

## **Jornalistas assessores de imprensa: Perspectivas da prática profissional na contemporaneidade**

Juliana Bulhões Alberto Dantas

Mestranda em Estudos da Mídia (PPgEM/UFRN); membro do Grupo Pragma (UFRN)

[julianabulhoes.ad@gmail.com](mailto:julianabulhoes.ad@gmail.com)

**Palavras-Chave:** Comunicação organizacional. Assessoria de imprensa. Ética na comunicação. Identidades.

### **RESUMO**

Nos últimos cinco anos, a prática da assessoria de imprensa passou por modificações significativas devido ao surgimento e à popularização de tecnologias digitais, como as mídias sociais. Entretanto, ainda resta uma questão mais essencial, que consiste em investigar os limites éticos da atuação dos jornalistas que possuem vínculo profissional simultâneo: em empresas jornalísticas, como repórteres, editores, etc. e em empresas públicas ou privadas, como assessores de imprensa em Natal-RN.

No desenvolvimento do trabalho, elencamos os termos mais pertinentes com relação à assessoria de imprensa, traçamos uma discussão teórica acerca das identidades do jornalista assessor de imprensa, tecemos ideias sobre a assessoria de imprensa vista da perspectiva da esfera pública e teorizamos acerca das suas conseqüentes implicações éticas. A metodologia do trabalho é composta pela pesquisa exploratória, mas também faz uso do método de estudo da etnometodologia e da perspectiva da etnografia.

Apresentamos como objetivo principal da pesquisa investigar o exercício profissional, as identidades e os aspectos éticos das práticas jornalísticas destes sujeitos, trazendo como recorte a realidade potiguar do jornalista contratado por redes/canais de TV que atua no telejornalismo diário e, simultaneamente, como assessor de imprensa contratado por empresas públicas e privadas, a partir da discussão do estatuto ético do Jornalismo como profissão na prática da assessoria de imprensa.

Barros Filho (2007) considera que o campo da comunicação brasileira evoluiu quanto à abordagem científica da mídia, porém isso não aconteceu no âmbito da reflexão moral com relação à área, principalmente nas esferas da publicidade e das relações públicas. Silva (2003, p. 147) propõe que “a ética, concebida como um auto-olhar, uma inspeção cuidadosa e rigorosa dos *ethe*, deve ser objeto do estudo e da prática da comunicação”.

É possível que exista uma representação diferenciada dentro da profissão de jornalista com relação ao assessor de imprensa, o que pode ser uma pista para entendermos as implicações éticas da atuação profissional no cotidiano concreto dos jornalistas que se veem na condição de atuar no jornalismo televisivo e como assessor de imprensa, no contexto do Rio Grande do Norte. Há pesquisadores e profissionais que acreditam que o assunto já foi finalizado e que o tabu da assessoria já foi “cicatrizado”, porém podemos perceber no mercado potiguar que ainda há muito a ser investigado. É evidente que o tema não está próximo de seu esgotamento, porém propomos uma contribuição à temática.

## **REFERÊNCIAS**

BARROS FILHO, Clóvis de (Org.). **Ética e comunicação organizacional**. São Paulo: Paulus, 2007.

SILVA, Josimey Costa da. A ética na comunicação, a conveniência e os inutensílios. **Revista Margem**, São Paulo, nº 17, jun/2003, pp. 147-162.