



Ser Jornalista: Discursos e identidades partilhadas no município de Mossoró - RN¹

Geilson Fernandes de OLIVEIRA²

Marcília Luzia Gomes da Costa MENDES³

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte - UERN, Mossoró, RN.

RESUMO

A partir de uma investigação empírica de caráter qualitativa, o presente artigo é um recorte de trabalho monográfico o qual objetivou analisar como se constitui a identidade profissional do jornalista no município de Mossoró - RN. Para isto, nos amparamos nos pressupostos teóricos e epistemológicos da Análise do Discurso de orientação francesa, atentando para as condições de produção dos discursos dos entrevistados. Enquanto uma construção discursiva, a identidade dos profissionais que exercem o jornalismo é fortemente marcada pelo seu fazer profissional, de modo que muitas vezes este fazer ocupa grandes espaços em sua vida particular, e, por conseguinte, na sua identidade enquanto sujeito.

PALAVRAS-CHAVE: Ser jornalista, Identidade; Discursos.

Considerações iniciais

Muito se fala na atualidade sobre a imprensa e o seu poder de influência na sociedade, de modo que a imprensa ocupa um lugar central de discussões e estudos nos mais diversos âmbitos e áreas. Entretanto, pouco se têm estudado os profissionais que a compõem – os jornalistas, sujeitos possuidores de uma cultura e identidade profissional próprias. Alguns estudiosos como Traquina (2005) e Travancas (2011) suscitam questões referentes à identidade destes profissionais, defendendo que estes possuem uma identidade que é construída a partir do “ser jornalista”, bem como o fato desses

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 15 a 17 de maio de 2014.

² Graduado em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo pela Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas (PPGCISH-UERN). Membro do Grupo de Pesquisa em Informação, Cultura e Práticas Sociais, atuando na linha Mídia, Discurso e Tecnologias. E-mail: geilson_fernandes@hotmail.com.

³ Doutora em Ciências Sociais pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN. Docente do Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais e Humanas (PPGCISH) e do Departamento de Comunicação Social da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte – UERN. Líder do Grupo de Pesquisa em Informação, Cultura e Práticas Sociais. E-mail: marciliamendes@uol.com.br.



profissionais, independentemente de suas localidades pertencerem a uma “tribo”, com formas de ser/estar, agir, falar e ver o mundo semelhante a todos da classe profissional.

A partir destas acepções, nos propomos neste trabalho a analisar a identidade profissional do jornalista. Tal escolha dá-se principalmente pela afinidade que tal temática nos proporciona, uma vez que desde tempos anteriores sempre nos chamou a atenção os modos com que eram representados os jornalistas na cultura de massa, especialmente na TV e no cinema, sempre nos surgindo questionamentos se aquelas representações condiziam com a realidade profissional. Mais do que uma curiosidade de caráter pessoal, aqui, é objetivado compreender a identidade daqueles que tanta influência exercem na sociedade – os jornalistas – através do seu principal produto: as notícias.

Amparando-nos nestas reflexões, neste trabalho, fazemos uso da pesquisa empírica, visando por meio do presente estudo analisar a constituição da identidade do jornalista, mas, apontando o nosso olhar para o local, mais especificamente, para o município de Mossoró – RN, considerando que se os estudos acerca da identidade profissional são incipientes em outros níveis como é afirmado por Traquina (2005) “o estudo dos jornalistas foi esporádico ao longo do século XX” (p. 152), mais ainda o são a nível local.

Enquanto segunda maior cidade do estado no que se refere a números populacionais e econômicos, o município de Mossoró – RN, conta com quatro jornais impressos diários⁴, duas TV’s (sendo uma aberta e a outra fechada) e sete rádios (entre AM’s e FM’s). Para este estudo, foi eleito como *locus* de pesquisa os quatro jornais impressos, tendo em vista que neles estão o maior número de profissionais efetivamente jornalistas, bem como por ser um dos meios precursores de se fazer jornalismo. Assim temos: *Jornal O Mossoroense*, *Jornal Gazeta do Oeste*, *Jornal De Fato* e *Jornal Correio da Tarde*⁵, postos aqui em uma ordem cronológica.

