



La Trama de la Comunicación

ISSN: 1668-5628

ISSN: 2314-2634

latramaunr@gmail.com

Universidad Nacional de Rosario

Argentina

Silva Meneses, Gabriela; Pereira, Fábio Henrique
Entre Periodismo, Ciencia y Servicio Público: Modalidades para negociar las identidades
de los periodistas que trabajan en Universidades Públicas Federales Brasileñas
La Trama de la Comunicación, vol. 26, núm. 1, 2022, Enero-Junio, pp. 103-121
Universidad Nacional de Rosario
Rosario, Argentina

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=323972270006>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica Redalyc

Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto

Entre Periodismo, Ciencia y Servicio Público: Modalidades para negociar las identidades de los periodistas que trabajan en Universidades Públicas Federales Brasileñas

Por Gabriela Silva Meneses¹ y Fábio Henrique Pereira²

gabriela.meneses@ufca.edu.br - Universidade Federal do Cariri, Brasil
fabiop@unb.br - Universidade de Brasília, Brasil

SUMARIO:

Este artículo pretende analizar la construcción de las identidades profesionales de los periodistas que trabajan en universidades públicas federales en Brasil. Al trabajar con los servicios de comunicación y medios de las universidades federales, estos periodistas se quedan involucrados en tres espacios sociodiscursivos distintos: el periodismo, la comunicación pública y la ciencia. A partir de una perspectiva interaccionista de estudio de la identidad y una investigación etnográfica cualitativa, esta investigación describe y analiza las condiciones para negociar los estatutos y roles sociales de estos periodistas con los diferentes actores con los que interactúan en sus prácticas cotidianas. La investigación reveló la diversidad de roles sociales movilizados por estos periodistas: reportero, asesor de prensa, editor, jefe, compañero de trabajo, colaborador, comunicador público, difusor de ciencias, tutor, consejero, en función de las situaciones de interacción en las que participan. También describió los movimientos de identidad que caracterizan al ser profesional que trabaja en las universidades, algo que muy bien se puede adaptar y aplicar a otros segmentos del periodismo.

DESCRIPTORES:

periodista, universidad, identidade, papeles sociales, etnografía

SUMMARY:

This article intends to analyze the negotiation of professional identities of journalists who work in federal public universities in Brazil. When working with communication and media services at federal universities, these journalists end up involved in three distinct sociodiscursive spaces: journalism, public communication and science. Based on an interactionist perspective of studying identity and a qualitative ethnographic research, this investigation describes and analyzes the conditions for negotiating the statutes and social roles of these journalists with the different actors with whom they interact in their daily practices. The investigation revealed the diversity of social roles mobilized by these journalists - reporter, press officer, editor, boss, co-worker, collaborator, public communicator, science disseminator, tutor, advisor, depending on the interaction situations in which they participate. He also described the identity movements that characterize the professional being who works in universities - something that can very well be adapted and applied to other segments of journalism.

DESCRIPTORS:

journalist, university, identity, social roles, ethnography

103

Entre Periodismo, Ciencia y Servicio Público: modalidades para negociar las identidades de los periodistas que trabajan en Universidades Públicas Federales Brasileñas

Between Journalism, Science and Public Service: modalities for negotiating the identities of journalists working in Brazilian Federal Public Universities

Páginas 103 a 121 en La Trama de la Comunicación, Volumen 26 Número 1, enero a junio de 2022

ISSN 1668-5628 - ISSN 2314-2634 (en línea)

INTRODUÇÃO

O objetivo deste artigo é analisar processos de negociação das identidades dos jornalistas que atuam em universidades federais no Brasil¹. Esses profissionais fazem parte do quadro de servidores técnico-administrativos em Educação, definidos na Lei Federal 11.091/2005² (Plano de Carreira dos Cargos Técnico-Administrativos em Educação, no âmbito das Instituições Federais de Ensino vinculadas ao Ministério da Educação) (Brasil, 2005a). Ocupam um cargo denominado de nível E (nível superior) e precisam ter curso superior em jornalismo ou em comunicação social com habilitação em jornalismo para assumir a vaga. Por se tratar de um cargo público, o ingresso, após a Constituição Brasileira de 1988, é por meio de concurso³. Conforme orientação do Ministério da Educação (MEC), além do curso superior, existe a necessidade do registro profissional em órgão competente.

O Ministério da Educação brasileiro também definiu a descrição do cargo e das atividades típicas do profissional. Ao produzir os editais de concurso público para jornalistas, as universidades tomam como base essa descrição e fazem algumas adaptações, a depender do setor em que a vaga está localizada (assessoria

de comunicação, administração superior, rádio e TV universitárias, entre outros). Na descrição oficial do cargo, estão atividades relacionadas ao recolhimento, redação e registro, por meio de sons e imagens, de informações e notícias. Também à interpretação e à organização dessas informações. Há ainda atribuições como seleção, revisão e preparo de matérias jornalísticas que serão divulgadas em jornais, revistas, televisão, rádio, internet, assessorias de imprensa e quaisquer outros meios de comunicação com o público. Além disso, na descrição está o assessoramento nas atividades de ensino, pesquisa e extensão (Brasil, 2005b).

Segundo dados, do Painel Estatístico de Pessoal, do Governo Federal brasileiro, em 2018, havia 409 jornalistas⁴ concursados trabalhando em 62 universidades⁵ (Brasil, 2018). Atuar nesses espaços de ensino e pes-

4 Nesse número estão incluídos aqueles servidores técnico-administrativos jornalistas que estão como ativos permanentes ou cedidos (apenas três). Foram excluídos os aposentados e os instituidores de pensão. Importante ressaltar também que os dados oficiais têm o registro apenas dos jornalistas concursados, que é a regra de contratação que predomina no serviço público brasileiro. Porém, além dos concursados, na comunicação das universidades há professores que assumem a chefia dos setores em alguns períodos (cargos em comissão), jornalistas terceirizados contratados temporariamente (por meio de fundações de apoio às universidades) e estagiários dos cursos de jornalismo. Nesse caso, são contratações mais pontuais e que dependem de escolhas da administração superior de cada universidade, sem critérios previamente definidos. Devido ao caráter temporário das atividades assumidas e na busca por investigar um grupo que enfrenta semelhantes condições de trabalho, tem as mesmas atribuições e carga horária, além do mesmo tipo de ingresso no serviço público, este trabalho foca na atuação dos profissionais concursados.

5 Até 2018, estavam em funcionamento 63 universidades. Dessas 63, apenas uma não tem jornalista: Universidade Federal de Itajubá (MG). Outras universidades estão em processo de criação e de início de funcionamento, mas ainda não há dados sobre os jornalistas disponíveis nessas instituições.

1 Sabemos que existe um longo debate em relação ao estatuto do profissional que trabalha com informação e comunicação em setores externos às redações de mídia. Não é nossa intenção aqui nos posicionarmos nesta discussão. Decidimos classificar o nosso objeto como "jornalista", obedecendo à formalidade do cargo (o cargo é denominado de jornalista e, para admissão, exige diploma em Jornalismo, além de registro profissional como jornalista profissional) e à forma como os profissionais se definiram nas entrevistas de pesquisa.

2 Mais informações em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2005/lei/l11091.htm

3 Os jornalistas que ingressaram antes desse período, geralmente por meio de algum tipo de seleção, foram enquadrados na mesma categoria de servidores técnico-administrativos.

quiza constitui-se, de certa forma, em uma alternativa de carreira para esses jornalistas. Mas é, sobretudo, o ponto de vista identitário desses profissionais que interessa nesta pesquisa. Ao trabalhar nos diferentes serviços de comunicação e mídia das universidades federais, esses jornalistas acabam por se posicionar no interstício de pelo menos três espaços sociodiscursivos distintos: o jornalismo, a comunicação pública e a ciência (e, de certa forma a vida acadêmica). E, a partir desses posicionamentos, podem emergir diferentes estatutos e papéis sociais que constituem as identidades profissionais.

