acautelar os interesses da classe; estimular entre os jornalistas (...) <sup>16</sup>". Não há, em um primeiro momento, o entendimento imediato de que jornalistas possam ser identificados ou reconhecidos quando atuam fora da imprensa. A definição da identidade profissional está submetida ao veículo de comunicação para o qual se trabalha. Para ser jornalista, uma das condições é trabalhar na imprensa e em determinadas atividades: "repórteres, repórteres-fotográficos, editores, radialistas, cinegrafistas e blogueiros". Desconsideram-se outras atividades que passam a ser apagadas da identidade do profissional jornalista e do próprio sistema de produção de notícias.

No entanto, na proposta de filiação para membros efetivos, a ABI define que podem associar-se à entidade "profissionais da área de Comunicação Social com registro de jornalista no órgão competente e bacharéis em Jornalismo" que "preferencialmente atuem em jornais, revistas, agências noticiosas, bem como empresa radiofônica, assessorias de imprensa ou comunicação social e mídias eletrônicas e outras a serem criadas, mediante processo aprovado pela Comissão de Sindicância". Tendo por interesse ampliar o número de associados e, conseqüentemente, a sua representatividade, a entidade modifica o discurso sobre quem pode ser reconhecido como jornalista. Ele passa a ser quem tem registro profissional ou é bacharel em

---

<sup>16</sup> Disponível em <http://www.abi.org.br/institucional/historia/>. Acesso em 27/06/2019

jornalismo ou alguém acolhido pela legislação. Esta condição deve aliar-se à atuação que agora inclui lugares para além da redação. Amplia-se o campo de atuação do jornalista - apesar de se manter explícita a preferência por quem atua na imprensa tradicional - e o assessor de imprensa passa a ser considerado como parte da categoria.

Temos, dois efeitos de sentido que podem ser observados: no primeiro deles, o sujeito assessor de imprensa não está representado na categoria dos jornalistas. Este apagamento se relaciona à atividade que ele desenvolve, não considerada no rol das que a ABI relaciona como jornalísticas. Outro efeito é o do sujeito assessor de imprensa, considerado como jornalista para fins de associação. Neste caso, formação, registro e atividade tornam-se elementos que compõem o lugar de identificação dos jornalistas, no qual são incluídos os assessores de imprensa.

A Federação Nacional dos Jornalistas (Fenaj) também deixa transparecer que o foco de sua atuação são os profissionais que em veículos noticiosos. Dos posts, boletins eletrônicos, campanhas e notícias veiculadas no site, uma parcela ínfima se refere às questões envolvendo o trabalho de jornalistas em assessoria de imprensa. Suas notas oficiais e prêmios também se destinam àqueles com atuação em veículos de comunicação.

Como entidade de classe cujo foco de ação é a defesa de uma categoria profissional, ela assume a definição de quem deve fazer parte de seu grupo de protegidos. Nesse sentido, as montagens discursivas apontam para o assessor de imprensa como parte da categoria de jornalista. Em tal formação discursiva<sup>17</sup>, o jornalista não é só quem trabalha na imprensa, mas também os que exercem atividades que integram uma rede de sentidos definidora do que é ser jornalista. É, portanto, na atividade de trabalho que se busca ancorar a identidade do assessor de imprensa ao campo profissional do jornalista, aproveitando-se que o mundo do trabalho, conforme Figaro (2008), é atravessado por discursos, valores e ideologias variadas.

No Manual de Assessoria de Comunicação/Imprensa, editado pela Fenaj, se reconhece que a A.I. faz parte do mercado de comunicação e é a área que mais emprega jornalistas. Na montagem discursiva proposta pela Fenaj, a assessoria de imprensa é um "serviço prestado a instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas dessas organizações para os veículos de comunicação em geral". Neste aspecto,

---

<sup>17</sup> Para Pêcheux (1997,p.160), a formação discursiva é 'aquilo que numa formação ideológica dada, isto é, a partir de uma posição dada numa dada conjuntura dada, determinada pelo estado da luta de classes, determina o que pode e deve ser dito (articulado so a forma de uma arenga, de um sermão, de um panfleto, de uma exposição, de um programa, etc.)



as demandas do mercado de trabalho e as atividades desempenhadas permitem inserir o assessor como jornalista.