Selecionado o *locus* para o cumprimento da pesquisa, foram realizadas entrevistas de caráter semiaberto com dois profissionais de cada veículo, sendo o editor-chefe e um repórter de cada, chegando-se ao total de oito colaboradores. O limite do número de entrevistas dá-se tendo em vista a riqueza de significações e sentidos que nos pode render esta técnica, assim, julgamos ser uma quantidade significativa e uma

⁴ Dados do ano de 2012, período em que o estudo monográfico foi realizado.

⁵ Atualmente, o município conta com três jornais impressos. O *Jornal Correio da Tarde* deixou de circular no ano de 2013.



amostra considerável, para que, a partir da análise pudéssemos observar como constituiu-se a identidade do jornalista em Mossoró – RN, por meio da aplicação dos pressupostos teóricos e epistemológicos da Análise de Discurso de orientação francesa, método eleito para análise.

A partir dos dizeres presentes nas entrevistas realizadas junto aos colaboradores da pesquisa, aplicamos os conceitos da AD francesa, deixando de lado a aparente transparência dos textos discursivos e apreendemos os sentidos que são produzidos sobre a identidade jornalística, buscando responder a nossa hipótese de que existiria uma identidade profissional particular que muitas vezes se coloca sobre outra, a do sujeito. Partindo desses pressupostos, temos como objetivo geral analisar como se constrói a identidade do jornalista no município de Mossoró – RN, e como objetivos específicos identificar por meio da pesquisa empírica se há uma identidade constituída pelos jornalistas que é semelhante nos veículos pesquisados e, averiguar de que modo essa identidade exerce influência sobre a vida dos indivíduos, no caso, dos jornalistas.

A tribo jornalística

O jornalismo, enquanto atividade profissional exercida por sujeitos que possuem ao mesmo tempo características técnicas e conhecimentos teóricos é um campo marcado pelo forte papel que exerce nas sociedades, onde assume o discurso de atualidade. Diversas atribuições são destinadas aos que exercem esta profissão, entre as quais se destacam o de defensores do interesse público e agentes democratizadores, tanto da informação, como do próprio meio social.

Autores como Nelson Traquina (2005), Isabel Travancas (2011) entre outros, sublinham um aspecto peculiar dos jornalistas, que é o fato destes profissionais possuírem uma cultura própria, com formas de ser/estar, agir, falar e ver o mundo de modo diferenciado, o que segundo eles, difere esta das demais profissões. Estas particularidades deste fazer profissional contribuem para uma produção de sentidos que funcionam como regentes de algumas práticas sociais dos profissionais, e, afora isto, há ainda a construção de um imaginário social que circunda a profissão, no qual a identidade do jornalista é costumeiramente associada à identidade de heróis. Estes fatores colaboram para a constituição de uma identidade própria, que passa a definir o sujeito que exerce a profissão não como uma pessoa comum, mas como “um jornalista”.



Neste sentido, o “ser jornalista” seria o aspecto definidor da identidade dos indivíduos que tem o jornalismo como profissão, chegando esta identidade a substituir outra que seria primeira – a do sujeito. A sua forma de ser, o tipo de música que ouve, os lugares que frequenta também seriam influências de sua atividade profissional, possuidora de um *habitus* e *ethos* – conceitos que serão trabalhados mais adiante – específicos, que os permite enxergar de forma diferenciada, geralmente mais do que as pessoas comuns, através de um óculos especial, como é inferido por Bourdieu (1997).

Para Nelson Traquina (2005), os jornalistas compõem algo semelhante a uma tribo. O conceito de tribo utilizado pelo autor é resultante de uma de suas pesquisas, que buscou respostas quanto da possibilidade destes profissionais fazerem parte de uma comunidade interpretativa que ultrapassa fronteiras. Em sua pesquisa, Traquina selecionou cinco jornais impressos de três continentes diferentes e observou a publicação de notícias nesses veículos durante três meses.