Uma forma de compreender a articulação dessas diferentes formas de se entender o *ser profissional* jornalista (Ruellan, 2017) passa pelo estudo das interações cotidianas, quando esses diferentes estatutos e papéis sociais serão constantemente negociados nas relações com outros atores sociais. Seguimos aqui a perspectiva defendida por Strauss et al. (1964) em seus estudos de sociologia profissional e organizacional conduzidos em instituições hospitalares. Para os autores, não é o estatuto ocupado oficialmente que determina necessariamente como o indivíduo agirá ou se identificará, mas é o contexto da negociação que define quem a pessoa leva em consideração, no momento do ato, e quais são as situações que se tornarão padrão para aquela determinada atitude. Essas ações têm implicações na conformação da identidade dos grupos estudados.

Nesse sentido, esta investigação descreve e analisa as condições de negociação dos estatutos e papéis sociais desses jornalistas com os diferentes atores com quem eles interagem no cotidiano de suas práticas. Busca-se responder a três perguntas de pesquisa: 1) Com quem esses jornalistas interagem no cotidiano de suas práticas nas universidades?; 2) Que papéis sociais eles mobilizam nessas diferentes situações de interação?; 3) Como essas situações de interação delimitam as formas de *ser* e *agir* desses

jornalistas? Esses questionamentos não abordam os vários aspectos da construção das identidades jornalísticas⁶, privilegiando a dimensão microssociológica desse processo. Nesse caso, como será discutido adiante, as interações simbólicas são consideradas lócus privilegiado de gestão de estatutos e papéis sociais a partir da relação que o indivíduo estabelece com o *outro* (Goffman, 2014; Strauss, 1999).

Para responder a essas questões, mobilizamos um conjunto de metodologias de caráter qualitativo-etnográfico. Os dados gerados para este estudo permitirão revelar e descrever indutivamente a identidade profissional desses jornalistas vistas aqui como um *processo* (Bucher & Strauss, 1961).

REFERENCIAL TEÓRICO: IDENTIDADE SITUACIONAL E PAPÉIS SOCIAIS

Este artigo se ancora em uma perspectiva interacionista de estudos em identidade, particularmente nos trabalhos de Anselm Strauss (1999) e Erwin Goffman (2014). De acordo com Strauss (1999), em uma situação interacional, as pessoas realizam uma leitura inicial da identidade umas das outras, adquirida por meio da nomeação e da linguagem, e que permite executar a linha de ação necessária ou escolhida, conforme a situação. Assim, cada um desempenha um papel ou ocupa um estatuto (*status*) e age de acordo com o que é solicitado. A questão é que, no drama interacional (Strauss, 1999), as ações são frequentemente inesperadas, já que se trata de uma trama complexa que não envolve somente duas pessoas. Strauss (1999) observa que a interação inclui outros atores – como instituições, imaginários abstrações – que nem sempre são visíveis no contexto de uma interação.

Nessa mesma linha, para Goffman (2014), a interação é “a influência recíproca dos indivíduos sobre

6 Sobre as diferentes maneiras de estudar as identidades jornalísticas, sugere-se a leitura do verbete de Le Cam et al. (2019), *Professional Identity of Journalists*.

as ações uns dos outros, quando em presença física imediata” (2014: 28). Nesse processo de interação, está a representação de papéis sociais, em uma analogia ao teatro. Essa representação diz respeito à “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência”. (Goffman, 2014: 34). Já o papel social é uma forma de acordo entre o indivíduo e o outro, com direitos e deveres ligados a uma determinada situação social.

A partir dos papéis sociais, as pessoas são categorizadas com uma determinada identidade social, que traz consigo uma série de comportamentos e características já estabelecidos, mesmo que não sejam conscientemente identificados pelo próprio interlocutor. É a forma do indivíduo se relacionar socialmente. Tanto Strauss (1999) quanto Goffman (2014) consideram que pessoas desempenham papéis sociais quando estão associadas a grupos ou equipes. Por esse motivo, a construção da identidade, principalmente da identidade profissional, deve passar pela análise dos papéis representados pelas pessoas como membros de grupos ou organizações sociais, com foco nos resultados e nos produtos da interação (Strauss, 1999).

É importante destacar ainda que a interação se dá por fases, ou por atos, para utilizar uma linguagem própria do teatro. Durante todo o decurso da interação, o modo ou a fase podem mudar, por conta das modificações da identidade situacional, do estatuto ou de combinações possíveis desse estatuto. “Constitui um problema saber qual a base para o relacionamento que é operativa durante uma interação, uma vez que, sempre em teoria e muitas vezes na prática, é possível haver mais de uma” (Strauss, 1999: 85).

Assim, um indivíduo que trabalha como jornalista em uma universidade age como um representante institucional daquela instituição, de acordo com Strauss (1999), podendo, portanto, atuar durante qualquer

interação, ou fase interacional, sob estatutos diferentes. Por exemplo, como um jornalista e como um servidor público. “Saber em qual tipo de estatuto entre os muitos possíveis ele está atuando depende das muitas sutilezas do que é dito, por quem, em que contexto, como e em que sequência” (Strauss, 1999: 86). Ao mesmo tempo, dentro do processo de interação, emergem as negociações realizadas para identificar e desempenhar os estatutos e os papéis sociais.

Nesse sentido, os jornalistas negociam posicionamentos e atitudes, de acordo com a forma como lidam com os pertencimentos concorrentes ou complementares ao que consideram vigente. Na interação com outro ator, isso dá origem a uma teia de negociação (Strauss et al., 1964), que resulta em acordos, entendimentos, contratos, pactos entre as partes por um dado momento. Esses processos de negociações só são possíveis, devido à identificação, durante a interação, da própria identidade e da identidade do outro. Quando uma situação está bem definida, não há dificuldades de desempenhar a interação. No entanto, numa situação problemática (Strauss, 1999), é necessário que a pessoa faça a identificação da própria identidade e do outro naquele dado momento.

Em resumo, compreender o processo de construção das identidades implica em trabalhar com três operadores de análise: identificar as diferentes situações de interação e os atores sociais que participam dela, identificar os estatutos assumidos pelos atores que interagem com os jornalistas e analisar os papéis sociais mobilizados pelos diferentes atores (jornalistas e não-jornalistas) no decorrer de uma interação. Esse tipo de abordagem sugere, portanto, a constituição de um desenho metodológico indutivo e de matriz etnográfico-qualitativa.

METODOLOGIA

Na etnografia, Allard e Anderson (2005) defendem que os pesquisadores mergulhem na realidade social

dos sujeitos investigados para estudar e descrever a cultura local, no caso da presente pesquisa, da cultura organizacional das estruturas de comunicação das universidades. Nesse sentido, três procedimentos metodológicos de inspiração etnográfica foram empregados durante o processo de geração de dados:

- a. Para a compreensão do processo de negociação *in situ* das identidades jornalísticas, foi conduzida uma observação participante em uma universidade brasileira de grande porte (mais de 35 mil estudantes de graduação e pós-graduação matriculados), classificada entre as 20 melhores instituições públicas federais brasileiras (Times Higher Education, 2022) e que possuía uma estrutura de comunicação bastante diversificada. A escolha desse cenário também se deve à facilidade de acesso ao campo de investigação, em função das redes de contato de um dos autores;
- b. Para a análise diacrônica da construção das identidades e representações sobre a prática profissional e de negociação desses estatuto em uma situação de pesquisa, foram conduzidas entrevistas em profundidade com uma amostra mais diversificada de respondentes, distribuídos em todo o território nacional. Buscou-se, assim, ampliar o escopo das reflexões sobre a identidade dos jornalistas que atuam no ensino superior público brasileiro, de forma a atenuar possíveis idiosincrasias locais e regionais advindas da escolha de uma só universidade para a realização da observação de campo.
- c. Finalmente, os dados gerados nessas duas abordagens empíricas foram complementados, cotejados, confrontados, com análise documental.