O elo que liga assessores e jornalistas, para a Fenaj, é o envio de informações jornalísticas, algo facultado apenas a um grupo que afirma possuir o monopólio de conhecimentos ou saberes específicos, nomeadamente o que são notícias e como produzi-las (TRAQUINA, 2005). Notemos que a memória do jornalismo como atividade de produção noticiosa incide na atividade de assessor, permitindo que este profissional seja assim considerado jornalista. O assessor de imprensa torna-se responsável pela produção de notícias e também pelo relacionamento com outros jornalistas, o que faz com que mais do que uma atividade seja um "dever" que jornalistas ocupem tal função. Assim, os serviços de assessoria "devem ser coordenados e executados exclusivamente por jornalistas habilitados".

Apesar de não ter a força performativa do discurso da lei na produção da realidade, o manual visa instaurar um discurso que exclui outras categorias da atividade de A.I., reservando-a para os jornalistas. Define-se um lugar discursivo para a identificação desses profissionais, delimitando suas atividades em relação às demais. A notícia e a imprensa promovem pontos de estabilização da memória e dos sentidos para a profissão de jornalista na qual os assessores estão incluídos.

Em campanha realizada em parceria com sindicatos filiados, a entidade defende que "assessor de imprensa é jornalista"<sup>18</sup> e realiza outro movimento para atrair os sentidos dessa atividade para a categoria dos jornalistas. O título da campanha mostra a tensão entre as formações discursivas: há os que consideram os assessores de imprensa jornalistas e os que não os consideram como tal. Portanto, é necessário assumir uma posição rejeitando a formação oposta e reiterando o posicionamento da entidade.

Nesta interpretação, são delimitados sítios de significância (ORLANDI, 1998) em que jornalista e assessor, apesar de terem atividades por vezes distintas, integram uma mesma categoria. Nesse sentido, o enunciado cumpre uma função explicativa, rejeitando a formação discursiva oposta e tomando uma posição política acerca da divisão que pode afetar a categoria como um todo. Desse modo, a identidade e os sentidos para o assessor de imprensa são administrados e geridos pela instituição, que se posiciona explicitamente frente à disputa de sentidos que se estabelece no discurso social.

Percebe-se que as entidades corporativas buscam criar uma identificação dessa atividade profissional com a categoria dos jornalistas, incrementando-a com as características intrínsecas

---

<sup>18</sup> <https://fenaj.org.br/assessor-de-imprensa-tem-direito-a-jornada-de-5-horas-diarias/>, acesso em 27/06/2019.



do jornalismo. Isso serve para defender esses profissionais - e seu saber fazer - dos ataques de outros grupos. No entanto, a falta de uma deontologia própria no campo do jornalismo abre uma lacuna nessa identificação, que é sustentada apenas pelas estratégias discursivas das entidades corporativas profissionais, abrindo oportunidade para questionamentos por parte de outros grupamentos profissionais.

### **O discurso de entidades acadêmicas**

As três entidades selecionadas para análise do subcampo científico incluem os profissionais que se dedicam à docência e à pesquisa em nível acadêmico (SBPJor, Intercom e Compós) e contribuem para a formação de novos jornalistas.

A SBPJor, tanto em seu site quanto em seu estatuto explicita que “têm o jornalismo como objeto de estudo” e que seu objetivo é “contribuir para a reflexão pluralista sobre os problemas emergentes do jornalismo”, entre outros. No entanto, a partir da análise dos conteúdos veiculados em sua página na internet, das premiações e homenagens que realiza, dos trabalhos que recepciona em seus eventos e no conteúdo veiculado pela sua revista científica, a compreensão que se tem é a de que, para ela, o jornalismo e seu campo estão afeitos ao que é realizado a partir da imprensa.