No estudo, foi postulado além da existência de um *ethos* profissional, a hipótese da “[...] existência de um conjunto de valores e normas (a objetividade, a independência, o imediatismo) que formam uma ideologia profissional, cimento essencial na definição do “ser jornalista”” (TRAQUINA, 2005, p. 106). No que se refere aos resultados da pesquisa, os dados obtidos “[...] fornecem provas conclusivas de que os jornalistas são uma “comunidade interpretativa” transnacional” (TRAQUINA, 2005, p. 146). Deste modo, a investigação comprovou que os jornalistas, mesmo sendo de países e continentes distintos partilhavam de uma cultura profissional semelhante, com formas de agir, maneiras de enunciar e ver um fato, assim como critérios de noticiabilidade e valores notícia também similares, confirmando a existência de algo semelhante a uma tribo.

Desta forma, nesta “tribo”, independentemente da localização de seus sujeitos, estes partilham de uma forma de ser/estar, agir, falar e ver o mundo similares a todos da classe profissional, o que constitui de acordo com Travancas (2011), um *ethos* próprio.

Outros pontos que reforçam a existência de uma “tribo” podem ser considerados quando levamos em conta os apontamentos de Travancas (2011), ao destacar que a maioria das empresas jornalísticas – no sentido dos jornalistas fazerem parte de uma tribo, vistas como aldeias – se localizam nos pontos centrais das cidades, sendo estes regiões estratégicas, dado o fato que ali há a maior circulação de informação, assim como maior facilidade de locomoção para outros pontos.



Os vícios, segundo a autora, também são semelhantes: o cigarro e o café. Até as doenças se assemelham: úlceras, cardiopatias e outras ligadas ao álcool, bem como relacionadas ao estilo de vida ao mesmo tempo boêmio e estressante desse profissional. Também doenças relacionadas à visão, tendo em vista a longa permanência em frente ao computador (TRAVANCAS, 2011, p. 36). Estas características refletem a existência de tipos e causas comuns aos jornalistas.

***Habitus e Ethos* profissional**

Fazer parte da cultura jornalística é possuir um *ethos* particular, possuidor de características próprias. Um retrato da cultura profissional dos jornalistas pode ser visto na obra *O Mundo dos Jornalistas*, de Isabel Siqueira Travancas (2011). Fazendo uso da pesquisa empírica, a autora amparou-se no método etnográfico e adentrou no mundo dos jornalistas, na sua segunda casa – as redações. Estando ali por um tempo determinado, foi observado como é o dia a dia desses profissionais, quais suas principais dificuldades e necessidades, bem como suas características mais marcantes, que são constituintes, segundo a autora, de uma identidade profissional. Nelson Traquina (2007) atesta que o *ethos* jornalístico tem sido divulgado e afirmado há mais de 150 anos, o que possibilitou a construção de poderosos mitos. Como forma de melhor compreender a existência deste *ethos* profissional, nos amparamos em uma definição conceitual do termo, advinda de Charaudeau e Maingueneau (2004, p. 220), teóricos da análise do discurso. Segundo os autores, *ethos* é um

Termo emprestado da retórica antiga, o *ethos* (em grego ἦθος, personagem) designa a imagem de si que o locutor constrói em seu discurso para exercer uma influência sobre seu alocutário. Essa noção foi retomada em ciências da linguagem e, principalmente, em análise do discurso no que se refere às modalidades verbais da apresentação de si na interação verbal (CHARAUDEAU, MAINGUENEAU, 2004, p. 220).

Nesta perspectiva, por *ethos* jornalístico podemos entender um conjunto de pressupostos, discursos e práticas definidoras da cultura profissional, onde se fazem presentes uma ideologia profissional e comportamentos característicos, que juntos, produzem uma imagem social da profissão, algo como uma identidade profissional. Muito certamente, a construção desse imaginário social que circunda a figura do



jornalista na sociedade é consolidado por meio dos discursos que circulam sobre a profissão, na maioria das vezes emitidos pelos próprios jornalistas. Neste sentido, a partir do discurso, constrói-se um *ethos*, uma imagem de si que contribui para a autorrepresentação do jornalista na sociedade, para sua imagem social.

