



ETNOMETODOLOGIA E ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE: VISÕES DA REALIDADE SOCIAL A PARTIR DE COMBINAÇÃO METODOLÓGICA APLICADA A PESQUISA SOBRE *ETHOS* JORNALÍSTICO

GT9: Teoria e Metodologia da Pesquisa em Comunicação

Juliana Bulhões Alberto Dantas

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Professora Mestre do Departamento de Comunicação Social/UFRN

Julianabulhoes.ad@gmail.com

Juciano de Sousa Lacerda

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

Professor Doutor do Departamento de Comunicação Social/UFRN

juciano.lacerda@gmail.com

Resumo

Apresenta-se um relato de experiência metodológica por meio da estratégia de combinação entre etnometodologia (Coulon, 1995) e entrevista em profundidade (Duarte, 2008), com etapas de pesquisa exploratória (Bonin, 2011) e pesquisa quantitativa, referentes à dissertação "Perspectivas da prática profissional do jornalista assessor de imprensa: O ethos, a identidade e as reflexões deontológicas no contexto da atuação simultânea em redações e assessorias de imprensa de Natal-RN", desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil. O objetivo geral da pesquisa foi investigar como se dá a prática profissional dos





jornalistas que atuam concomitantemente em redações jornalísticas televisivas e assessorias de imprensa em Natal-RN. Para tanto, desenvolvemos um arcabouço teórico acerca do microcampo da assessoria de imprensa (Fenaj, 2007; Silveira, 2010), do *ethos* e da identidade. Diante deste contexto, o objetivo deste artigo é relatar o percurso metodológico da pesquisa de mestrado indicada.

Palavras-chave: Comunicação; metodologia; etnometodologia; entrevista em profundidade.

Introdução

O atual mercado jornalístico brasileiro está passando por severas mudanças nos últimos anos, devido a fatores como a tecnologia, as mudanças na legislação com relação ao diploma, a diminuição das equipes e o aumento de atribuições, dentre outros (Marcondes Filho, 2009; Sant'Anna, 2005; Silveira, 2010). Diante deste contexto, acreditamos em uma precarização da profissão de jornalista. Ao mesmo tempo em que o mercado exige um profissional multifuncional, este precisa estar cada vez mais especializado em cada função que exerce.

Uma das funções que passou por mais modificações nos últimos anos foi a de assessor de imprensa. Esse profissional, que por muito tempo foi visto por seus pares como à margem do Jornalismo, na atualidade ganha destaque tanto no número de profissionais atuantes no mercado, quanto no aumento de postos de trabalho em órgãos públicos, empresas privadas e organizações não governamentais.





No ano de 2012, 33,6% dos jornalistas brasileiros atuavam exclusivamente em funções jornalísticas fora da mídia¹ (Mick; Lima, 2013), boa parte como assessores de imprensa, e 12,2% simultaneamente na mídia e fora da mídia. É justamente este percentual de simultaneidade que nos interessa. Temos como objetivo geral da pesquisa investigar como se dá a prática profissional dos jornalistas que atuam concomitantemente em redações jornalísticas e assessorias de imprensa em Natal-RN. Neste ínterim, o estudo da relação profissional complexa de quem atual simultaneamente em duas distintas frentes de trabalho oriundas de uma mesma profissão, pauta-se como a principal justificativa da pesquisa.

Assim, elencamos como objetivos específicos: identificar os motivos que levam os profissionais a atuarem concomitantemente em funções jornalísticas tradicionais e assessorias de imprensa em Natal-RN; entender o *ethos* profissional de quem atua nesta concomitância no contexto de Natal-RN e de que modo isso influencia em sua atuação profissional; e investigar como esses jornalistas representam para si a identidade da profissão.

Diante deste contexto, estabelecemos uma base teórica composta por etnometodologia (Coulon, 1995) e entrevistas em profundidade (Duarte, 2008). Entretanto, a pesquisa passou por etapas de pesquisa exploratória (Bonin, 2011), pesquisa bibliográfica e pesquisa quantitativa, usando como o método indutivo (Gil, 2010) como base lógica.

