



REFLEXÕES ACERCA DAS QUESTÕES IDENTITÁRIAS DO PROFISSIONAL DE COMUNICAÇÃO DOS ÓRGÃOS PÚBLICOS: TENSÕES E DIÁLOGOS

João Paulo da Silva¹

Resumo

A contemporaneidade é caracterizada pela fluidez, pela movência, pela instabilidade, processo que afeta tanto a identidade do sujeito quando o meio em que ele participa. Nesse processo, os profissionais de comunicação, ligados aos órgãos públicos, comissionados ou concursados, ligados ao interesse público ou ao interesse político partidário, também assumem uma identidade profissional passível de transformação na execução de suas atividades. Dessa forma, o presente trabalho busca analisar as possíveis tensões e diálogos na constituição identitária desse servidor, bem como, mostrar os inúmeros fatores que contribuem ou dificultam a formação dessa identidade, já que existem inúmeros conflitos que possibilitam a liquidez dessas identidades. Nesse processo, o profissional de comunicação dos órgãos públicos estão cercados de inúmeros processos que podem afetar o trabalho, bem como as relações que envolvem a execução desse exercício profissional, acarretando nas reflexões que envolvem a identidade e as relações de trabalho e trabalhistas.

Palavras-chave: Identidade. Jornalista. Assessor. Interesse.

As questões de identidade são um tema recente para as pesquisas em Ciências Sociais (Hall, 2004), com isso, certas reflexões são de extrema importância para a compreensão de fenômenos que afetam a vida social. Nesse sentido, devemos ainda levar em consideração o contexto atual de nossa sociedade, ou seja, a sociedade pós-moderna ou modernidade tardia (Hall, 2004), época líquido-moderna (Bauman, 2005) e alta modernidade (Giddens, 2002).

Com esse momento peculiar, onde os deslocamentos são constantes e o fluxo identitário e de pertencimento assumem traços instáveis, a identidade e o pertencer não são fixos, como explicita Bauman.

¹Universidade Federal do Paraná, (Mestrando em Comunicação – PPGCOM)



o “pertencimento” e a “identidade” não têm a solidez de uma rocha, não são garantidos para toda a vida, são bastante negociáveis e revogáveis, e de que as decisões que o próprio indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age – e a determinação de se manter firme a tudo isso – são fatores cruciais tanto para o “pertencimento” quanto para a “identidade”. (BAUMAN, 2005, p. 17)

Dessa forma, o presente trabalho trás à tona a relação ambígua, o que acarreta em uma questão identitária, na relação jornalistas e assessores de comunicação em órgãos públicos, tendo em vista que a atuação desses profissionais podem ter uma ligação mais voltada ao interesse público, o que está em acordo com a Comunicação Pública: com o jornalismo, e uma outra que está mais ligada ao interesse político/partidário, uma Comunicação Política, as assessorias de comunicação, que na prática podem ser utilizadas como assessoria política.

Com isso, percebe-se uma crise identitária, para o profissional que exerce tal função, sendo este jornalista ou assessor de comunicação? Percebe-se aí, dois pontos importantes nesse conjunto, a relação de pertencimento (grupo político ou interesse social) e a própria questão da identidade, como cita Bauman (2005, p.26). “A ideia de “identidade” nasceu da crise do pertencimento e do esforço que esta desencadeou no sentido de transpor a brecha entre o “deve” e o “é” e erguer a realidade ao nível dos padrões estabelecidos pela ideia – recriar a realidade à semelhança da ideia.”

A crise está no eixo central da questão, é ela que nos trás a reflexão para a questão identitária. “A identidade somente se torna uma questão quando está em crise, quando algo que supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza” (Mercer apud Hall, 2004, p.9)

Assim, verifica-se que essa “crise” é recente, tanto no que se refere ao contexto em que vivemos, a pós-modernidade, tanto para a estruturação profissional que a relação jornalismo e assessoria tem atualmente.



Contexto

Para análise da presente questão, alguns pontos são importantes para a compreensão dessa “crise” ao qual os profissionais estão sujeitos. Uma delas é o entendimento dos fatores que levam à produção jornalística institucional, como das ações externas que culminam em uma produção e atuação do jornalista/assessor mais ligada a uma ou a outra linha de comunicação, que de certa forma, responde por interesses divergentes e, que, acaba por influir na “identidade” do profissional de comunicação.