Para o cruzamento desse conjunto diversificado de dados, foram empregados procedimentos de triangulação metodológica (Pereira, 2014), com uma grade interpretativa qualitativa, em que a multiplicação do

número de casos analisados permitiu revelar, com riqueza, elementos da processualidade da vida social. A forma como essas três técnicas de pesquisa foi empregada será descrita a seguir.

OBSERVAÇÃO DE CAMPO

De 10 de abril a 10 de maio de 2019, durante o período letivo de aulas, momento em que se verificou um fluxo regular de trabalho nos setores de comunicação, foi realizada a observação de campo. Também foi um momento em que, tanto a etnógrafa como a instituição de ensino estudada, estavam disponíveis para a condução da pesquisa. Em média, a observação de campo teve duração de quatro horas por dia, em turnos alternados (manhã e tarde). Foram observadas a assessoria de comunicação, rádio universitária, TV universitária e uma pró-reitoria, onde há uma jornalista lotada. Adotou-se a técnica de observação não-estruturada, comum em estudos qualitativos. Nesse caso, os “comportamentos a serem observados não são predeterminados, eles são observados e relatados da forma como ocorrem, visando descrever e compreender o que está ocorrendo” (Alves-Mazzotti & Gewandsznajder, 1998: 166).

A cada dia de observação, foram feitas anotações para compor o diário de campo. Os registros seguiram uma ordem temporal, a fim de dar o panorama geral de cada um dos dias de trabalho. Além das atividades rotineiras, também foram registradas conversas e interações informais, frases e comentários ditos em diálogos entre os sujeitos observados; situações problemas que precisavam ser resolvidas e como foram solucionadas. O registro da estrutura física de trabalho disponível para os jornalistas também foi feito. A ideia era deixar o caderno de campo com uma quantidade considerável de dados que pudessem ser interpretados mais tarde. No diário de campo também estão incluídas as anotações das entrevistas informais, feitas com a chefia do setor de Comunicação,

QUADRO 1: PERFIL DOS ENTREVISTADOS

Entrevistado/a	Gênero	Idade	Região	Local de trabalho	Universidade constituída antes de 2003?
E1	Masculino	63	Centro-Oeste	Rádio	Sim
E2	Feminino	29	Centro-Oeste	TV	Sim
E3	Feminino	32	Sul	Ascom	Não
E4	Masculino	46	Sul	Ascom	Não
E5	Masculino	40	Nordeste	Ascom	Não
E6	Feminino	56	Nordeste	Ascom	Sim
E7	Feminino	28	Norte	TV	Sim
E8	Masculino	52	Norte	Rádio	Sim
E9	Feminino	34	Sudeste	Rádio	Não
E10	Feminino	29	Sudeste	Ascom	Sim

Fonte: dados da pesquisa

com alguns jornalistas e com outros profissionais do setor, como programador visual, fotógrafo e assistente em administração.

ENTREVISTAS EM PROFUNDIDADE

Com base nas observações feitas em campo, foram realizadas entrevistas com dez profissionais que trabalham em universidades federais do Brasil, escolhidos de um universo de 409 jornalistas concursados em 2018, lotados em setores de Comunicação (assessorias, diretorias, superintendências etc.), rádio ou TVs universitárias. A amostragem foi definida por saturação: no momento em que constataram certa redundância nos relatos dos informantes, os autores decidiram por encerrar o processo de convocação de novos participantes para a etapa das entrevistas (Cf. Glaser & Strauss, 1967). O estudo priorizou as conversas com concursados, deixando de lado outras formas de contratação (terceirização, prestação de

serviço ou cargo comissionado). Essa escolha se justifica pela decisão de trabalhar com informantes com situação laboral mais estável e semelhante. A princípio, o *estatuto* de concursado reflete uma escolha mais perene de carreira (a decisão de prestar um concurso para ingresso no serviço público), cujos efeitos vão incidir na forma como os entrevistados percebem e representam suas identidades.

Dentro desse grupo, a escolha da amostra ocorreu de forma não-probabilística, levando em consideração, além da disponibilidade do entrevistado, critérios de representatividade, a partir do universo total do número de jornalistas nas universidades, disponibilizado por dados oficiais do Governo Federal. Os critérios escolhidos foram gênero, faixa etária, distribuição geográfica (por regiões do Brasil) e momento de constituição da universidade. A amostra de gênero e faixa etária seguiu o proporcional aos dados oficiais de jornalistas que atuam nas universidades federais.

Nos dados do Painel Estatístico de Pessoal (Brasil, 2018), do total de 409 jornalistas concursados, 266 se declararam mulher e 143, homens. A grande maioria das jornalistas e dos jornalistas estava na faixa etária até 40 anos: 265 profissionais. 121 jornalistas tinham de 41 a 60 anos. Apenas 23 jornalistas estavam com idade acima de 60 anos.

Dessa forma, seis entrevistadas⁷ são mulheres e quatro, homens. Seis jornalistas escolhidos têm até 40 anos de idade, três estão na faixa de 41 a 60 anos e um está acima de 60 anos. Na seleção por distribuição geográfica, foram escolhidos dois jornalistas de cada região do Brasil, a fim de ter números iguais de participantes de cada região geográfica, e que trabalham em áreas diversas da Comunicação⁸. Nesse universo, há ainda seis jornalistas que atuam em instituições formadas antes de 2003 e outros quatro em universidades constituídas após 2003⁹. Essa proporcionalidade seguiu o critério da quantidade de instituições formadas antes e depois de 2003. Até 2003, de acordo com dados do Programa de Apoio a Planos de Re-

estruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), eram 45 universidades públicas federais em todo Brasil. Entre 2003 e 2018, foram acrescentadas 17. Os critérios estão resumidos no quadro na página anterior (Ver Quadro 1):

As entrevistas em profundidade foram conduzidas entre os dias 13 e 21 de maio de 2019 por meio de ligações por telefone celular. Reconhece-se, que, em investigações de caráter etnográfico, o ideal seria que essas conversas fossem realizadas presencialmente, em interações face a face (Travancas, 2012). Contudo, a distribuição dos informantes por todo o país impediu a adoção desse procedimento. As entrevistas seguiram um roteiro padrão que incluiu perguntas sobre a escolha por trabalhar na universidade, as atividades desempenhadas no dia a dia, as interações com os diferentes atores, os conflitos e as negociações necessárias na hora de desenvolver o trabalho e tomar decisões.

DOCUMENTOS DAS UNIVERSIDADES

A técnica de utilização de documentos faz parte da perspectiva etnográfica deste trabalho. Foi usada de uma maneira a complementar informações fornecidas durante as entrevistas, identificando, por exemplo, como está descrito formalmente o estatuto dos jornalistas, bem como percebendo possíveis posicionamentos ideológicos sobre a atuação desses profissionais. No total foram analisados seis documentos - entre guias, diretrizes, instruções normativas, regimentos internos e políticas de comunicação -, que tratavam sobre a atuação da comunicação nas universidades dos entrevistados.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Durante a observação de campo e as entrevistas, foram identificados os atores sociais que participam dos processos de interação e as situações de negociação que fazem emergir os papéis sociais. Os jor-

7 A maior parte dos jornalistas que trabalha nas universidades são mulheres. É importante ressaltar que este trabalho, ao estudar o profissional jornalista, está se referindo às jornalistas e aos jornalistas.

8 O uso do termo Ascom no quadro quer dizer assessoria de comunicação. Não necessariamente o nome original do setor se chama assessoria de comunicação. Existem coordenadorias, diretorias, secretarias. Como a função é a mesma desempenhada pelas assessorias de comunicação, optou-se por utilizar esse termo para simplificar a tabela.