Apresentamos, a seguir, o caminho metodológico referente à dissertação "Perspectivas da prática profissional do jornalista assessor de imprensa: O ethos,

¹ Mick e Lima (2013) usam as denominações "na mídia" e "fora da mídia" para designarem, respectivamente, o exercício profissional de funções jornalísticas junto às redações tradicionais (TV, jornal impresso, rádio, revista etc.) e além destas, como é o caso da atuação em assessorias de imprensa.





a identidade e as reflexões deontológicas no contexto da atuação simultânea em redações e assessorias de imprensa de Natal-RN", desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasil.

Caminho metodológico

Consideramos que este panorama particular do Rio Grande do Norte tenha reflexos na situação profissional do país inteiro; como também pensamos que os relatos dos sujeitos selecionados para embasar a pesquisa façam um coro que diz respeito à boa parte da classe de jornalistas assessores de imprensa potiguares.

Desta forma, por começarmos de uma questão particular para uma geral, estabelecemos o método indutivo como uma base lógica da investigação. Para Gil (2010), no método indutivo partimos da observação de fatos ou fenômenos cujas causas queremos conhecer, e o resultado dessa indução é uma possibilidade, não uma verdade.

Contudo, o principal método da pesquisa é a etnometodologia. Por meio dela, poderemos investigar a prática do jornalista assessor de imprensa, partindo da visão deste acerca de suas próprias práticas nessa situação específica, a partir dos sentidos que lhe dá enquanto fala, descreve e relata o que faz, já que a estratégia considera a linguagem comum como locutora da realidade social (Coulon, 1995).

A etnometodologia é uma corrente da sociologia americana surgida nos anos 60 que mudou a tradição sociológica, dando maior importância à abordagem





qualitativa do social. Para Gil (2010), o método é uma tentativa de investigar sobre os procedimentos que os atores sociais utilizam em suas operações cotidianas; é o estudo das atividades cotidianas (comunicar-se, tomar decisões, raciocinar). Ele tornou possível que tenhamos uma melhor compreensão e tratamento das contribuições desses atores às realidades socialmente explicáveis (Heritage, 1999).

Segundo Coulon (1995), os etnometodólogos desejam estar mais perto das realidades da vida social que os outros sociólogos. "Onde outros veem dados, fatos, coisas, a etnometodologia vê um processo através do qual os traços da aparente estabilidade da organização social são continuamente criados" (Pollner, 1974 apud Coulon, 1995).

Ela foi desenvolvida por Harold Garfinkel (1917-2011), sociólogo que teve como principais influências os sociólogos Talcott Parsons (1902-1979) e Alfred Schütz (1899-1959), e teve como marco o ano de 1967, ocasião da publicação de *Studies in Ethnometodology*. A ideia central da etnometodologia de Garfinkel é que a linguagem comum revela a realidade social, descreve-a e a constitui; ele se volta às atividades práticas, ao raciocínio prático, quer seja profissional ou não.

Desta forma, o jornalista, ao falar da sua dupla atuação profissional rotineira - em assessoria de imprensa e redação -, poderia revelar melhor a realidade social na qual está inserido. "A importância teórica e epistemológica da etnometodologia se deve ao fato de efetuar uma ruptura radical com modos de pensamento da sociologia tradicional. Mais que teoria constituída, ela é uma perspectiva de pesquisa, uma nova postura intelectual" (Coulon, 1995, p. 07).





Para Coulon (1995), os cinco conceitos-chave da etnometodologia são: a prática, a indicialidade, a reflexividade, a accountability e a noção de membro. Sobre o primeiro conceito-chave: as atividades práticas são temas centrais dos estudos empíricos etnometodológicos visto que é concedida às atividades corriqueiras do dia a dia a mesma atenção que aos acontecimentos extraordinários.

A indicialidade diz respeito à incompletude já esperada das palavras da linguagem natural, a exigência de um entendimento mais completo de acordo com o contexto dado; o sentido é sempre local, ou seja, uma palavra - ou mesmo uma instituição - só pode ser analisada considerando-se sua situação. A indicialidade, para Coulon (1995, p. 34), "quer dizer que todas as formas simbólicas, como os enunciados, os gestos, as regras, as ações, comportam uma 'margem de incompletude'".