Isso pode ser identificado no perfil dos trabalhos apresentados nos encontros do SBPJor de 2014 a 2018, que são divididos em comunicações livres e coordenadas, e em ambas a assessoria de imprensa é pouco presente. Menos de 1% do volume de artigos apresentados nos eventos referiram-se a esse tema<sup>19</sup>, o que, mesmo considerando aspectos como a submissão por pesquisadores não vinculados à entidade, representa um número extremamente baixo e indica que esse tema não é significativo para aqueles que vêm a SBPJor como um fórum importante para a discussão do jornalismo. (Ver tabela 1)

<b>Trabalhos apresentados nos eventos da SBPJor</b>					
Ano	2014	2015	2016	2017	2018
Total	166	162	181	260	247
Sobre assessoria	1	1	2	2	4

Tabela 1: Volume de artigos apresentados em eventos da SBPJor

Fonte: Elaboração do autor

<sup>19</sup> A pesquisa foi feita a partir do título do artigo e, caso se identificasse a possibilidade de ser abordada a questão da A.I. eram lidos, para verificar o objeto do artigo, o resumo, as palavras-chave e o artigo completo, se necessário.

Desde o início, segundo Meditsch e Segala (2013), esses eventos não tinham interesse no jornalismo feito em assessoria de imprensa e voltavam-se para “os estudos sobre enquadramentos, formatos e *newsmaking*, de interesse local e nacional, sobre mídia impressa e internet”. Outro indício do apagamento da assessoria enquanto atividade jornalística é que nos textos que abordam temas ligados à classe dos jornalistas como precarização<sup>20</sup> ou profissionalização<sup>21</sup>, para citar alguns exemplos, a referência são os profissionais que atuam em redações. Mesmo nas coordenadas sobre trabalho e identidade do jornalista<sup>22</sup>, os estudos voltam-se para profissionais que atuam em outros ambientes jornalísticos apenas abordando tangencialmente a A.I.. Mesmo quando o assunto é o mundo do trabalho do jornalista, há um vazio sobre essa atividade. Nota-se um indício de contenção dos sentidos para o que seja jornalismo, afastando a assessoria desse campo de significação. Na revista científica que produz, a *Brazilian Journalism Research (BJR)*, e que se define como a “principal publicação acadêmica sobre jornalismo no Brasil”, desde seu número inicial há também uma invisibilidade da assessoria de imprensa como parte do campo jornalístico

A Intercom, que tem um formato diferente de eventos, e separa suas áreas de interesse por divisões temáticas que são compostas por diferentes grupos de pesquisa. São oito divisões temáticas (DTs)<sup>23</sup>, sendo uma de Jornalismo, com cinco grupos de pesquisa (GPs)<sup>24</sup>.

Ao observar as ementas e as palavras-chaves, tanto da divisão temática quanto dos grupos de pesquisa, identificam-se quais são os elementos mais significativos para os estudos de jornalismo. Na ementa da DT, observa-se que o jornalismo está relacionado aos meios de comunicação, suportes e plataformas utilizados para difundir informações, promovendo o interesse pelas rotinas de produção, produtos e mídias e a linguagem jornalística, bem como “a produção e recepção da informação jornalística e as mudanças tecnológicas a elas associadas”. Subjaz aqui um conceito de jornalismo produzido em veículos de comunicação e destinado a

---

<sup>20</sup> BULHÕES, J.; RENAULT, D. Precarização do trabalho jornalístico no Brasil e em Portugal: aproximações a partir da perspectiva da profissionalização, 2017. Disponível em

<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/600/564>. Acesso em 27/06/2019.

<sup>21</sup> ANTONIOLI, M. A. A profissionalização do jornalista no Brasil, 2017. Disponível em

<http://sbpjour.org.br/congresso/index.php/sbpjour/sbpjour2017/paper/viewFile/601/377>. Acesso em 27/06/2019.

<sup>22</sup> “Esta coordenada se dedica aos estudos sobre as carreiras e trajetórias jornalísticas como instâncias de compreensão das dinâmicas individuais de ingresso e mobilidade na profissão e de suas relações com o grupo profissional, com o mercado de trabalho e (...) As comunicações sobre carreiras podem, nesse sentido, revelarem processos mais amplos sobre o trabalho e a identidade no jornalismo, incluindo fenômenos de precarização, desigualdades de gênero e relações com a ética profissional. (...)”

<sup>23</sup> As DTs são: Jornalismo, Publicidade e propaganda, Relações públicas e comunicação organizacional, Comunicação audiovisual, Comunicação multimídia, Interfaces comunicacionais, Comunicação, espaço e cidadania e Estudos interdisciplinares da comunicação. Fonte:

<http://www.portalintercom.org.br/eventos1/gps1/ementas-dtsgps>, acesso em 27/06/2019.