9 Esse marco foi definido por conta do início do projeto de expansão da Rede Federal de Educação Superior, a partir de 2003, que implantou uma série de novas universidades pelo Brasil, juntamente com o Programa de Apoio a Planos de Reestruturação e Expansão das Universidades Federais (Reuni), iniciado em 2008. Esta escolha explica-se pelo fato de as instituições mais recentes poderem se constituir e atuar de forma diferente das instituições mais antigas, mudando, assim, o papel do jornalista.

nalistas relacionam-se com outros atores sociais que são considerados por eles como jornalistas. Nesse bojo, estão aqueles que atuam na mesma instituição e aqueles que trabalham para os veículos ou as assessorias de comunicação externos. Os jornalistas interagem também com outros atores sociais, não considerados por eles como jornalistas, mas que estão envolvidos diretamente na sua atuação. Nesta pesquisa, esses atores foram identificados por grupos: outros servidores técnico-administrativos e terceirizados (sejam aqueles que trabalham no setor de comunicação ou em outros espaços da universidade), estudantes e estagiários, professores e pesquisadores e Reitoria e gestores da universidade¹⁰.

Esse conjunto de interações foi considerado aqui como processos de negociações – no sentido interacionista do termo (Strauss et al. 1964; Cf. Strauss 1992). Seguindo essa perspectiva, as organizações – como as universidades – são considerados sistemas de negociação permanente, marcados por acordos tácitos, arranjos não oficiais e decisões pactuadas entre os diferentes grupos envolvidos. A constituição dessa *ordem negociada* inclui não só o processo de divisão de tarefas no interior das organizações, como a forma como esses atores negociam estatutos, ideologias profissionais, identidades. Neste tópico, serão discutidos os papéis sociais mobilizados nas diferentes situações de negociação dos jornalistas com os atores sociais identificados e também formas de ser e agir desses jornalistas, a partir das situações de interação.

10 Os jornalistas também têm relação com outros grupos que fazem parte da sociedade, como as pessoas atendidas pelos projetos da universidade, os leitores dos textos noticiosos veiculados nas mídias da universidade, os egressos, os estudantes que gostariam de entrar na instituição. No entanto, a análise dos resultados desta pesquisa focará na interação com os grupos que surgiram com mais frequência, durante a observação de campo e as entrevistas.

AS NEGOCIAÇÕES DOS JORNALISTAS COM OUTROS JORNALISTAS

Os jornalistas das universidades federais, ao interagirem com aqueles considerados também jornalistas, agem motivados por sentimentos de colaboração, parceria e confiança. Essas atitudes surgem não somente na relação com os próprios colegas de trabalho, mas também com os demais jornalistas que trabalham em veículos de comunicação externos ou em assessorias de comunicação de outros órgãos. Aqueles que atuam no setor de assessoria de comunicação são os que têm mais contato com jornalistas que trabalham em redações de mídia. Já os informantes que trabalham na rádio ou na TV universitária, acabam por ter mais contato com os jornalistas que são assessores de imprensa dos mais diversos órgãos, por também produzirem pautas externas à universidade.

Na instituição em que ocorreu a observação participante, foram identificados consensos na forma de trabalho e compreensão da rotina entre os jornalistas. O grupo se entende participante de um mesmo propósito, mesmo não exercendo exatamente as mesmas atividades. Há uma divisão entre quem atua na assessoria de comunicação, na TV e na rádio. Existe também uma forma de dividir as atribuições internamente em cada um desses setores, negociada entre os próprios jornalistas, que não é oficialmente regulamentada. Ou seja, nessa divisão interna há quem desempenhe os papéis de repórter, outros de assessor de imprensa, uns de editor, outros de divulgadores da ciência e ainda há quem esteja mais relacionado às atribuições de marketing.

Essa divisão informal interna ocorre também em outras instituições. Na universidade da entrevistada E10, ela divide as atribuições com outra jornalista. Não há hierarquia oficial entre elas, porque ainda não há cargo de chefia criado no setor de comunicação. Então, no dia a dia, elas negociam as tarefas, de acordo com a disponibilidade de cada uma. “Ela está na Universi-

dade desde 2012 e trabalhou até 2017 sozinha. Quando conseguiu mais uma vaga para jornalista, foi uma grande vitória e uma pessoa para ela dividir todas essas responsabilidades” (informação verbal, E10, maio/2019). Apesar de ser uma relação mais horizontal do ponto de vista estatutário, em determinadas situações, a jornalista admite que recorre à colega de mais tempo de universidade para conversar, tirar dúvida e tomar decisões conjuntamente, já que a companheira de trabalho responde pela maioria das questões por estar na universidade há mais tempo.

Na relação entre jornalistas das universidades e jornalistas e repórteres de veículos de mídias externas, também existe o reconhecimento de acordos convencionados de confiança, apoio e ajuda mútuas. Os jornalistas das universidades, além de enviarem respostas sobre a instituição, produzem materiais que podem ser utilizados pelos veículos que, por sua vez, acabam contribuindo para a divulgação da universidade. Na instituição onde foi feita a observação de campo, aqueles que trabalham com divulgação científica elaboram textos sobre projetos de pesquisa ou extensão para uma agência on-line. Em um site de livre acesso, além da matéria, são disponibilizadas imagens e, por vezes, vídeos. “A ideia é que os jornalistas possam pegar e replicar tal e qual, como uma agência mesmo” (Diário de campo, 22/04/2019), explica uma da jornalistas da universidade observada, enfatizando a postura colaborativa.

Dessas negociações entre jornalistas, emergem os papéis de parceiros de trabalho (repórteres, editores e chefes, na interação entre os jornalistas da própria instituição) e de colaborador, assessor e intermediador (na interação com os jornalistas de fora). Os papéis de colaborador e parceiro surgem, quando, no momento da negociação, há a compreensão de que os jornalistas das universidades fazem parte do mesmo grupo profissional, independente do vínculo de trabalho ser interno ou externo à universidade. Já os

papéis de intermediador e assessor deixam evidente a posição do jornalista dentro do espaço público e universitário. Nesse caso, o jornalista articula sua identidade entre o profissional que tem conhecimento da instituição onde trabalha, mas que também domina as convenções utilizadas pelos jornalistas de mídia.

Em uma das situações acompanhadas na observação de campo, foi notório o empenho da equipe em disponibilizar o mais rápido possível informações sobre a situação do orçamento da universidade em uma época de contingenciamento nas instituições federais de educação, por parte do Governo Federal¹¹. Os próprios jornalistas do setor reclamaram a demora da Reitoria em divulgar o assunto. Essa postura permanece, mesmo quando a pauta é negativa para a universidade, apesar dos jornalistas reconhecerem a necessidade de negociar posicionamentos. Nessas situações, entra em cena o papel social ligado ao discurso de comunicador público. Definida dentro do escopo de “legitimidade do interesse geral” (Zémor, 1995), a Comunicação Pública tem relação com princípios como cidadania, democratização, participação, diálogo, acesso à informação e interesse público. Na entrevista com E5, isso ficou evidente. Para ele, é importante preservar a imagem da universidade, entretanto o bem da sociedade se sobrepõe a esse princípio.

Às vezes, eu fico me perguntando e acabo chegando na conclusão de que eu tenho que ser um mediador suficiente para que a instituição não fique fechada em si (eu devo colaborar para que a Universidade converse, fale, se exponha e comunique), mas também devo colaborar para que esse contato seja pro-

11 Em abril de 2019, o Governo Federal brasileiro, por meio do Ministério da Educação, anunciou o congelamento de R\$ 1,7 bi do valor enviado por ano para as universidades públicas federais. A medida repercutiu nacionalmente, com manifestações nas ruas de várias cidades do país.

veitoso, tanto para a sociedade (que fica sabendo da Universidade) quanto também para mostrar que a Universidade não vai se fechar quando uma pauta é negativa - muito pelo contrário! A Universidade tem que buscar e se depurar. Então, se tem problemas, se tem dificuldades, erros... a pior coisa que se pode fazer em um cenário desses é se fechar. É o contrário: tem que pegar e resolver o problema. Dialoga, reconhece o que tem que reconhecer, defende o que tem que defender, e resolve o problema. Eu acho que é nesse ponto que eu enxergo a minha atuação, a partir da minha formação jornalística dentro da Universidade. Não é só uma técnica; é também uma postura política de reconhecer a importância de defender a Universidade, mas não defender a Universidade a qualquer custo contra o bem da sociedade (informação verbal, E5, maio/2019)

Diante do exposto, se por um lado os jornalistas se entendem como parte de um mesmo grupo profissional diante de outros jornalistas, por outro eles compreendem que são também servidores e comunicadores públicos e, portanto, precisam desempenhar papéis diferenciados, pelo compromisso com a sociedade e a universidade. No próximo tópico, serão abordados os processos de negociações entre os jornalistas e os outros atores sociais e os papéis que emergem dessas situações.