A reflexividade é estabelecida quando um sujeito, ao mesmo tempo em que descreve uma situação, a constitui. "No decorrer de nossas atividades ordinárias, não prestamos atenção ao fato de que ao falar construímos ao mesmo tempo, enquanto fazemos nossos enunciados, o sentido, a ordem, a racionalidade daquilo que estamos fazendo naquele momento" (Coulon, 1995, p. 41). A accountability, por sua vez, seria uma "analisabilidade" das práticas. "Dizer que o mundo social é accountable significa que ele é algo disponível, isto é, descritível, inteligível, relatável, analisável. Essa analisabilidade do mundo social, a sua descritibilidade e sua objetividade se mostram nas ações práticas dos atores [sociais]" (Coulon, 1995, p. 45).

O quinto conceito-chave se refere à noção de membro, não pelo pertencimento social, mas pelo domínio da linguagem natural. Um membro "é uma pessoa





dotada de um conjunto de modos de agir, de métodos, de atividades, de savoirfaire, que a fazem capaz de inventar dispositivos de adaptação para dar sentido ao mundo que a cerca" (Coulon, 1995, p. 48).

Usaremos a etnometodologia partindo do objetivo central do trabalho, investigar a prática social do jornalista assessor de imprensa e seu raciocínio prático profissional enquanto ator social. Os cinco conceitos-chave da etnometodologia são contemplados na pesquisa, visto que a prática profissional é nosso foco; a indicialidade, pelo fato de considerarmos todas as informações ao redor da fala do jornalista assessor de imprensa nos momentos de interação; a reflexividade é esperada, visto que provavelmente evocaremos questões que nunca foram pensadas de forma objetiva pelos atores sociais; a accountability é contemplada no momento em que o assunto em foco é descritível, analisável; por sua vez, a noção de membro é característica marcante da chamada tribo jornalística (Traquina, 2005) com a qual estamos trabalhando.

Em referência à noção de membro, destacamos preliminarmente que pode existir um ponto de atenção no que se refere à identidade do jornalista assessor de imprensa, pois pode ser que haja diferenciação entre a noção de membro do jornalista que atua somente em redações, do que atua somente como assessor de imprensa e do que tem a dupla função, o jornalista assessor de imprensa — figura da nossa pesquisa. Identificamos em pesquisa exploratória que o assessor de imprensa pode não ser visto como jornalista pelos profissionais que atuam em redações — às vezes citados popular e pejorativamente como "jornalistas de verdade".





Uma peculiaridade da pesquisa etnometodológica é que os problemas encontrados no percurso e todas as interações constituem parte fundamental do material de pesquisa. É comum, neste tipo de pesquisa, o abandono das hipóteses antes da ida ao campo; uma estratégia em substituição a esta seria a descrição prévia do que os membros pesquisados fazem. Seguindo esses direcionamentos, desde o início da pesquisa evitamos ao máximo a formação de hipóteses e mantemos sempre o contato com os sujeitos do campo empírico, fazendo o registro dessas interações.

Na pesquisa de campo, os etnometodólogos usam métodos variados, oriundos de outras sociologias qualitativas e também diversos instrumentos de coletas de dados, como diálogos, observação participante, estudos de dossiês; sempre com a prerrogativa da observação de campo.

Heritage (1999) aponta que a atividade organizacional – entendida de forma mais ampla - é, por vezes, foco dos trabalhos etnometodológicos. Consideramos, neste ponto, tanto o jornalismo praticado em redações, quanto o jornalismo de assessoria de imprensa como práticas organizacionais já reconhecidas. Suas distintas rotinas e práticas são estabelecidas e as diferenciações são identificáveis de uma cultura organizacional distinta.

Escolhemos como técnica a entrevista em profundidade, que consoante com Duarte (2008) serve para que se recolham respostas a partir da experiência de uma fonte. Ela permite a identificação de diferentes maneiras de perceber e descrever os fenômenos. Para o autor, representa uma "técnica qualitativa que explora um assunto a partir da busca de informações, percepções e experiências de informantes para analisá-las e apresentá-las de forma estruturada" (Duarte, 2008, p. 62).