<sup>24</sup> Gêneros Jornalísticos, História do Jornalismo, Jornalismo Impresso, Teorias do Jornalismo e Telejornalismo

uma audiência indeterminada, influenciado por novas tecnologias de produção e edição de mensagens que podem afetar tanto quem produz quanto os consumidores das informações jornalísticas.

Desse conceito derivam as ementas dos grupos de pesquisa e que mantém o viés de privilégio aos conceitos clássicos de jornalismo como exercício profissional a partir da imprensa. No GP de Gêneros Jornalísticos as referências são buscadas e estudadas no jornalismo impresso, no radiojornalismo, no telejornalismo, no ciberjornalismo e outros espaços digitais, no jornalismo alternativo e no jornalismo especializado. No GP de História do Jornalismo buscam-se as raízes e a periodização para uma história do Jornalismo e se propõe à discussão os conceitos de imprensa, de jornalismo, os produtos, do manuscrito ao ciberjornalismo, até a relação entre o jornalismo e a publicidade, demonstrando que a constituição dos meios é a questão central para esse grupo. No GP de Teorias do Jornalismo "o grupo tem como proposta realizar a reflexão crítica sobre o jornalismo e sedimentar conceitos teóricos em torno das práticas jornalísticas" que são protagonizadas pelo que é realizado na imprensa. Outros dois GPs tratam exclusivamente do jornalismo impresso<sup>25</sup> e televisivo .

Não há abertura para estudos de gênero, história ou teoria que contemplem a assessoria de imprensa. Entre os anos de 2014 e 2018<sup>26</sup> a DT de Jornalismo teve apresentações de 798 trabalhos e apenas seis, vinculados ao GP de Teorias do Jornalismo, trataram de algum aspecto da assessoria de imprensa.

Por outro lado, na Divisão Temática de RP, nesse mesmo período, foram apresentados 273 trabalhos e 11 tratavam de A.I.. Com um volume de aproximado de 1/3 das apresentações feitas em Jornalismo, esta DT tem um volume próximo do dobro de artigos enfocando a A.I.. Aparentemente há uma identificação maior dos pesquisadores com tal divisão temática, que disputa simbolicamente com o Jornalismo essa área de atuação. Segundo Farias (2011, p. 110, in FARIAS, 2011), "a assessoria de imprensa foi um dos primeiros instrumentos que caracterizaram a profissão e o campo das RP".

---

<sup>25</sup> Registre-se que no GP de Jornalismo Impresso está incluso entre as dimensões do jornalismo impresso, juntamente com jornais e revistas, os jornais murais, uma produção característica das assessorias de imprensa/comunicação.

<sup>26</sup> Essa busca foi feita no site <http://www.portcom.intercom.org.br>, no modo pesquisa avançada, diferenciando maiúsculas de minúsculas na palavra assessoria, tanto no título quanto no resumo, para o ano de 2014. Em 2015 fizemos a busca por esse método, mas a partir do site do evento. Identificamos 16 trabalhos sobre A.I., sendo que quatro foram no GP Teorias do Jornalismo, quatro foram em Relações Públicas e Comunicação Organizacional, três no GP Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade e os demais ficaram dispersos entre os GPs de Fotografia, Rádio e Mídias Sonoras, Comunicação e Educação, Comunicação e Esporte e Conteúdos Digitais. De 2016 a 2018 a busca foi feita apenas nas DTs de Jornalismo e Relações Públicas e Comunicação Organizacional, uma vez que o volume de artigos inviabilizava uma busca mais ampla.

Esse apagamento da A.I. como parte integrante do campo jornalístico ocorre também em nível de pós-graduação. Na Compós há 20 Grupos de Trabalho e um deles é de Estudos de Jornalismo. Sua ementa traz que se “busca aprofundar o estudo do jornalismo como um campo do conhecimento, assim como pensar o jornalismo como processo singular de comunicação e fenômeno cultural na contemporaneidade e propõe reflexões sobre abordagens relativas à função social, à história, aos conceitos, aos modelos, às teorias e à epistemologia do jornalismo”. Desde 2000 esse GT teve apresentações e discussões de artigos sobre a imprensa em geral, a produção de notícias, as mutações no mundo do trabalho do jornalista, a experiência de outros jornalismo, gêneros e discurso jornalístico, entre outras temas que foram representados nas palavras-chaves dos artigos. Em todo esse período, no qual foram apresentados 190 trabalhos, apenas dois trataram de assessoria de imprensa, o que representa 1,05% do que foi discutido nesse grupo.