Além do *ethos*, em sua cultura profissional, os jornalistas partilham igualmente de um *habitus*. Este *habitus* pode ser visto como um saber prático, espontâneo e interiorizado, fundamentado num princípio de economia da *práxis*, inevitável na vida cotidiana (BARROS FILHO; SÁ MARTINO, 2003, p. 45). Este saber prático interiorizado poderia ser comparado, de acordo com Bourdieu a um maestro que comanda as diversas partes da ação do sujeito nos diversos campos onde ele está inserido (BOURDIEU *apud* BARROS FILHO; SÁ MARTINO, 2003, p. 115). A repetição/vivência no campo jornalístico seria então o principal responsável pela existência de um *habitus* profissional, onde as disposições subjetivas da ação perceptiva são objetivadas nas tomadas de posições e ações.

Neste sentido, os diversos condicionamentos da profissão produzem o *habitus*, uma estrutura que faz emergir uma forma de ação sem a necessidade de um cálculo, orientando práticas no espaço profissional já adquiridas pelos membros mais antigos daquela cultura e também fornecendo-as para os novos. Na construção do texto noticioso, podemos observar um exemplo da existência do *habitus* no jornalismo. Ao iniciar o texto, o primeiro parágrafo, o *lead*, é facilmente desenvolvido pelos profissionais já experientes, não raro, eles produzem toda a matéria com uma destreza que chega a surpreender, enquanto os novatos, ainda não possuidores do *habitus* demoram mais tempo, tendo dificuldades geralmente na construção do primeiro parágrafo. Enquanto há nos profissionais mais antigos uma percepção instintiva, os novos membros da comunidade jornalística vão aos poucos adquirindo-a e tornando comum as práticas da profissão para todos que desenvolvem o seu trabalho sob as mesmas condições.

Conforme Barros Filho e Sá Martino (2003), o conceito de *habitus* de Bourdieu é assim definido pelo autor francês:

Os condicionamentos associados a uma classe particular de condições de existência produzem o *habitus*, sistemas de disposições duráveis e intercambiáveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, isto é, enquanto princípios geradores e organizadores de práticas que podem ser objetivamente adaptadas a seus fins sem supor a previsão consciente dos fins e o domínio



expresso das operações necessárias para atingi-los, objetivamente ‘regulados’ e ‘regulares’ sem ser, de maneira nenhuma, o produto da obediência a regras e, sendo tudo isso, coletivamente orquestradas sem ser o produto da ação organizadora de um chefe de orquestra (BOURDIEU *apud* BARROS FILHO; SÁ MARTINO, 2003, p. 89-90).

O *habitus* pode assim ser compreendido como um tipo de saber prático e espontâneo, voltado especialmente para o agir, para a *práxis*. No caso do jornalismo, é um saber que traz em si a percepção para a ação diante de um ritmo produtivo alucinado, no qual se enseja rápidas definições, resultando a primeira vista em um saber eficaz. No cotidiano, o *habitus* age como um princípio gerador e regulador, a partir das reações dos sujeitos envolvidos.

Das entrevistas

Como já explicitado anteriormente, para esta pesquisa foram aplicadas entrevistas com profissionais jornalistas no município de Mossoró – RN. O estudo elegeu para análise um total de oito profissionais do jornalismo impresso da cidade, sendo quatro repórteres e quatro editores (mais detalhadamente: um repórter e um editor de cada veículo). Assim, temos respectivamente dois profissionais de cada veículo pesquisado⁶.

O roteiro de entrevistas foi composto por 16 questões e optamos pelo tipo de entrevista semiaberta, na qual as perguntas eram feitas conjugando a flexibilidade e abertura da questão com um roteiro para controle. Neste tipo de entrevista, é possível voltar para questões já feitas quando observado que a resposta não foi satisfatória ou para a retirada de dúvidas, assim como também dá margem para o surgimento de novas questões, o que em alguns momentos ocorreu. Todas as entrevistas foram gravadas em áudio e posteriormente transcritas, compondo o nosso *corpus* para o momento de análise.