As assessorias de comunicação no Brasil sempre estiveram mais ligadas à área privada. No setor público ocorreram os primeiros passos, conforme relata Duarte (2011, p.52), quando o então presidente da república, Campos Sales (1898-1902), contratou os serviços do jornalista Tobias Monteiro, do Jornal do Comércio (RJ), para divulgar a sua viagem à Europa, já nesse primeiro momento evidencia-se uma ligação com o interesse pessoal e não só institucional. Isso de forma isolada, pois a primeira estrutura de comunicação governamental aconteceu com o governo Nilo Peçanha, a partir de 1909, e tinha “a finalidade de distribuir informações por meio de notas ou notícias fornecidas à imprensa”. (DUARTE, 2002, p. 52)

Ainda segundo o mesmo autor (p. 52), o governo de Getúlio Vargas criou em 1939 o Departamento de Imprensa e Propaganda, e usou isso para cooptar jornalistas com emprego no serviço público e outros benefícios. Nesse período já há uma transformação, o profissional que sai de uma redação, de um veículo de comunicação e passa a exercer as atividades em um órgão governamental.

Com o passar do tempo, a área se especializou, principalmente com a migração de jornalistas experientes que saíram das redações e foram para as iniciativas privada e pública, oferecendo à mídia material qualificado para publicação.

Até então, o profissional esteve sempre ligado a alguém que lhe oferecia o emprego público. Logo, apesar de o jornalista estar ligado ao campo político, em virtude do trabalho jornalístico, a orientação do seu trabalho acontece em função de quem paga o salário (GOMES, 2007, p.69).



Por conseguinte, em 1988 com a promulgação da Constituição Federal, a administração pública brasileira ganha mais uma forma de contratação, o concurso público. Em seu artigo 37, inciso II, ela traz:

II – a investidura em cargo ou emprego público depende de aprovação prévia em concurso público de provas ou de provas de títulos, de acordo com a natureza e a complexidade do cargo ou emprego, na forma prevista em lei, ressalvadas as nomeações para o cargo em comissão declarado em lei de livre nomeação e exoneração; (BRASIL, 2001, p. 39)

Assim, o profissional que antes estava apenas ligado ao contratante, tem outra possibilidade, o concurso público, tendo agora como padrão a instituição pública e não mais o agente político. Claro que a própria Constituição possibilita a contratação de profissionais com ligação aos agentes políticos, “ressalvadas as nomeações para o cargo em comissão declarado em lei de livre nomeação e exoneração;”. (BRASIL, 2001, p. 39)

Dessa forma, os jornalistas da área pública trabalham ou por concurso ou exercem cargo de comissão, trazendo à tona o questionamento sobre a quais interesses eles respondem, causando assim um deslocamento, que é próprio do nosso tempo.

Mudança estrutural está transformando as sociedades modernas no final do séc. XX. Isso está fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado, nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais. Estas transformações estão também mudando nossas identidades pessoais, abalando a ideia que temos de nós próprios como sujeitos integrados. Esta perda de um “sentido de si” estável é chamada, algumas vezes, de deslocamento ou descentralização do sujeito (HALL, 2004, p.9).

Com isso, o sujeito, no caso, o jornalista, produtor de conteúdo de interesse social, desloca-se para a produção inconstitucional. Esses profissionais iniciaram suas atividades formatando as informações institucionais em materiais jornalísticos para a veiculação da mídia, principalmente o jornalismo impresso:

Um dos aspectos mais peculiares do jornalismo é lidar com assessores de imprensa. Estou até pensando em colocar o seguinte adesivo no meu carro: “Eu amo divulgador e *promoter*”. Para o leigo, eu explico: o *attaché de prese*, como gostam de ser chamados, deveria servir de



ponto para manter a imprensa informada sobre o produto ou serviço de seu cliente. [...] (GARCIA apud DOTY, 199, p. 342)

Logo, os jornalistas passaram a mandar informações para os jornais, saíram da condição de “jornalistas” e passaram para “assessores”, “*promoters*”. Dessa forma, “o sujeito assume identidades em diferentes momentos, identidades contraditórias, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente (...), de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas”. (HALL, 2004, p.13).

Esse deslocamento alia-se em outros aspectos com o profissional que produz as informações, tendo em vista, que no início, os assessores de comunicação produziam as informações exclusivamente para os jornais e, esses, tinham/têm a liberdade de utilizarem esse material conforme for conveniente para o veículo de comunicação (FERRARETTO, 2009). Mas o avanço da tecnologia permitiu outro fator, a criação de *sites* das próprias instituições. Com isso, as prefeituras, por exemplo, publicam seus conteúdos seguindo as próprias regras, eliminou-se o selecionador, o *gatekeeper*, como Wolf (2002, p. 180) esclarece, que esse seria o filtro, no caso um indivíduo ou um grupo que tem o controle de deixar ou não passar uma informação.