Pereira (2012) aponta que o uso da entrevista como metodologia de pesquisa remonta do final do século 19, época de consolidação das ciências sociais. Para o autor, a pesquisa no campo do Jornalismo é bem valorizada, pela proximidade deste profissional à técnica, muitas vezes usada em sua prática diária.

No entanto, Pereira (2012) destaca que a realização de pesquisas qualitativas exige um preparo extra do pesquisador entrevistador, que precisa considerar diferentes aspectos da interação com o entrevistado e considerar durante o processo de interpretação dos dados, analisando "a própria atuação do pesquisador no processo de construção da narrativa" (Pereira, 2012, p. 43).

De acordo com o Duarte (2008), temos que considerar muito além das respostas proferidas nas entrevistas. É necessário observar o ambiente da entrevista, a relação entre as pessoas nesse ambiente, o comportamento do entrevistado, seus movimentos e gestos, cruzando esses dados com as respostas obtidas no contexto. Essa característica da entrevista em profundidade pode ser relacionada à indicialidade da etnometodologia (Coulon, 1995), visto que esse conceito diz respeito à necessidade de um entendimento mais contextualizado da linguagem do ator social.

Consoante com Duarte (2008), as entrevistas em profundidade geralmente são individuais, mas não obrigatoriamente. Realizamos as sessões de entrevista com uma fonte por vez, a fim de obter respostas espontâneas o tanto quanto possível, assegurando que contemplemos o conceito de reflexividade da etnometodologia.





Outra característica desse tipo de técnica é a variedade de tipologias. As pesquisas qualitativas podem ter questões não estruturadas ou semiestruturadas; a entrevista pode ser aberta ou semi-aberta; o modelo pode ter uma questão central ou um roteiro; sendo assim, a abordagem sempre será em profundidade e as respostas indeterminadas. Em pesquisas quantitativas, as questões são estruturadas, a entrevista é fechada, o modelo é o de questionário, a abordagem é linear e esse conjunto de fatores resulta em respostas previstas (Duarte, 2008).

Pelo fato das entrevistas em profundidade serem parte da etapa qualitativa da pesquisa, optamos por trabalhar com questões semi-estruturadas, em entrevista semi-aberta e com o modelo de roteiro. Para Duarte (2008), na entrevista semi-aberta as questões têm origem no problema de pesquisa e buscam tratar da amplitude do tema, por meio do uso de perguntas abertas tanto quanto possível.

O autor aponta que, geralmente, trabalhamos com um número de questões entre cinco e sete, esgotando ao máximo cada pergunta. Cada questão é aprofundada, gerando outras em consequência; para tal, as questões devem ser amplas, pois não se pode correr o risco de esgotá-las com facilidade. Além disso, a lista de questões-chave pode ser alterada no percorrer das entrevistas em profundidade, isso é natural.

Com relação aos instrumentos de coleta de dados, registramos os dados das entrevistas por meio de gravações em áudio e anotações, com transcrição dos áudios em seguida. Todo esse material constitui a base para nossa análise dos dados empíricos, bem como as impressões e interpretações dos gestos e falas dos entrevistados.





Da pesquisa exploratória à entrevista em profundidade

Diante da necessidade de desenvolvermos uma problemática baseada em uma realidade empírica, a primeira fase do trabalho pautou-se em pesquisa exploratória que, de acordo com Gil (2010), visa proporcionar uma visão geral acerca de um tema pouco explorado. Para o autor, esse tipo de pesquisa tem uma menor rigidez no planejamento e, geralmente, configura o primeiro passo de uma investigação.

Para Bonin (2011), a pesquisa exploratória é um movimento de aproximação ao fenômeno pesquisado, com vistas a conhecer suas especificidades. Pode incluir um levantamento de dados referente ao problema, além de trazer pistas que irão contribuir para a construção investigativa.

A pesquisa exploratória foi necessária devido aos ajustes pelos quais passaram a problemática, pois era necessário averiguar se o objeto de pesquisa em questão correspondia com a realidade do mercado ou se era apenas uma perspectiva abstrata da pesquisa.