Vale ressaltar que, especificamente neste trabalho, não trabalharemos com a análise de todas as questões de que era composto o roteiro de entrevistas, destacando

⁶ No ano de 2012, o município contava com 4 jornais impressos: O Mossoroense, Gazeta do Oeste, Jornal de Fato, Correio da Tarde. Atualmente, conta com três, sendo que o último citado (Correio da Tarde) deixou de circular no ano de 2013.



neste momento somente três⁷ que julgamos de maior relevância para o nosso recorte aqui proposto⁸.

Por questões éticas e também por considerarmos que estamos desenvolvendo uma pesquisa em uma cidade onde grande parte dos profissionais se conhecem, não identificaremos os colaboradores da pesquisa com seus nomes. Deste modo, os mesmos serão identificados da seguinte forma: Editor 1, Editor 2, Editor 3, Editor 4 e Repórter 1, Repórter 2, Repórter 3, Repórter 4.

Produção de sentidos de um discurso de si: as identidades partilhadas

*[...] hoje em dia todo mundo tem **computador** e **internet** em casa, então, isso acaba gerando esse cenário favorável para que você leve sim trabalho pro ambiente doméstico (Editor 1, Grifo nosso).*

*Se eu já levei trabalho pra casa? Já, muitas vezes... muitas vezes a gente tem que fazer matéria em casa ou então analisar alguma coisa e agora com a **internet**, você trabalha muito em casa (Editor 3, Grifo nosso).*

*Eu particularmente sempre trabalhei **final de semana** [...] porque você como repórter não é como comércio, quem trabalha no comércio, terminou 17 horas você vai... não... [...] (Editor 4, Grifo nosso).*

*[...] trabalho **final de semana**, trabalho em **casa**, mas como uma segunda opção [...] se tem que ser feito aqui eu faço aqui e pronto, não levo pra casa, o que eu trabalho em casa são por **outros vínculos** [...] (Repórter 3, Grifo nosso).*

*[...] principalmente no caso da **assessoria**, eu não digo nem tanto o caso do jornal em si, mas principalmente a parte de assessoria, eu faço praticamente todo em **casa**, sempre, mesmo tendo meu expediente em outro horário, no local específico da assessoria [...] (Repórter 4, Grifo nosso).*

A invasão do trabalho no espaço doméstico, feriados e fins de semana dos jornalistas (como evidenciado nas respostas obtidas acima, a partir do questionamento se o trabalho invade o espaço doméstico) é algo já considerado comum, intensificado ainda mais com o advento do computador e internet. O editor 3 declara que quando está fora do horário de trabalho e

⁷ Serão trabalhados os seguintes questionamentos, observando o seu impacto na constituição da identidade do jornalista: 1) a atividade profissional chega a invadir o espaço doméstico?; 2) O profissional deixa de ser jornalista quando sai da redação?; 3) Você consegue se ver em outra profissão?.



Acontece alguma coisa dentro do seu âmbito de trabalho lá, você tá com o computador, entra no sistema e atualiza o site (Editor 3).

Esta fala evidencia a forte concorrência, de modo que quando se tem uma nova informação, não importa onde o profissional esteja, liga o computador, conecta-se à internet e atualiza o site ou portal, de modo que não se seja o último a dar aquela informação. É algo semelhante a busca pelo furo, a vontade de ser o primeiro a publicar uma informação, agora mais do que nunca intensificado pela rapidez da internet. Quando se tem mais de um vínculo, se torna mais rotineira a invasão do trabalho no ambiente doméstico, como se evidencia com os repórteres 3 e 4.

Apesar de ser um questionamento importante, a pergunta “o trabalho chega a invadir o espaço doméstico?” notadamente causou certo espanto em nossos/as entrevistados/as, como pode ser visto pelo início da resposta do Editor 3: “*Se eu já levei trabalho pra casa?*”. Em outros casos, a questão chegou a causar risos, como na resposta do Editor 2, que foi seguida de ruidoso sorriso: *Direto (risos)*. Certamente, por ser uma prática tão comum, o questionamento soou como algo com uma resposta óbvia. Uma das respostas em que podemos observar a extensão do trabalho do jornalista se apresenta na resposta do Editor 4, quando distingue o trabalho no jornal e no comércio, afirmando que neste último há um horário de encerramento, enquanto no jornalismo não. Todavia, o editor 1 confessa:

depois de 13 anos você vai cansando e vai aprimorando técnicas pra que essa invasão seja menos [...].