Por esse fator, as *homepages* dos órgãos governamentais se tornam o campo propício para a manifestação dos diversos interesses, seja para uma ação de comunicação mais voltada para a Comunicação Política, interesse político partidário ou para a Comunicação Pública, interesse social. Além disso, esse espaço é propício para a veiculação noticiosa, o que acarreta em consumo de material que pode ser social e público ou pessoal e partidário, com isso, esse produto pode colaborar para a criação de um identidade de algum agente político ou instituição, já que o consumo se torna oportuno nesse sentido, como lembra Mocellim.

O consumo assim se torna o grande valor. Tudo deve ser consumido, e tudo deve ser descartável para ser consumido. Num mundo que, diferente da modernidade sólida, não se organiza mais em torno do trabalho, e sim em torno do consumo, as identidades se tornam também algo a ser consumido. E o consumo passa a ser o meio pelo qual são construídas as identidades. (MOCELLIM, 2008, p.24).



Nesse contexto o “jornalista” está inserido em uma ampla contradição, tanto em sua relação com o próprio trabalho, a produção de material informativo que pode ter vários interesses, bem como no ambiente que o cerca, já que boa parte da equipe que ele faz parte, também podem apresentar interesses diversos, não necessariamente ligados ao interesse público .

Como lembra Gomes (2011, p.63) sobre a estruturação do campo jornalístico “[...] o trabalho do jornalista não mais se orienta por princípios e valores do jornalismo e os interesses jornalísticos não sobrevivem em contraste com os interesses do patrão, do anunciante ou do grupo político dominante”.

Nessa miscelânea, temos ainda o próprio sujeito, jornalista/assessor, que tem a própria história, contexto social e vivência.

O indivíduo apropria seu passado peneirando-o à luz do que antecipa como o futuro (organizado). A trajetória do eu tem uma coerência que deriva de uma consciência cognitiva das várias fases da vida. A vida, mais que os eventos no mundo exterior, se torna a “figura de fundo” dominante no sentido da *Gestalt*. Não que todos os eventos ou instituições exteriores sejam um “mancha”, contra a qual só a vida tem forma e é apanhada em claro relevo; mas esses eventos só entram na medida em que ofereçam apoio ao autodesenvolvimento, ponham obstáculos a superar ou sejam uma fonte de incertezas a enfrentar. (GIDDENS, 2002, p.75).

A variada relação existente nas relações expostas, revela-se como campo propício para as questões que ligam ao conceito de identidade. “As sociedades da modernidade tardia (...) são atravessadas por diferentes divisões e antagonismos sociais que produzem uma variedade de diferentes “posições de sujeito” – isto é, identidades – para os indivíduos” (HALL, 2004, p.17). Assim, o conflito jornalismo/assessor, interesse público/interesse partidário e muitos outros que envolvem essa relação, culminam para a reflexão identitária do referido profissional.

Questão legal

A Constituição Federal em seu Art.3, *caput.*, diz: "A Administração Pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios



obedecerá aos princípios da legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência". Assim, a administração pública deve obedecer a esses preceitos legais.

Partindo do princípio da publicidade da Carta Magna (BRASIL, 2001, p.39), de que é dever do Estado informar a população, e que isso deve acontecer de forma cidadã, com interesse público. Não restaria uma outra opção ao jornalista/assessor a não ser assumir a “identidade” que o liga ao interesse público, ao papel de jornalista.

Além disso, o que concebe a profissão de jornalista os liga a uma “identidade” que tem como base o interesse público, as questões sociais. Como explicita o código de ética dos jornalistas brasileiros.

Art. 2º Como o acesso à informação de relevante interesse público é um direito fundamental, os jornalistas não podem admitir que ele seja impedido por nenhum tipo de interesse, razão por que: (..)

IV - a prestação de informações pelas organizações públicas e privadas, incluindo as não-governamentais, é uma obrigação social.