Percebe-se que, para os profissionais que definem os temas relevantes da área, tanto quanto àqueles que produzem a pesquisa acadêmica, na graduação ou na pós-graduação, a assessoria de imprensa não compõe o conjunto de atividades ligadas ao jornalismo. Mesmo que não se exclua peremptoriamente os conteúdos relacionados a essa atividade, deveria causar estranhamento esse silenciamento, seja pela falta de produção pelos interessados em participar das discussões sobre jornalismo, seja pelas escolhas feitas a partir das submissões e que envolvem os critérios de avaliação desses trabalhos. Impressiona que, em um dos principais espaços de divulgação da pesquisa na pós-graduação do país, pouco se fale da atividade profissional que mais emprega formados em Jornalismo.

Entendido como ‘discurso sobre’ (MARIANI, 1998), o discurso científico delimita campos de abrangência de significados num processo de exclusão de outros sentidos possíveis no domínio sobre o qual se fala. Ao estabelecer tais sentidos, forma-se uma rede de significados que se naturaliza nas práticas de análise e nas tomadas de posição assumidas pelos pesquisadores, impedindo conceituações referenciais fora dos parâmetros estabelecidos. E, de modo inverso, age o silenciamento.

Dada a falta de significados estabilizados que permitam a inclusão da A.I. como objeto e tema de pesquisa nos estudos sobre o jornalismo, os pesquisadores da área (e os profissionais que se apoiam na produção acadêmica) têm dificuldade de se identificar neste lugar. Pode-se afirmar que a Academia torna-se uma peça importante na manutenção da “eterna crise de identidade” dos assessores de imprensa ao invés de contribuir para que ela seja “substituída pela compreensão e aceitação de uma identidade jornalística que possa ser visualizada em dois ambientes: a assessoria e a redação convencional” (SILVEIRA, 2010, p. 96).

## Considerações finais

Neste trabalho, procuramos demonstrar o funcionamento das práticas discursivas em torno da formação discursiva do assessor de imprensa como jornalista. A partir dos referenciais teórico-metodológicos da análise de discurso materialista, pudemos constatar que elas permeiam parte dos campos acadêmico e profissionais de modo distinto, num jogo entre formações discursivas que ora legitimam a assessoria de imprensa como atividade jornalística, como ocorre no discurso das entidades de classe, ora a excluem por silenciamento, a exemplo das associações científicas. Em ambas as formações discursivas, o jornalismo praticado em veículos de comunicação pode ser considerado o núcleo da atividade, a partir da qual os sentidos se organizam e o mundo do trabalho também constitui sentidos para a atividade profissional, em especial no discurso do campo profissional.

No discurso das instituições acadêmicas pudemos identificar outra organização de sentidos. Neste domínio, bloqueia-se a interpretação de que a A.I. faz parte do jornalismo pela inexpressiva existência de estudos que sejam abrangidos nos fóruns representativos do jornalismo. Preserva-se assim um sentido para o jornalismo cujo núcleo é a produção em veículos de comunicação. Há um efeito de apagamento do mundo do trabalho dos assessores de imprensa e do próprio sistema produtivo do qual jornalistas e assessores fazem parte para construção do produto jornalístico.

As instituições acadêmicas estão na posição daquele que sabe que narrativa é permitida e que saber pode ser transmitido. Embasadas em uma memória que faz retornar o mesmo processo de linguagem e história e que vincula o jornalismo e o jornalista à imprensa e aos veículos de comunicação, tradicionais ou não, os distancia da assessoria de imprensa pelo apagamento de sua existência enquanto objeto de interesse acadêmico.