No caso, a experiência e o cansaço fazem com que o sujeito desenvolva técnicas para evitar esta invasão. Se analisarmos a posição do sujeito que fala, evidencia-se um dos motivos que facilitam o desenvolvimento das técnicas ditas pelo Editor 1: é mais fácil para ele do que para os repórteres, já que ele está em uma posição hierárquica mais alta. Para a AD, o sujeito fala a partir da posição que ocupa.

Finalmente, temos a chamada relação de forças. Segundo essa noção, podemos dizer que o lugar a partir do qual fala o sujeito é constitutivo do que ele diz. Assim, se o sujeito fala a partir do lugar de professor, suas palavras significam de modo diferente do que se falasse do lugar de aluno (ORLANDI, 1999, p. 39-40).

Na análise do discurso, é preciso perceber o método acima de tudo “[...] como um gesto de interpretação do pesquisador em busca da compreensão sobre o funcionamento de um tipo de discurso” (BENETTI, 2007, p. 120). Seguindo esta concepção, no tipo de discurso visto acima, no qual todos os entrevistados afirmam a forte invasão da profissão no espaço doméstico, surge outro, o de que não se deixa de ser jornalista quando se sai da redação.

De maneira alguma, até porque o jornalista ele é um ser que ele tem que tá sempre atento, né... [...] (Editor 2).

[...] jornalista, você é sempre jornalista. Não é um trabalho que você diz: eu não estou no meu horário de trabalho (Editor 4).

Nunca, você nunca deixa de ser jornalista (Repórter 1).

Não, não... é 24 horas, até como assessor de imprensa você fica pensando como é que você pode transformar aquilo em notícia, então não para, é 24 horas mesmo (Repórter 4).

Levando-se em consideração que os sentidos não estão nas palavras que são ditas, mas muito aquém e além delas, as declarações destacadas acima demonstram que “[...] os jornalistas estabelecem uma relação bastante específica com sua ocupação, o que não ocorre com outros profissionais” (TRAVANCAS, 2011, p. 15). Neste sentido, o jornalismo exige dos seus profissionais algo como uma adesão, de modo que em algumas vezes outras atividades ou extensões da vida sejam colocados em segundo plano. Mais uma vez, nota-se claramente um forte vínculo com a profissão, uma paixão, confirmada pelo uso das expressões “*você é sempre jornalista, você nunca deixa de ser jornalista*”, bem como quando é afirmado que quando se é jornalista o é por 24 horas.

Estes discursos colocam o jornalismo como sendo um trabalho de heróis, o que também acontece com os profissionais da medicina, tendo em vista que só os heróis, personagens da ficção, possuem uma adesão tão grande pelo que fazem, estando sempre disponíveis para salvar o mundo, mesmo que isso lhes custe implicações na sua vida privada. Há aí a presença do interdiscurso, de modo que um discurso dá sustento ao outro. Certamente, deve ser a partir dessas concepções que surge o que Vieira Filho (1991) classificou como complexo de Clark Kent. Este é um discurso romântico da profissão, mas como sabemos, os discursos não são inocentes, mas, ao contrário, cheios de intenções e poderes (FOUCAULT, 2011). Assim, esse discurso do ser jornalista por tempo integral pode ser um discurso meramente corporativo, principalmente quando



levamos em consideração que são emitidos em grande escala pelas próprias empresas jornalísticas. Desta forma, quando apreendem esse discurso como sendo seu, os jornalistas tendem a contentarem-se e a reconhecerem-se como agentes que tem uma função social diferente dos demais profissionais, o que pode converter-se em maiores lucros para as empresas, que não remuneram os jornalistas por *24 horas* e muito menos pelo *sempre*.