A construção da proposta de pesquisa requereu um contato inicial com nosso campo empírico. Recorremos a ele em busca de informações acerca da concentração de jornalistas assessores de imprensa na capital potiguar. Por meio de abordagem pela mídia social *Twitter*, com mensagens trocadas entre 30 de maio e 05 de junho de 2012, constatamos que a televisão retém a maior parte dos profissionais que atuam simultaneamente na mídia e fora dela. Esse não era o resultado esperado; acreditávamos que o jornalismo impresso era onde esses profissionais estavam concentrados.





No levantamento realizado, foram identificados quatro profissionais que trabalham na TV Assembleia, três na Inter TV Cabugi, um na TV Câmara, um na TV Ponta Negra e um na TV Tropical, todos com a experiência de atuar ao mesmo tempo nesses veículos e como assessores de imprensa de instituições públicas e ou privadas. Nesta etapa da investigação, começamos a formar uma rede de contatos com esses profissionais.

Consideramos que no decorrer da pesquisa os sujeitos sofreriam mudanças de postos de trabalho. Essa mobilidade é comum entre os profissionais da área de Comunicação, porém o que a pesquisa pretendeu investigar não foi afetado por essa realidade empírica da assessoria de imprensa, pois o fenômeno permanece independente da mudança de emprego. Para tanto, fizemos diferenciação entre os que têm experiência passada e os que estão atuando nessas condições na atualidade da colaboração com a pesquisa, visto que isso pode interferir na memória que têm acerca de suas práticas.

Um critério adotado para a escolha dos sujeitos da pesquisa que viriam a atuar na etapa das entrevistas em profundidade foi o vínculo empregatício que eles têm ou tiveram com as TVs e com as empresas das quais são ou eram assessores de imprensa, pois entendemos que não há como comparar um jornalista que atue apenas como *freelancer* com um sujeito que trabalha concomitantemente nos dois espaços analisados com conhecimento prévio de seus chefes diretos. Foi feita uma diferenciação entre quem trabalha na TV como repórter, pauteiro ou em outros cargos; como também quem atua em assessorias de imprensa como funcionário público ou privado, proprietário de empresa ou com outros tipos de vínculo empregatício.





Na etapa seguinte da pesquisa, foram selecionados quatro jornalistas assessores de imprensa para atuarem na fase das entrevistas em profundidade, subsidiando a pesquisa com informações concretas do mercado jornalístico potiguar. Os identificamos na pesquisa por pseudônimos, a fim de preservar seus nomes. Os quatro possuem o perfil desejado: atuam ou já atuaram concomitantemente como jornalistas de redação televisiva, em diversos cargos — chefe de pauta, repórter, produtor, apresentador - e assessores de imprensa de instituições públicas e privadas.

Em um primeiro momento, selecionamos dois sujeitos e realizamos as entrevistas em profundidade, a fim de testar o método e fazer ajustes a serem apresentados na etapa de qualificação. Em seguida, foram feitas mais duas entrevistas em profundidade, totalizando quatro atores sociais.

Até a etapa da qualificação, foram muitos os desafios, desde a escolha da problemática aprofundada, até o delineamento da pesquisa. As experiências adquiridas nos debates de sala de aula, nos congressos e nas orientações acadêmicas nos fizeram refletir diversas vezes sobre como chegar a um caminho no qual a experiência enquanto pesquisadora e assessora de imprensa interferisse de uma forma positiva.

Os ajustes na problemática foram feitos ao longo do projeto. No início, a pesquisa seria uma continuação do trabalho monográfico realizado pela pesquisadora durante a graduação em Comunicação Social – Radialismo, que pesquisava o uso das mídias sociais pelos assessores de imprensa potiguares. Passados alguns meses no mestrado, vimos nas orientações acadêmicas a necessidade de debater questões anteriores da assessoria de imprensa exercida no Brasil.





Depois de muitas discussões, chegamos à problemática envolvendo as questões éticas desse exercício profissional. A motivação do tema foi a experiência da investigadora como assessora de imprensa com formação em Radialismo, e não ainda Jornalismo (graduação que foi concluída posteriormente). O objetivo era investigar os tabus da assessoria de imprensa do ponto de vista da ética: por que, mesmo após anos de legitimação da função como concernente ao jornalista, a prática ainda era discriminada por jornalistas que exerciam funções mais tradicionais?