Art. 6º É dever do jornalista:

II - divulgar os fatos e as informações de interesse público;

X - defender os princípios constitucionais e legais, base do estado democrático de direito;

Art. 11. O jornalista não pode divulgar informações:

I - visando o interesse pessoal ou buscando vantagem econômica; (FENAJ, 2004)

Fica claro que, a legislação e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, de certa forma determina que a produção noticiosa dos órgãos públicos brasileiros, estejam em conformidade com o interesse público, com a Comunicação Pública, como lembra Koçouski. “A análise da comunicação pública realizada a partir dos promotores/emissores admite que o Estado é crucialmente diferente em relação aos demais atores, uma vez que suas atividades têm obrigação legal de serem pautadas pela supremacia do interesse público. (KOÇOUSKI, 2012, p.88).

Outro ponto importante, que liga a questão legal, é o processo pelo qual os profissionais que produzem o material jornalístico para as prefeituras são contratados, tirando os casos em que são cargos comissionados, como explicitado acima, que são de livre exoneração, os funcionários públicos, que são aprovados em concurso público, ou seja, para exercerem suas funções todos devem passar em concurso público e, para atuarem em suas suas funções, têm a obrigatoriedade



de portarem diploma de ensino superior em Jornalismo, fato que os liga ao código de ética exposto e ao que ele representa.

Mas, se analisarmos pelos conflitos já mencionados e a impossibilidade de uma estabilidade no sentido da identidade, fica complexa essa unidade de identidade de jornalista, enquanto profissional de um órgão público.

A identidade plenamente unificada; completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidades possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente. (HALL, 2002, p.13)

Diante de todo o processo e ambiente que cerca o jornalista “só é possível (colher a verdade) quando se analisam os contextos social, cultural e político em que um fenômeno particular existe, assim como o próprio fenômeno (BAUMAN, 2005, p.8). Fica claro que um olhar simplesmente ao ideal que a lei e o código de ética propõem, não dão conta a toda complexidade que a questão envolve.

(...) quanto mais um problema é colocado em foco, tanto mais as áreas circundantes de conhecimento se tornam embaraçadas para os indivíduos que delas se ocupam, e tanto menos é provável que eles sejam capazes de antever as consequências de sua contribuição para além da esfera particular de sua aplicação.” (GIDDENS, 2002, p.35)

É evidente que o olhar deve ser mais abrangente, pois mesmo com o que a lei determina, a “crise” gerada não deveria acontecer, tendo em vista que a administração pública não tem outra opção, se não o cumprimento da lei, fazer unicamente o que as leis impõem, mas a vida cotidiana e as ações obedecem outra lógica, mesmo que isso ocorresse, no contexto que vivemos não teríamos as garantias necessárias em prol do interesse público. “Numa sociedade que tornou incertezas e transitórias as identidades sociais, culturais e sexuais, qualquer tentativa de “solidificar” o que se tornou líquido por meio de uma política de identidade levaria inevitavelmente o pensamento crítico a um beco sem saída. (BAUMAN, 2005, p. 12)



Todavia, como as intuições públicas são governadas por agentes políticos, esses, em muitos casos, acabam utilizando da estrutura pública para fins políticos. Como relata Gomes (2011, p.90) “o estado é organismo a ser parasitado por grupos de interesses e indivíduos dedicados a coisa pública em coisa própria.”

Nesse sentido, o jogo da identidade para o jornalista é constante, e assumir demasiadamente uma das partes pode ser um risco. “desse modo a dificuldade já não é descobrir, inventar, construir, convocar (ou mesmo comprar) uma identidade, mas como impedi-la de ser demasiadamente firme e aderir depressa demais ao corpo (..) O eixo da estratégia da vida pós-moderna não é fazer a identidade deter-se – mas evitar que se fixe. (MOCELLIM, apud, Bauman, 2008, p.23)

Esse fator nos liga a outro ponto, que são as transformações que estamos passando, nas transformações que afetam o sujeito.

Em nosso mundo de “individualização” em excesso, as identidades são bênçãos ambíguas. Oscila, entre o sonho e o pesadelo, não há como dizer quando um transforma o outro. Na maior parte do tempo, essas duas modalidades líquido-modernas de identidade coabitam, mesmo que localizadas em diferentes níveis de consciência. Num ambiente de líquido-modernas, as identidades talvez sejam as encarnações mais comuns, mais aguçadas, mais profundamente sentidas e perturbadoras da *ambivalência*. É por isso, diria eu, que estão firmemente assentadas no próprio cerne da atenção dos indivíduos líquido-modernos e colocadas no topo de seus debates existências. (BAUMAN, 2005, p.38)

Na ambivalência apresentada, que contrapõe o interesse público, ao interesse partidário, a Comunicação Pública à Comunicação Política e o jornalismo à assessoria de comunicação, tendo ainda como base as leis apresentadas, a análise é de suma importância, principalmente pelo fator social que envolve o debate, já que nesse ponto, entender essa questão identitária é pensar o bem público, tendo em vista que “a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida (HALL, 2004, p.21).