De acordo com Kunczik (2002) “a importância central da ocupação para o indivíduo manifesta-se por ser ela muito mais que uma simples atividade ou trabalho” (p. 32). No caso do jornalismo, a profissão é colocada quase que como um sacerdócio. Traquina (2005) diz que segundo sua cultura profissional, o jornalismo é visto como uma comunidade de crentes que cumpre o seu serviço em uma dedicação total à profissão. Concomitante a isto, para Bredemeyer e Stephenson *apud* Kunczik (2002), na sociedade moderna a posição social do indivíduo na sociedade é determinado quase que exclusivamente por sua ocupação, “[...] visto que diminui cada vez mais a importância de outras fontes de prestígio – por exemplo, a linhagem familiar” (p. 31).

Exemplos da extensão da profissão podem ser vistos quando a Repórter 1 afirma só sair de casa com papel e caneta, considerando que a qualquer momento pode aparecer um fato noticiável, assim como o olhar diferenciado para as coisas destacado pelo repórter 3:

[...] eu só sei andar com papel e caneta dentro da bolsa, assim, eu não me acostumei com a história do celular, de você anotar (risos), mas eu só ando com papel e caneta dentro da bolsa, nem que seja um pedaço de papel dobrado, uma canetinha pequenininha, porque tudo eu anoto, tudo pode virar matéria depois, uma ideia de entrevista [...] (Repórter 1).

[...] eu acho que como jornalista, na condição de jornalista, independentemente onde eu esteja, como eu esteja, eu vou sempre ter um olhar jornalístico pras coisas, esteja numa redação ou não, tá entendendo? Esteja numa redação ou não (Repórter 3).

O repórter 3 ressalta o olhar diferenciado do jornalista, o que nos remete ao que Bourdieu (1997) chamaria de “óculos especiais”. De acordo com o repórter 3, este olhar é uma condição do jornalista, o que se enquadra em mais uma das características singulares desse profissional. De acordo com Kunczik (2002, p. 176), a escolha profissional que o indivíduo faz reflete sua visão de mundo, conceitos e habilidades, e o sujeito passa a comparar o conceito de si mesmo com o do trabalho. Tal fenômeno pode ser visto nas falas analisadas.



A satisfação proporcionada pela atividade profissional do jornalista é tão grande que dos/as 8 entrevistados/as, apenas 1 afirmou que conseguiria se ver atuando em outra área que não fosse o jornalismo (Editor 3). Todos os outros disseram que até poderiam atuar em outras profissões, mas se fosse próximo à área do jornalismo, como a publicidade, rádio, TV, assessoria, etc.

[...] eu abandonei duas faculdades pela oportunidade que eu tive no jornalismo [...] Outra profissão acho que sim, mas ligado à área, acho que a área de publicidade, área de assessoria [...] (Editor 1).

[...] acho que o jornalismo não sai da minha vida [...] (Editor 2).

Talvez sim [...] acho que ninguém tem só uma única atividade (Editor 3).

[...] na área de comunicação [...] (Editor 4).

[...] sou curiosa com um bocado de coisa [...] já pensei que eu poderia ter sido uma boa professora [...] mas o que me fez ficar assim sempre foi o jornalismo, apesar de diversos interesses [...] (Repórter 1).

É difícil [...] acho que ainda é um sonho, mas ter alguma coisa minha de assessoria [...] se eu penso em alguma coisa é na área ainda de comunicação (Repórter 2).

Acho que não [...] Se eu tivesse que fazer uma outra coisa, teria que ser uma outra atividade muito próxima do que o jornalista faz, seja escrever, seja relacionamento com gente [...] (Repórter 3).

Só se for de forma paralela, pra mim me dedicar exclusivamente a outra profissão não [...] sendo na área de comunicação pra mim tá perfeito (Repórter 4).