AS NEGOCIAÇÕES COM OUTROS ATORES SOCIAIS

Com outros atores sociais, os jornalistas interagem de acordo com o grupo que estão negociando e a situação. Os profissionais exercem os papéis sociais de chefes, repórter, editor e divulgador da informação (com outros servidores técnico-administrativos e terceirizados), de tutor, orientador e aprendiz (com estudantes e estagiários), de repórter, divulgador da ciência e colega de trabalho (com professores e pesquisadores) e de repórter, assessor e subordinado

(com reitoria e gestores). Com cada um desses grupos e em cada um desses papéis, os jornalistas agem e se reconhecem de formas diferentes. Para fins didáticos, dividiremos essa discussão a partir dos grupos sociais que interagem com os jornalistas.

SERVIDORES TÉCNICO-ADMINISTRATIVOS E TERCEIRIZADOS

Nas estruturas de comunicação, os jornalistas convivem geralmente com profissionais que também atuam em alguma área da comunicação, como publicitários, relações públicas, programadores visuais, técnicos em audiovisual e técnicos em fotografia. Existem também aqueles servidores ou terceirizados que trabalham nas questões administrativas de organização do setor. O mais comum é que os demais profissionais atendam, de alguma forma, às demandas do jornalista. Ou que esses profissionais contem com os conhecimentos e a participação dos jornalistas para cumprir suas demandas. Na universidade observada, fotógrafos, programadores visuais e até as pessoas que trabalhavam com funções mais administrativas atuavam de acordo com as demandas que chegavam para os jornalistas, seja na elaboração de uma peça gráfica, na cobertura fotográfica de um evento ou mesmo na marcação de carro para levar o jornalista até uma pauta.

Essa espécie de hierarquia tácita entre os jornalistas e os demais profissionais é uma negociação convencionada na rotina de trabalho. "Normalmente, o trabalho é intermediado pela assessoria. O setor todo é articulado com a assessoria" (Diário de campo, 23/04/2019), explicou um dos fotógrafos que, apesar de ficar fisicamente numa sala diferente de onde os jornalistas estão, tem a maior parte do trabalho demandado por eles. Quando não atende às solicitações daqueles que atuam na assessoria de imprensa, recebe demandas da jornalista que trabalha no marketing. A exceção dessa lógica de funcionamento fica para demandas que chegam exclusivamente para

113

os programadores visuais de peças gráficas, como confecção de logotipos, de campanhas publicitárias e materiais gráficos que vão diretamente para outros setores da universidade. No caso exposto, os jornalistas desempenham o papel social de chefes de pequenas e temporárias equipes, que duram somente o tempo em que uma pauta ocorre ou que uma demanda está sendo cumprida.

Na produção de alguma reportagem, em que o jornalista vai com o fotógrafo, é o primeiro quem direciona a pauta, que sabe quem é o entrevistado, que sabe o endereço. Ao acompanhar uma jornalista na produção de uma matéria de divulgação científica, foi possível perceber que era ela quem já sabia sobre o entrevistado e que já dominava o tema da pauta. A jornalista também deu orientações ao fotógrafo, conduziu o motorista até o local e depois solicitou o carro de volta para pegar toda a equipe. Na rádio, as jornalistas que produzem o programa de entrevistas e o jornal acompanham a exibição ao vivo e repassam para o técnico de som e os locutores todo o roteiro e as orientações necessárias. Elas ficam atentas a todo o processo, corrigem o técnico ou os locutores, quando necessário, e, no caso da produtora de um programa de entrevista, recebe e orienta os debatedores do dia.

Essa postura mais proativa dos jornalistas, mesmo que não sejam oficialmente chefes do setor, aparece com frequência nas falas dos entrevistados. Os próprios jornalistas combinam entre si aquilo que cada um prioritariamente se responsabilizará, assumem as pautas, colaboram com os colegas e a rotina do setor vai caminhando. Pode-se inferir que essa postura proativa, de uma forma de trabalho autônoma e horizontalizada, além do desempenho desse papel social de chefiar pequenas equipes temporariamente, é uma maneira de negociação que os jornalistas encontraram para interagir entre si e cumprir as atividades solicitadas. No entanto, pode provocar um estranhamento e/ou uma acomodação em pessoas que

fazem parte de outros grupos e se inserem temporariamente na comunicação, modificando as formas de negociação.

Assim, na interação com outros servidores técnico-administrativos ou terceirizados que trabalham na comunicação e que não são jornalistas, o jornalista pode passar a desempenhar um papel não de colaborador, nem de chefe, mas de um profissional que possui atribuições específicas que só quem também é jornalista pode compreender ou de um profissional inflexível e de difícil convivência que acha que domina regras específicas de uma área que poucos compreendem. Por outro lado, o próprio jornalista, dentro dos limites organizacionais possíveis, pode ter uma tendência a assumir uma postura mais autônoma e independente, porque acredita que isso não ocorre por parte dos outros que não são jornalistas, mesmo aqueles que sejam chefes.

Fora do setor de comunicação, os jornalistas interagem com uma diversidade de servidores e funcionários terceirizados. Essa relação pode ser de colaboração ou de disputa por espaços que seriam da comunicação ou do jornalismo. Com os motoristas da universidade, por exemplo, que são na grande maioria terceirizados, os jornalistas assumem mais uma vez o papel social de chefe temporário. É o jornalista quem orienta para onde o motorista vai, se vai ficar esperando ou não, quanto tempo precisa ficar esperando, onde deve buscá-lo, como já foi visto anteriormente. No caso dos servidores, uma forma de se negociar essa identidade e a respectiva divisão de trabalhos, a partir desse entendimento identitário, é trabalhando conjuntamente, de uma forma que o jornalista desempenhe o papel social de repórter e, portanto, orientador e organizador da divulgação da informação, e o outro servidor desempenhe um papel de fonte qualificada.

ESTUDANTES ESTAGIÁRIOS

Com os estudantes, a interação mais comum é aque-

la em que faz emergir o papel social de tutor ou orientador. Os setores de comunicação (assessorias, TVs e rádios) das universidades são locais em que os estudantes estagiam e interagem mais de perto com os jornalistas. Na instituição observada, os estagiários estavam presentes na rádio, na TV, no setor de marketing e na pró-reitoria em que havia uma jornalista. Em todos os casos, existe um acordo tácito em relação aos dois papéis exercidos: os alunos dão suporte ao trabalho dos servidores e, ao mesmo tempo, aprendem e são orientados por eles. Essa orientação muitas vezes ultrapassa o acompanhamento do trabalho referente ao setor, expandindo-se para questões acadêmicas e profissionais. Na rádio universitária da instituição observada, a jornalista, além de orientar sobre a produção do programa, dava conselhos relativos à vida acadêmica e profissional do estagiário que trabalhava com ela.

Na assessoria de comunicação onde E3 trabalha, existe um acompanhamento intenso das atividades dos estagiários. Na avaliação dela, ter os estudantes no setor demanda mais trabalho do que mesmo o retorno da colaboração, por compreender esse papel de orientação e tutoria para eles.

A gente tem que fazer todo o treinamento deles, todo acompanhamento, definição de pauta, revisão de texto e tudo mais a distância. Eles demandam muito da gente. Posso dizer que os nossos estagiários, de maneira geral, vêm bastantes despreparados, apesar de serem alunos de final de curso - pelo menos para cá é realidade. Os detalhes de como trabalha e de como é o trabalho é treinado: tem que haver um treinamento, uma experiência. Os estagiários acabam demandando muito; não é uma forma de trabalho que nos desocupa, mas nos ocupa mais (comunicação verbal, E3, maio/2019).