No semestre seguinte, após experiências negativas com essa problemática em congressos e discussões acadêmicas, percebemos que havia uma necessidade de repensar novamente a problemática; dessa vez, as questões éticas ficaram como pano de fundo e a precarização da profissão veio à tona como uma possibilidade mais palpável de trabalho e ainda mais incrustada na prática profissional, o que poderia ajudar a resolver a problemática desenhada anteriormente.

Na etapa da qualificação, foi proposta a realização de uma pesquisa quantitativa, a fim de verificar alguns dados gerais do mercado jornalístico potiguar, tendo em vista que a pesquisa qualitativa envolvendo entrevistas em profundidade não permitia generalizações.

Pesquisa quantitativa: radiografia do jornalismo potiguar

Com vistas à captação de dados empíricos concretos sobre a prática profissional do jornalista potiguar que atua na mídia – seja como repórter, apresentador ou





editor - e fora da mídia, como assessor de imprensa, selecionamos atores sociais que se enquadram nesse perfil, como apresentado na introdução.

Diante da necessidade de fazermos generalizações, o que não era possível apenas com a pesquisa qualitativa desenhada anteriormente, nos foi sugerida a realização de uma pesquisa quantitativa. Devido a debates recentes acerca do jornalismo praticado no país, muitas são as pesquisas que buscam descrever o jornalista na contemporaneidade. Nesse contexto, destacamos o Perfil do Jornalista Brasileiro (Mick; Lima, 2013), que fez avançar o pensamento neste sentido no país.

Fortuitivamente, teve início no âmbito do Programa de Pós-graduação em Estudos da Mídia da UFRN a pesquisa "Radiografia do Jornalismo Potiguar"², com vistas a descrever de forma mais abrangente as práticas dos jornalistas potiguares. Endossamos na equipe de divulgação da pesquisa e tivemos acessos aos resultados brutos.

O uso dos dados da Radiografia nos permite uma aproximação com um dos objetivos secundários da pesquisa, investigar como os jornalistas potiguares representam para si a identidade da profissão, que está diretamente ligado ao objetivo central, bem como corrobora com a nossa problemática de pesquisa.

Foi utilizado como ferramenta de captação de dados um questionário online desenvolvido na plataforma *Google Docs*, divulgado via email, em forma de releases e pelas mídias sociais, contendo 38 questões abertas e fechadas, com respostas obrigatórias e não obrigatórias, voltadas a jornalistas atuantes na mídia,

_

² Pesquisa coordenada pela Profa. Dra. Kênia Maia (Decom-UFRN).





fora da mídia e especificamente em docência. Os principais dados elencados por esta pesquisa seguem abaixo:

O típico jornalista potiguar é homem e jovem, consequentemente trabalhando há pouco tempo no jornalismo, com formação superior específica em jornalismo, com registro profissional de jornalista, não sindicalizado, com principal emprego na mídia televisiva, provavelmente com outro emprego e com renda total de até cinco salários mínimos. A maioria está satisfeita com sua vida profissional.

A pesquisa quantitativa nos mostrou que os índices do Rio Grande do Norte estão equiparados ao do Brasil em muitos pontos. São eles: faixa etária, escolaridade, filiação a sindicatos, áreas principais de atuação, carga horária diária de trabalho e funções mais comuns desempenhadas na mídia e fora da mídia.

Entretanto, há pontos destoantes. No Brasil, a maioria dos profissionais do jornalismo é mulher, enquanto que no RN os homens possuem uma porcentagem ligeiramente maior. No RN, o percentual de registros profissionais dos jornalistas atuantes é menor que o nacional, assim como os índices potiguares de sindicalização específica no jornalismo.

No RN é mais comum se ter mais de um emprego, quando comparado à média do Brasil. Bem como no RN a porcentagem de jornalistas ganhando até cinco salários mínimos é maior que no Brasil. Além disso, no Brasil a porcentagem de profissionais ganhando mais de dez salários mínimos é quase o triplo.