A partir desses dizeres, voltamos ao sentido de adesão que o/a profissional possui pelo jornalismo, a ponto de não conseguir se ver fazendo outra coisa que não seja da área. Estes dizeres constroem-se a partir dos sentidos de que desde criança se objetivava ser jornalista, objetivos estes que agora realizados proporcionam tamanha satisfação, mesmo diante de todas as dificuldades, principalmente as salariais que são superadas pelo prazer da profissão, de modo que poucos pensam em abandonar a profissão. Dos/as entrevistados/as, somente 1 já pensou em largar o jornalismo, justamente pelas condições de trabalho.



Considerações finais

Através da análise do discurso dos entrevistados dos quatro jornais impressos da cidade, percebeu-se que há uma identidade discursiva comum. Podemos dizer que isto vem confirmar a nossa hipótese, no entanto, o que nos chamou a atenção foi a grande sintonia de diálogos e falas, de modo que uma complementava a outra, constituindo um discurso que poucas vezes se confrontava⁹, além disso, nota-se que todos estes aspectos convergem diretamente para a produção de uma identidade, no sentido de que o conceito de identidade está ligado ao que é próprio, singular ou particular do sujeito.

Este conceito é intimamente ligado ao de diferença, sendo a identidade aquilo que diferencia e singulariza o indivíduo. Para Aristóteles *apud* Marcondes Filho (2009) “o conceito de identidade é mais bem definido como o conjunto único de diferenças que caracteriza algo ou alguém” (p. 174). Neste sentido, observamos que o que caracteriza a identidade do jornalista é justamente também o que a diferencia das demais identidades. O profissional do jornalismo teria, portanto, peculiaridades que os distingue e que lhes dá uma identidade.

Ao identificarmos os jornalistas como possuidores de uma identidade semelhante, não tivemos como objetivo diluir ou apagar as suas identidades particulares nem muito menos produzirmos ou reproduzirmos estereótipos já existentes, ao contrário, a nossa intenção foi analisar os discursos que demarcam uma identidade.

Como profissão, o jornalismo exerce uma grande atração e satisfação, seja devido ao seu papel social, seja por ser visto como um instrumento que impulsiona o sucesso pessoal e profissional. O envolvimento com a profissão é tão grande que ela passa a ocupar grandes espaços na vida dos seus profissionais e torna-se um dos elementos fundamentais para a construção de suas identidades, implicando a geração de estilos de vida e visões de mundo fortemente ligadas ao fazer profissional.

REFERÊNCIAS

BARROS FILHO, Clóvis de; SÁ MARTINO, Luís Mauro. **O habitus na comunicação**. São Paulo: Paulus, 2003.

⁹ O trabalho monográfico completo pode ser consultado em: OLIVEIRA, Geilson Fernandes de. Profissão jornalista: discursos e identidades partilhadas no município de Mossoró – RN. Mossoró, RN, 2012. 93f.



BENETTI, Marcia. Análise do Discurso em jornalismo: estudo de vozes e sentidos. In: LAGO, Cláudia; BENETTI, Marcia. (Orgs.). **Metodologia de pesquisa em jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007.

BOURDIEU, Pierre. **Sobre a televisão**. Tradução Maria Lúcia Machado. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

CHARAUDEAU, Patrick; MAINGUENEAU, Dominique. **Dicionário de Análise do Discurso**. São Paulo: Contexto, 2004.

FOUCAULT, Michel. **A ordem do discurso**. 21ed. São Paulo: Loyola, 2011.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de jornalismo**: Norte e Sul: Manual de comunicação. Tradução Rafael Varela Jr. 2. ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2002.

MARCONDES FILHO, Ciro. (Org.). **Dicionário da comunicação**. São Paulo: Paulus, 2009.

OLIVEIRA, Geilson Fernandes de. **Profissão jornalista**: discursos e identidades partilhadas no município de Mossoró – RN. Monografia. Mossoró, RN, 2012. 93f.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. Campinas, SP: Pontes, 1999.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**, porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAVANCAS, Isabel. **O mundo dos jornalistas**. 4. ed. São Paulo: Summus, 2011.

VIEIRA FILHO, Geraldo. **Complexo de Clark Kent**: são super-homens os jornalistas?. São Paulo: Summus, 1991.