Por outro lado, em algumas situações o papel social

de orientador dá espaço ao papel daquele que precisa aprender, como no caso de uso de equipamentos tecnológicos e de novos formatos. "Existe um momento em que os bolsistas são chamados para 'salvar'", explica uma das jornalistas da rádio da universidade observada, ao falar sobre o uso de softwares de edição. Como os estudantes costumam vir de uma geração mais recente, que cresceu fazendo uso dessas novas tecnologias, existe uma facilidade maior de manusear equipamentos, utilizar programas e aprender novos formatos. Dessa forma, há um acordo tácito em que o estudante se dispõe a ajudar e fornecer conhecimento nesse aspecto, mesmo que o papel social de orientador e tutor seja do jornalista. A jornalista que trabalha com marketing na mesma universidade, por exemplo, conta não só com os estagiários de jornalismo, mas com aqueles de mídias digitais e computação, exatamente porque eles auxiliam nas questões tecnológicas.

PROFESSORES E PESQUISADORES

Nas negociações com os professores e pesquisadores, emergem três papéis sociais dos jornalistas: o de repórter, o de divulgador da ciência e o de colega de trabalho. O desempenho do papel de repórter surge na interação em que o professor assume o papel de fonte. Diariamente, professores e pesquisadores são procurados pelos jornalistas, seja da assessoria, de rádio ou de TV, para fornecer informações sobre um determinado evento, projeto de extensão, projeto de pesquisa, para dar entrevistas e para colaborar com a produção de conteúdo sobre a universidade. Nessa interação, negocia-se e estabelece-se uma relação de confiança, na maior parte das vezes tácita, em que o professor está repassando a informação correta e que o jornalista tratará essa informação com ética e responsabilidade. No entanto, em alguns casos, pode ocorrer uma outra maneira de se negociar esse papel de ambos, por exigência de uma das partes ou mesmo por um acordo entre ambos os lados.

Existem situações em que os professores pedem para ver o texto final, antes de ser divulgado pelo jornalista, para fazer alguma correção ou modificar informações. Segundo os informantes, faz parte das convenções da profissão não mostrar o texto antes de publicado. Há exceções citadas por alguns jornalistas: quando eles estão atuando como porta-vozes da universidade ou quando estão tratando com os pesquisadores e desempenham o papel social de divulgador da ciência. E2 disse que na TV onde trabalha esses casos de ter que mostrar o texto são raros. Alguns professores pedem, mas não é costume fazer isso. No entanto, em casos de matéria sobre ciência, ela abre a exceção. “A não ser que seja uma matéria muito específica sobre ciência, que a gente tem um certo receio de dizer alguma coisa errada, pode acontecer de a gente pedir para o pesquisador ver antes. Mas eu mesma nunca fiz isso!” (informação verbal, E2, maio/2019).

Outro papel que emerge da interação com o professor é de colega de trabalho, que compartilha da atuação em uma mesma instituição, apesar de ter carreiras distintas e leis diferentes que regem as atividades. Essa interação nem sempre é amistosa. Na universidade observada, os professores buscavam os jornalistas, geralmente por e-mail, para atender demandas de publicação. Para o professor, os jornalistas seriam aqueles colegas de trabalho que atuam na publicação das informações que o docente julga importante, como uma espécie de serviço que o jornalista presta para a universidade e consequentemente para ele. No entanto, segundo os jornalistas, não funciona exatamente dessa maneira. Todos os pedidos que chegam são avaliados, de acordo com critérios que foram estabelecidos em documentos ou na prática¹², e só então os jornalistas decidem se vão

publicar, em que plataforma e com que destaque.

Em algumas interações, existe também, na visão de alguns jornalistas, preconceito por parte de professores que os consideram como colegas de trabalho de uma outra categoria, uma categoria inferior. E3, servidora técnica, jovem e mulher, relata que já percebeu situações de preconceito, especialmente com o passar do tempo, com o crescimento da universidade. Pode-se inferir que um dos motivos desse entendimento de subordinação dos jornalistas aos professores seja pela predominância de docentes em cargos de poder em instituições que já existem há décadas. A universidade observada tem uma dessas situações. Pelo regimento interno, apenas professores podem ser pró-reitores, que são os cargos da mais alta gestão, juntamente com o reitor.

Por outro lado, também observamos formas de cooperação entre os dois grupos de atores. E10, que atua numa universidade pequena com uma equipe bastante reduzida e tem dificuldades logísticas, explica que, de vez em quando, precisa contar com o apoio dos professores, que acabam se tornando parceiros da comunicação, enviando informações, fotos e materiais que contribuem com a produção da equipe jornalística.

REITORIA E GESTORES DA UNIVERSIDADE

Na interação com a reitoria e os gestores da universidade (pró-reitores, assessores, diretores), o jornalista oscila entre o papel de repórter ou assessor de comunicação e o de subordinado àquela chefia. Ao mesmo tempo em que se vê como responsável pela informação; como aquele profissional que entende a melhor forma de divulgar determinado tema; também se insere em uma hierarquia institucional na qual o setor de comunicação, a TV, a rádio ou o próprio servidor estão subordinados. As negociações estão principalmente relacionadas a essa sobreposição de papéis sociais. Muitas vezes o jornalista precisa ser uma espécie de negociador para atender aos interesses

12 Na universidade observada, esses critérios geralmente tinham relação com o aproveitamento do material por veículos de comunicação externo, o número de pessoas da comunidade acadêmica que serão atingidas por aquela notícia ou solicitações que chegavam da Reitoria.

QUADRO 2: INTERAÇÕES ENTRE OS JORNALISTAS QUE ATUAM NAS UNIVERSIDADES E OS DEMAIS ATORES SOCIAIS QUE PARTICIPAM DA PRODUÇÃO E CIRCULAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE A VIDA ACADÊMICA

Atores Sociais	Papéis sociais desempenhados	Formas de ser e agir na interação
Jornalistas internos à universidade	Parceiros de trabalhos - repórter, assessor, chefe	O jornalista se autoidentifica como jornalista e os seus colegas do mesmo cargo também. Agem como colaboradores dos trabalhos uns dos outros
Jornalistas externos à universidade	Colaborador, assessor, intermediador e comunicador público	O jornalista articula sua identidade entre o profissional que tem conhecimento da instituição onde trabalha, mas que também domina as convenções utilizadas pelos jornalistas de mídia. Entende-se como parte de um mesmo grupo profissional diante de outros jornalistas, mas também compreende que é servidor e comunicador público e, portanto, precisa prezar pelo compromisso social com o cargo que ocupa.
Outros. Servidores técnicos e terceirizados	Chefes, repórter, editor e divulgador da informação	O jornalista compreende-se líder de pequenas e temporárias equipes (chefes, editores), orientando os demais profissionais durante as pautas. Em outros momentos, trabalha conjuntamente, numa posição mais horizontal, desempenhando o papel de repórter e divulgador da informação, enquanto outro servidor desempenha um papel de fonte qualificada.
Estudantes e estagiários	Tutor, orientador, aprendiz	O jornalista orienta o trabalho dos estudantes e estagiários. Por outro lado, em algumas situações o papel social de orientador dá espaço ao papel daquele que precisa aprender, como no caso de uso de equipamentos tecnológicos e de novos formatos.
Professores e pesquisadores	Repórter, divulgador da ciência, colega de trabalho	O jornalista entende-se e age como repórter na interação em que o professor assume o papel de fonte de informação. Por compartilhar a atuação em uma mesma instituição, apesar de ter carreiras distintas e leis diferentes que regem as atividades, age também como colega de trabalho, em relações nem sempre amistosas.
Reitoria e gestores	Repórter, assessor, subordinado	O jornalista ao mesmo tempo em que se vê como responsável pela informação; como aquele profissional que entende a melhor forma de divulgar determinado tema; também se insere em uma hierarquia institucional na qual o setor de comunicação, a TV, a rádio ou o próprio servidor estão subordinados à Reitoria e/ou a outros gestores.