Também há uma diferença quanto aos principais veículos nos quais atuam os jornalistas predominantemente de mídia. No RN, os principais são, por ordem: TV, internet, jornal e rádio; no Brasil, são internet, jornal, revista e TV. Esse fato incide





diretamente ao fato de que no estado os profissionais com duplo emprego estão concentrados na mídia televisiva, como aferimos por meio da pesquisa exploratória.

A principal diferença encontrada foi no que diz respeito ao duplo emprego. Enquanto no Brasil cerca de um terço dos profissionais da mídia ou fora da mídia possuem mais de um emprego, no RN esse número mais que duplica.

Pesquisa qualitativa: a visão do jornalista assessor

Com vistas à captação de dados empíricos concretos sobre a prática profissional do jornalista potiguar que atua na mídia (seja como repórter, apresentador ou editor) e fora da mídia (como assessor de comunicação ou assessor de imprensa), selecionamos atores sociais para caracterizar o mercado potiguar, falar de suas experiências e nos dar pistas para entender a complexa situação de trabalho investigada.

Para a composição da fase atual da pesquisa, executamos o planejamento da metodologia e aplicamos a técnica de entrevista em profundidade, a partir de Duarte (2008), seguindo os preceitos da etnometodologia (Coulon, 1995). Optamos por fazer apenas uma entrevista com cada ator social, a fim de facilitar a reflexividade de que trata a etnometodologia.

Quatro fontes foram selecionadas para essa etapa. Para preservar seus nomes escolhemos, com auxílio delas, pseudônimos em homenagem a jornalistas





brasileiros já falecidos. São eles: Joelmir Beting³, Margarida Izar⁴, Nísia Floresta⁵ e Rogério Cadenque⁶.

Para Duarte (2008), as fontes de uma pesquisa qualitativa como a nossa devem ser poucas, porém de qualidade, considerando o tema proposto. O autor aponta que a escolha das fontes tende a ser um julgamento do entrevistador, e não por sorteio, como é o caso de amostras probabilísticas. Há dois tipos principais de amostras não probabilísticas em entrevistas qualitativas: por conveniência e intencional.

A seleção acidental ou por conveniência é caracterizada pela escolha por proximidade ou disponibilidade da fonte. Já a intencional ocorre quando o pesquisador escolhe por juízo particular como, por exemplo, por conhecimento do tema ou representatividade subjetiva, que é o nosso caso. Optamos por escolher fontes com perfil extremamente específico, requerido na investigação; isto é, jornalistas potiguares com a dupla atuação em redações televisivas e em assessorias de imprensa, perfis estes identificados a partir da pesquisa exploratória realizada na primeira fase da pesquisa.

Duarte (2008) ainda aponta cinco tipos de informantes para pesquisas em profundidade: o especialista, que tem uma grande experiência no assunto, mas que não está diretamente envolvido com o problema de pesquisa; o informante-chave, que é uma fonte fundamental para um determinado tema e geralmente não

³ Jornalista e sociólogo (1936-2012) que se destacou no jornalismo econômico por popularizar os termos do chamado "economês". Fonte: http://www.joelmirbeting.com.br.

⁴ Jornalista (1914-1974) pioneira na década de 1930, considerada a primeira repórter mulher do Brasil. Fonte: http://www.dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2542864.pdf>.

⁵ Jornalista, educadora e poetisa potiguar (1810-1885) apontada como a primeira jornalista e a precursora do feminismo no Brasil. Fonte: http://www.memoriaviva.com.br/nisiafloresta/>.

⁶ Jornalista e professor de Jornalismo potiguar (1945-1998) fundador do Sindjorn RN e defensor da liberdade de expressão. Fonte: http://anacadengue.com.br/?p=6649>.





pode ser substituído; o informante-padrão, que é envolvido com o tema de pesquisa, mas pode ser substituído por outro com o mesmo perfil – que é o caso dos nossos entrevistados; o informante complementar, que é o surgido no decorrer da pesquisa e tem participação secundária; e o informante-extremista, que é aquele cuja visão é muito particular e destoante das demais, mas que pode ser útil no momento de vislumbrar perspectivas diferentes sobre o tema.