Assim, o sujeito, jornalista/assessor, pode viver em constata crise, tendo em vista a instabilidade de se assumir uma posição, uma identidade fixa. “Os projetos de vida vitalícios, hoje, já não são bem acolhidos. Uma identidade coesa, fixada, solidamente construída é vista,



atualmente, como um fardo, uma limitação da liberdade” (MOCELLIM, 2008, p.28).

Considerações Finais

Fica evidente que pensar a identidade a partir do ponto de vista proposto pelo presente trabalho é um campo minado, por esse fator, não se pode determinar ou fixar uma identidade ao profissional de comunicação que atua em um órgão público, mas também é evidente que o debate é extremamente importante, tendo em vista os múltiplos interesses que regem a administração pública, principalmente os interesses políticos partidários que podem desviar o papel social que um servidor público tem.

Como explicitado, qualquer informação veiculada ou disponibilizada que parta da administração pública deveria ter o interesse público como primordial, mas como o ideal nem sempre representa o que de fato ocorre na sociedade, cabe ao próprio profissional solucionar a crise identitária que pode ocorrer, tendo em vista que essa crise só vai compelir o sujeito se esse for levado a essa reflexão, já que é a crise que “aciona” a busca pela identidade.

Claro, que levando em consideração tudo o que envolve essa relação jornalista/assessor, político/público, interesse partidário/interesse público, o referido debate torna-se também uma questão social, a saliência de uma identidade mais jornalística culmina para um ganho da sociedade.

Por isso, essa relação de reiterar os aspectos que envolvem o conflito existente, na argumentação do trabalho, para explicitar os vários aspectos nesse jogo, que não são poucos e afetam diretamente a todos.

Mesmo não tendo como definir uma identidade única e fixa, pois ela se transmuta a todo momento e, embora o profissional de comunicação do órgão público tem um importante papel nessa questão identitária, não pode-se deixar de levar em consideração os próprios interesses desses profissionais, como colocado pelos diversos autores, que a vida, o passado e o contexto social de cada indivíduo colabora para uma determinada identidade, podemos ter algum jornalista



que assumam um papel mais político partidário, mesmo com a determinação legal, com a ontologia da profissão e o interesse público.

Por esses fatores, é importante reiterar que pensar a questão da identidade do profissional que faz a comunicação dos órgãos públicos é pensar na sociedade, no interesse público.

Referências

BAUMAN, Zygmunt. **Indentidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Trad. Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Jorge ZAHAR, 2005.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília - DF, Câmara dos Deputados, 2001.
DOTY, Dorothy I. **Divulgação Jornalística & Relações Públicas**. Trad. Nemércio Nogueira. São Paulo: Editores Associados, 1999.

DUARTE, Jorge (org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia**: São Paulo: Atlas, 2002.
_____. **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

_____. (org.) **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FERRARETTO, Elisa Koplin; FERRARETTO, Luiz Artur. **Assessoria de Imprensa: teoria e prática**. 5 ed. São Paulo: Summus, 2009.

GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. 3 ed. São Paulo: Paulus, 2011.

HALL, Stuart. **A Identidade Cultural na Pós-Modernidade**. Trad. Flávio R. Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

KOÇOUSKI, Marina. **Comunicação Pública: construindo um conceito**. In: MATOS, Heloíza.. **Comunicação Pública: Interlocuções, interlocutores e perspectivas**. São Paulo: ECA/USP, 20012.

MATOS, Heloíza. **Comunicação Política e Comunicação Pública**. Revista Organizacom: Revista Brasileira de Comunicação Organizacional e Relações Públicas, São Paulo: v. 3, n.4, p.60-73, out. 2006.



MOCELLIM, Alan. **A questão da identidade em Giddens e Bauman.** Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC, Florianópolis: v. 5, n.1, p.1-31, agosto-dezembro. 2008.

WOLF, Mauro. **Teorias da Comunicação.** 7. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2002.

ZÉMOR, Pierre. **As formas da comunicação pública.** In: DUARTE, Jorge. (Org.). Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

www.fenaj.org.br <<http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=1811>>. Acesso em: 06 de janeiro de 2014, às 20:33h.