Fonte: dados da pesquisa

das chefias e àquilo que ele entende como sendo mais adequado com base no que aprendeu sobre jornalismo e comunicação.

Na universidade observada, houve uma situação em que um tema polêmico chegou aos veículos de comunicação, envolvendo todas as universidades públicas federais em âmbito nacional. Foi a notícia do contingenciamento no orçamento das instituições, já citada. Na época, a maioria das universidades se mobilizou e publicou uma nota para explicar sua situação específica para os veículos locais e nacionais. O reitor da instituição observada demorou a dar uma resposta. Isso incomodou os jornalistas. “Todas as universidades se manifestando e a gente, não” (Diário de campo, 06/05/2019), reclamou uma delas. Eles já estavam recebendo várias ligações e pedidos dos veículos de comunicação sobre um posicionamento da universidade. No entanto, tiveram de esperar a decisão da Reitoria.

Esse caso, mostra que, apesar da relativa autonomia desfrutada nas universidades – alguns acreditam inclusive que a autonomia é maior do que nos veículos de comunicação de mídia –, existem decisões que precisam ser negociadas, a partir do entendimento desse papel social que cada um desempenha na universidade. Os próprios jornalistas fazem essa ponderação, como já foi visto no caso de textos sobre pesquisas acadêmicas, e também nessas situações em que estão envolvidos como porta-vozes da reitoria e da gestão como um todo. É como se, em certa medida, houvesse a autonomia e a independência de trabalho, mas, ao mesmo tempo, em determinados aspectos, existe um acordo tácito de subordinação de papéis.

Outra situação que reforça esse tipo de análise é quando chegam sugestões de pauta na assessoria, na rádio ou na TV. Na universidade observada, a rotina de escolha das pautas que precisam ser feitas na assessoria acompanha a agenda do reitor. E existem algumas coberturas recomendadas que os jornalistas precisam fazer e não podem negar, por conta do pe-

dido ou da presença do reitor, mesmo considerando que há pouco interesse da comunidade acadêmica sobre o tema e nenhum interesse dos veículos de comunicação em divulgar aquele assunto. São chamadas pelos jornalistas de pautas REC (recomendadas). “A gente tem que obedecer” (Diário de campo, 16/04/2019), comentou, em tom descontraído, uma jornalista ao falar sobre esse tema.

Diante do exposto, verifica-se que há normas estabelecidas nessa interação, a partir do reconhecimento dos papéis desempenhados. Mesmo que o jornalista desempenhe o papel de repórter ou de assessor, que, na concepção deles, é a pessoa que domina a informação e sabe o que fazer com ela, existe uma limitação hierárquica oficial por estar no serviço público, subordinado administrativamente a outras instâncias da universidade como reitoria e pró-reitorias. E, portanto, em algumas situações, é preciso considerar a opinião desses gestores ou atender suas demandas.

CONCLUSÕES

Este artigo analisa as modalidades de negociação das identidades dos jornalistas que atuam em universidades federais brasileiras. Concentra-se particularmente em um conjunto de negociações cotidianas, que eles estabelecem direta ou indiretamente com diferentes atores no cotidiano da produção e da circulação da informação sobre a vida acadêmica. Por meio de uma abordagem de caráter qualitativo-etnográfica, que combinou observação de campo, entrevistas e pesquisa documental, buscou-se entender a identidade como um processo, materializada pela forma como os jornalistas mobilizam diferentes estatutos e papéis sociais de acordo com a situação de interação.

No quadro da página anterior (Ver Quadro 2), é possível observar um retrato panorâmico do que foi apresentado e tem relação direta com as perguntas desta pesquisa: os atores sociais com quem os jornalistas interagem no cotidiano das práticas na universidade,

os papéis sociais mobilizados durante as situações de interação e a as formas de ser e agir dos jornalistas nessas situações de interação.

Nesse sentido, cartografou-se uma grande variedade de atores que cooperam com esses jornalistas. Dos colegas jornalistas aos professores e gestores, o estudo mostra uma complexa rede de espaços, práticas e culturas profissionais que se integram, de alguma forma, com as práticas de informação e comunicação em uma instituição acadêmica. Isso reforça, por um lado, a ideia das organizações como espaços heterogêneos e polifônicos, cujo funcionamento depende de um processo permanente de (re)negociação de identidades e práticas entre profissionais, grupos e segmentos (Bucher & Strauss, 1961; Strauss et. al., 1964). Por outro, insere-se em uma leitura sociocêntrica do jornalismo (Motta, 2005), visto como uma prática atravessada por diferentes atores, grupos e universos da vida social.

Dessa forma, trabalhar como jornalista em uma universidade implica em atuar em diferentes cenas, em participar, ao longo do dia, de várias situações de interação. Do ponto de vista estatutário, o profissional analisado aqui se insere na fronteira entre o estatuto de jornalista e servidor público. Além disso, desempenha uma multiplicidade de papéis (alguns de forma simultânea): repórter, assessor de imprensa, editor, chefe, colega de trabalho, colaborador, comunicador público, divulgador da ciência, tutor, orientador... A escolha dos papéis sociais depende, portanto, das situações de interação e de uma complexa articulação entre o contexto de negociação, os interlocutores, suas motivações e o tipo de tarefa a ser desempenhada no interior da organização (Strauss et. al, 1964).

Uma análise mais detalhada das formas de imposição ou negociação desses papéis permite revelar as hierarquias internas e os fenômenos de liderança que atravessam o espaço da comunicação universitária. Esses processos são, muitas vezes, obscurecidos por

discursos organizacionais e profissionais que tendem a reforçar a horizontalidade dessas instituições – a ideia de que as decisões seriam geralmente tomadas em universidades públicas em instâncias de deliberações coletiva. De fato, ou ainda pelos discursos que defendem o mito da autonomia jornalística (Schmitz, 2018).

Apesar desse forte componente ideológico que marca os estatutos de jornalista e servidor público, ao longo da etnografia foram observados diversos momentos em que os informantes assumem posições de liderança (entre si, face aos demais profissionais de comunicação e aos funcionários terceirizados); ou são, por outro lado, submetidos a constrangimentos impostos pelos gestores, pelos professores, pelos próprios colegas. Nesse sentido, é importante sublinhar a capacidade do referencial teórico-metodológico adotado neste estudo de revelar também relações de poder e dominação, mesmo se inscrevendo em uma perspectiva sociológica de caráter mais compreensivo.

As dinâmicas de atribuição e de negociação de papéis em diferentes contextos de interação possuem uma função importante do ponto de vista do processo identitário. É nesse jogo incessante de interações que o jornalista constrói suas fronteiras, realiza o seu *boundary work* (Carlson, 2019). Assim, no lugar de entrar no debate infértil sobre o caráter jornalístico ou não das práticas desses profissionais, o estudo buscou analisar as estratégias de construção de alianças, os movimentos de aproximação e de oposição conduzidos junto a diferentes atores sociais. Tais processos, realizados no cotidiano das práticas de comunicação universitária, explicam a forma como esses jornalistas buscam se identificar com os colegas de cobertura (dentro e fora das universidades) em detrimento a outros grupos que também participam da vida acadêmica como, por exemplo, os demais servidores, os professores e, particularmente, os gestores universitários. A gestão dessas interações permite que esses profissionais reafirmem permanentemente, nas inte-

rações com os outros, os seus pertencimentos (identitários, ideológicos) a uma prática e a um grupo social específico: o dos jornalistas.

Ao mesmo tempo, a diversidade de papéis assumidos e mobilizados pelos entrevistados é reveladora das heterogeneidades estruturais do jornalismo, das fronteiras movediças de seu território profissional (Ruellan, 1993). Se, por um lado, a constituição de um mercado de trabalho nas universidades revela a expansão das fronteiras profissionais do jornalismo pelo desenvolvimento de um sistema de “mídias das fontes” (Sant’Anna, 2009), por outro, a própria noção de jornalistas que trabalham em universidades é particularmente fluida. Faz referência a uma diversidade de tarefas, de espaços de trabalho, de modalidades de negociação estatutária, de identidades.