No padrão de entrevista semi-aberta escolhido, com o modelo de roteiro e questões semi-estruturadas, desenvolvemos sete questões-chave para as entrevistas, como recomenda Duarte (2008). Cada questão abordou um tema de interesse de discussão, de modo que pudesse se desdobrar em várias subquestões. Foram elas:

Questões-chave

- Quando e por que você escolheu ser jornalista?
- O que você acha da profissão de jornalista no Brasil?
- Como você avalia a situação salarial do jornalista potiguar?
- Qual sua opinião sobre a obrigatoriedade ou não do diploma de jornalista?
- Como você chegou a atuar simultaneamente nas duas funções?
- De que modo você acredita que essa dupla atuação interfere em cada emprego?
- Você vê distinção em ser chamado por "jornalista" ou "assessor"?

Considerações finais

A partir da junção dos resultados quantitativos com as entrevistas em profundidade, pudemos sintetizar em quatro itens nossas conclusões – ou hipóteses. Consoante com Braga (2005), em se tratando de questões complexas acerca da realidade, é possível que o trabalho de pesquisa resulte em hipóteses.





Assim sendo, destacamos em meio às conclusões do trabalho as seguintes provocações resultantes da pesquisa:

- a) Os baixos salários levam os jornalistas potiguares a terem mais de um emprego, o que faz com que o estado tenha índices muito maiores que a taxa nacional de acúmulo de empregos;
- A assessoria de imprensa é exercida geralmente para complementar a renda, e não por afinidade com a função;
- c) Mesmo em meio à precarização da profissão, a maioria dos jornalistas não pensa em deixar a profissão, devido à paixão pelo jornalismo e ao glamour associado a esse profissional, fatos que os levam a sustentar a imagem romântica e mitológica da profissão;
- d) Há a possibilidade do jornalista que trabalha ao mesmo tempo em redações tradicionais e assessorias de imprensa possuir ethos distintos para o desempenho de cada função, mas também podem ter ethos sobrepostos ou mesmo um ethos de comunicador.

Acreditamos que a base metodológica escolhida pôde sustentar a proposta do trabalho, bem como foi essencial para o desenvolvimento deste. A partir do relato de experiência, pretendeu-se mostrar como foi desencadeado o processo metodológico relativo à pesquisa de mestrado, apresentando a combinação de escolhas metodológicas.





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bonin, J. A. (2011). Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. En Maldonado, E. et al. *Metodologias de pesquisa em comunicação*: *olhares, trilhas e processos*. (2ª ed.) (pp. 19-42). Porto Alegre: Sulina.
- Braga, J. L. (2005). Para começar um projeto de pesquisa. *Comunicação* & *Educação*, 10 (3), 288-296.
- Coulon, A. (1995). Etnometodologia. Petrópolis: Vozes.
- Duarte, J. (2008). Entrevista em profundidade. En Duarte, Jorge; Barros, Antonio (Orgs). *Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação.* (2ª ed.) (pp. 62-83). São Paulo: Atlas.
- Fenaj (2007). Manual de Assessoria de Imprensa. (4ª ed.) Brasília: Fenaj.
- Gil, A. C. (2010). Métodos e técnicas de pesquisa social. (6ª ed.) São Paulo: Atlas.
- Heritage, J. C. (1999). Etnometodologia. En Giddens, A., & Turner, J *Teoria social hoje.* São Paulo: Unesp.
- Marcondes Filho, C. (2009). *Ser jornalista:* o desafio das tecnologias e o fim das ilusões. São Paulo: Paulus.
- Mick, J., Lima, S. (2013). *Perfil do jornalista brasileiro:* características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis: Insular.





- Pereira, F. H. (2012). Conversando com jornalistas: a perspectiva do interacionismo simbólico. En Marocco, B. (org.). *Entrevista na prática jornalística e na pesquisa.* (pp. 31-45). Porto Alegre: Libretos.
- Sant'Anna, F. (2005). *Mídia das Fontes:* o difusor do jornalismo corporativo. Brasília: Casa das Musas.
- Silveira, J. R. da (2010). O jornalista na comunicação das organizações: cultura profissional e autopercepção. Tese de doutorado. Faculdade de Comunicação da UnB, Brasília.
- Traquina, N. (2005). *A tribo jornalística*: uma comunidade transnacional. Lisboa: Editorial Notícias.