## Referências

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, 2006. P. 33-51

CHRISTOFOLETTI, Rogério; VIEIRA, Lívia de Souza. **Métricas, ética e “cultura do clique” no jornalismo online brasileiro: o caso de resistência do não fo.de**. Dispositiva, Belo Horizonte, v. 4, n. 1, p. 74-87, fev. 2016. ISSN 2237-9967. Disponível em: <<http://periodicos.pucminas.br/index.php/dispositiva/article/view/11346/9189>>. Acesso em: 01 jul. 2019.

FARIAS, L. A. Relações com a imprensa. In FARIAS, L. A. (org) **Relações públicas estratégicas: técnicas, conceitos e instrumentos**. São Paulo: Summus, 2011

FENAJ. **Manual de Assessoria de Comunicação - Imprensa**. 4a. ed. Brasília: Fenaj, 2007

FIGARO, R. **O mundo do trabalho e as organizações**: abordagens discursivas de diferentes significados. In: *Organicom*, v. 5, n. 9, 2008, p. 91-100.

\_\_\_\_\_. (org). **As relações de comunicação e as condições de produção no trabalho de jornalistas em arranjos econômicos alternativos às corporações de mídia**. São Paulo: ECA-USP, 2018

FIGARO, R. (org), NONATO, C., GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista** [livro eletrônico] São Paulo: Atlas, 2013.

GREGOLIN, M. R. **Michel Foucault**: o discurso nas tramas da História. In: FERNANDES, C.; SANTOS, J. B. C.. (Org.). *Análise do Discurso: Unidade e Dispersão*. Uberlândia: Entremeios, 2004.

\_\_\_\_\_. **Formação discursiva, redes de memória e trajetos sociais de sentidos: mídia e produção de identidades**. In: II Seminário de Estudos de Análise do Discurso, Porto Alegre. Porto Alegre (RS): UFRGS, 2005.

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

MAFEI, M. **Assessoria de imprensa**: como se relacionar com a mídia. São Paulo: Contexto, 2007.

MARCONDES F<sup>o</sup>, C. **Ser jornalista**: o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus, 2009.

MARIANI, B. **O PCB e a imprensa**: os comunistas no imaginário dos jornais 1922-1989. Rio de Janeiro: Revan; Campinas: Editora da Unicamp, 1998

MEDITSCH, E.; SEGALA, M. **A pesquisa brasileira em jornalismo apresentada nos três primeiros congressos da SBPJor**: temas, enfoques e referências, In: *Anais do 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo Brasília*, 2013.

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

ORLANDI, E. **A interpretação**. Petrópolis: Vozes, 1998.

\_\_\_\_\_. **Discurso e texto**: formulação e circulação dos sentidos. Campinas, Pontes, 2001.

\_\_\_\_\_. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 4. ed. Campinas: Pontes, 2002

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**. Uma crítica à afirmação do óbvio. Campinas: Ed. Unicamp, 1988.

\_\_\_\_\_. **O discurso**: estrutura ou acontecimento? Pontes: Campinas, 2002.

PÊCHEUX, M; FUCHS, C. **A propósito da análise automática do discurso**: atualização e perspectivas (1975). In: GADET, F. e HAK, T (orgs). *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Campinas: Editora da Unicamp, 1997, p. 163-252

ROSSO, A. L. D. **O capital simbólico do campo jornalístico**: disputas e códigos compartilhados entre jornalistas de mídia e assessores da ALESC. Orientador: Jacques Mick. Tese (doutorado) Centro de Filosofia e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política (UFSC). Florianópolis (SC), 2017. 304 p.

RUELLAN, D. **Um ser profissional ou como percebê-lo**, in Brazilian Journalism Research. v. 13. nr. 1. jan/abr. 2017

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

TRAQUINA, N. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

ZOPPI-FONTANA, M. **Identidades (i)nformais**: contradição, processos de designação e subjetivação na diferença. Organon, Porto Alegre, v. 17, n. 35, p.245-282, 2003, Disponível em: <<https://seer.ufrgs.br/organon/article/view/30027/18623>>. Acesso em 8 jan. 2019.

\_\_\_\_\_. **Lugar de fala**: enunciação, subjetivação, resistência. Revista Conexão Letras, [S.l], v. 12, n. 18, jan. 2018. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/conexaoletras/article/view/79457>. Acesso em 9 jan. 2019.