Enfim, sendo mais assertivos, este artigo busca, sobretudo analisar os movimentos identitários que caracterizam o *ser profissional* que trabalha nas universidades – algo que pode muito bem ser adaptado e aplicado a outros segmentos do jornalismo.

Para finalizar, a pesquisa traz ainda contribuições importantes para os estudos em comunicação e jornalismo. Permite questionar as dinâmicas identitárias dos jornalistas que trabalham nas universidades, um objeto pouco explorado pelo campo no Brasil sob as perspectivas das sociologias profissional e organizacional de matriz interacionistas. Além disso, fornece uma descrição detalhada das condições de negociação das identidades desses jornalistas com base em volume razoável de dados gerados. Esses dados podem servir de subsídio para outras reflexões em relação às identidades e práticas desse grupo profissional. Por outro lado, é de se reconhecer o caráter excessivamente descritivo desta pesquisa, ainda bastante voltada a uma apresentação e categorização das situações de interações observadas no campo. Estudos posteriores podem avançar na interpretação desses dados e em uma compreensão mais fina do objeto de estudo.

BIBLIOGRAFIA

- Allard, F., & Anderson, E. (2005) *Ethnography* en K. Kempf-Leonard (Ed.), *Encyclopedia of Social Measurement* vol. 1, 833-843). New York: Elsevier.
- Alves-Mazzotti, A. J., & Gewandsznajder, F. (1998) *O método nas Ciências Naturais e Sociais: Pesquisa quantitativa e qualitativa* (2. ed.). São Paulo: Pioneira.
- Brasil. *Lei 11.091*. (2005a), novembro de 2019, disponível em:
- http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2004-2006/2005/Lei/L11091.htm
- Brasil. *Ofício circular nº 015/2005/CGGP/SAA/SE/MEC*. (2005b), novembro de 2019, disponível em: <http://portal.mec.gov.br/arquivos/pdf/canalcggp/oficios/ofc01505.pdf>
- Brasil. *Painel Estatístico de Pessoal (PEP)* [base de dados]. (2018), maio de 2022, disponível em: <https://www.gov.br/economia/pt-br/aceso-a-informacao/servidores/servidores-publicos/painel-estatistico-de-pessoal>
- Bucher, R., & Strauss, A. (1961) Professions in process em *American Journal of Sociology*, volume 66, número 4, 325-334, novembro de 2019, disponível em: <https://doi.org/10.1086/222898>
- Carlson, M. (2019) Boundary work em *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, edited by Tim Vos et al. 1-6, junho de 2021, disponível em: <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0035>
- Glaser, B. G. & Strauss A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research*. New York: Aldine de Gruyter.
- Goffman, E. (2014) *A Representação do Eu na Vida Cotidiana* (20. ed.). Petrópolis: Vozes.
- Cam, F.L., Pereira, F.H. and Ruellan, D. (2022). Professional Identity of Journalists em *The International Encyclopedia of Journalism Studies*, edited by Tim Vos et al. 1-8, maio de 2022, disponível em: <https://doi.org/10.1002/9781118841570.iejs0241>
- Motta, L. G. (2005) Pesquisa em jornalismo no Brasil: o confronto entre os paradigmas midiocêntrico e sociocêntrico em *Eptic – Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y Comunicación*, volume 7, número 1, novembro de 2019, disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/epctic/article/view/339>
- Pereira, F. H. (2014). Objetivação e Triangulação Metodológica em Entrevistas de Pesquisa com Jornalistas: análise de uma carreira profissional. *Revista Parágrafo*

- 2(2), p. 47-68, maio de 2022, disponível em: <https://revistaseletronicas.fiamfaam.br/index.php/recicofi/article/view/233/260>
- Ruellan, D. (2017) A Professional. Or How to Recognize One em *Brazilian Journalism Research*, volume 13, número 1, 6-19, junho de 2021, disponível em: <https://doi.org/10.25200/BJR.v13n1.2017.978>
 - Ruellan, D. (1993) *Le journalisme ou le professionnalisme du flou*. Grenoble: PUG.
 - Sant'anna, F. (2009) *Mídia das Fontes: Um novo ator no cenário jornalístico brasileiro*. Brasília: Senado Federal.
 - Schmitz, A. A. (2018) *Os graus de autonomia do jornalista brasileiro: Lacunas entre ideais, percepções e práticas profissionais efetivas nos jornais Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, O Globo e Zero Hora*. [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Santa Catarina]. Repositório UFSC, dezembro de 2019, disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/198585>
 - Strauss, A. L. (1999) *Espelhos e Máscaras: A busca da identidade*. São Paulo: Ed. da Universidade de São Paulo.
 - Strauss, A. L. (1992). Négociations. Introduction à la question. In: A Strauss, *La trame de la négociation. Sociologie qualitative et interactionnisme*. Textes réunis et présentés par Isabelle Baszanger (pp. 245-268). Paris: L'Harmattan.
 - Strauss, A., Schatzman, L., Bucher, R., Ehrlich, D., & Sabshin, M. (1964) *Psychiatric Ideologies and Institutions*. Glencoe: The Free Press.
 - Times Higher Education – THE. (2022). *Latin America University Rankings 2021* [base de dados], maio de 2022, disponível em: https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2021/lat%C3%ADn-americana-university-rankings#/page/0/length/25/name/cear/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/undefined
 - Travancas, I. S. (2012). A entrevista no jornalismo e na antropologia. Pesquisando jornalistas. In: Beatriz Marocco (Ed.), *Entrevista na prática jornalística e na pesquisa* (pp. 15-30). Porto Alegre: Libreto.
 - Zémor, P. (1995) *La communication publique*. Paris: PUF, Col. *Que sais-je*. [Tradução resumida: Elizabeth Brandão], setembro de 2019, disponível em: <https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>
- DATOS DE LOS AUTORES**
 Gabriela Silva Meneses
 Áreas de pesquisa: Identidade Profissional dos jornalistas, Carreiras jornalísticas, Comunicação no Ambiente Universitário Universidade Federal do Cariri (UFCA)
 Avenida Tenente Raimundo Rocha, 1639 - Cidade Universitária - Sala: i303 / CEP: 63048-080 / Juazeiro do Norte - CE, Brasil
 E-mails: gabrielasmeneses@gmail.com / gabriela.meneses@ufca.edu.br
 Telefone: +55 (85) 98804-0549
 Data: 1º de julho de 2021
 ORCID: 0000-0001-8062-7708
- Fábio Henrique Pereira**
 Áreas de Pesquisa: Sociologia do Jornalismo; Sociologia Profissional dos Jornalistas; Relações entre mídia e intelectuais. Universidade de Brasília (UnB)
 Campus Universitário Darcy Ribeiro – Instituto Central de Ciências - Ala Norte, Sala ASS-615 (Subsolo) / CEP: 70 910-900 / Brasília – DF, Brasil
 Telefone: +55 61 3107-6541;
 E-mails: fabiohp@gmail.com; fabiohp@unb.br
 Data: 1º de julho de 2021
 ORCID: 0000-0002-2867-0167
- REGISTRO BIBLIOGRÁFICO**
 Silva Meneses, Gabriela e Pereira, Fábio Henrique. "Entre Periodismo, Ciencia y Servicio Público: modalidades para negociar las identidades de los periodistas que trabajan en Universidades Públicas Federales Brasileñas" en *La Trama de la Comunicación*, Vol. 26 Número 1, Anuario del Departamento de Ciencias de la Comunicación. Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales, Universidad Nacional de Rosario. Rosario, Argentina. UNR Editora, enero a junio de 2022 p. 103-121. ISSN 1668-5628 – ISSN 2314-2634 (en línea).
- RECIBIDO: 1/07/2021**
ACEPTADO: 11/05/2022