



**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA
CAMPUS I - CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE JORNALISMO**

ANDRÉ LUIS BARBOSA DE OLIVEIRA JUNIOR

**TRABALHO FLEXÍVEL NO CAPITALISMO PÓS-INDUSTRIAL: A EMERGÊNCIA
DO JORNALISTA FLEXITEMPO NAS ASSESSORIAS DAS SECRETARIAS DA
PREFEITURA DE CAMPINA GRANDE/PB**

**CAMPINA GRANDE - PB
2022**

ANDRÉ LUIS BARBOSA DE OLIVEIRA JUNIOR

**TRABALHO FLEXÍVEL NO CAPITALISMO PÓS-INDUSTRIAL: A EMERGÊNCIA
DO JORNALISTA FLEXITEMPO NAS ASSESSORIAS DAS SECRETARIAS DA
PREFEITURA DE CAMPINA GRANDE/PB**

Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo) apresentado ao Departamento de Comunicação Social, Curso de Jornalismo, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do título de bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima

**CAMPINA GRANDE - PB
2022**

É expressamente proibido a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano do trabalho.

O48t Oliveira Junior, André Luis Barbosa de.
Trabalho flexível no capitalismo pós-industrial [manuscrito]
: A emergência do jornalista flexitempo nas assessorias das
Secretarias da Prefeitura de Campina Grande/PB / André Luis
Barbosa de Oliveira Junior. - 2022.
32 p.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em
Jornalismo) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de
Ciências Sociais Aplicadas, 2022.

"Orientação : Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira
Lima, Coordenação do Curso de Jornalismo - CCSA."

1. Rotinas produtivas. 2. Assessoria de comunicação. 3.
Jornalismo pós-industrial. 4. Jornalista Flexitempo. I. Título

21. ed. CDD 070.4

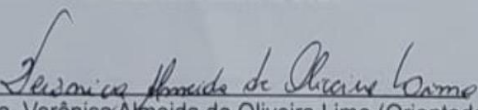
ANDRÉ LUIS BARBOSA DE OLIVEIRA JUNIOR

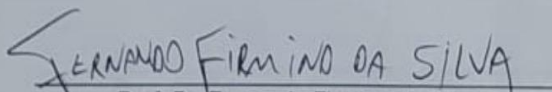
TRABALHO FLEXÍVEL NO CAPITALISMO PÓS-INDUSTRIAL: A EMERGÊNCIA
DO JORNALISTA FLEXITEMPO NAS ASSESSORIAS DAS SECRETARIAS DA
PREFEITURA DE CAMPINA GRANDE/PB

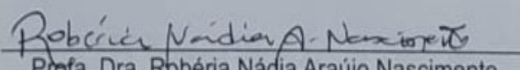
Trabalho de Conclusão de Curso (Artigo)
apresentado a/ao
Coordenação/Departamento do Curso de
Jornalismo da Universidade Estadual da
Paraíba, como requisito parcial à
obtenção do título de bacharel em
Jornalismo.

Aprovada em: 25/07/2022.

BANCA EXAMINADORA


Profa. Dra. Verônica Almeida de Oliveira Lima (Orientadora)
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Prof. Dr. Fernando Firmino da Silva
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)


Profa. Dra. Robéria Nádia Araújo Nascimento
Universidade Estadual da Paraíba (UEPB)

Dedico àquela por quem tenho o maior amor do mundo, minha avó paterna, Rosilda Barbosa de Oliveira, que sempre foi minha fonte inesgotável de conhecimento, meu amparo e a maior incentivadora deste sonho.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AC	Assessoria de comunicação
AI	Assessoria de imprensa
RP	Relações públicas
SEMAS	Secretaria de Assistência Social
SECULT	Secretaria de Cultura
SEDE	Secretaria de Desenvolvimento
SEPLAN	Secretaria de Planejamento
SMS	Secretaria de Saúde

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	9
2	CAMINHOS PARA A FLEXIBILIZAÇÃO	9
3	ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA	15
4	METODOLOGIA E ANÁLISE DE DADOS: RELATOS EM ORALIDADE	21
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
6	REFERÊNCIAS	27
	APÊNDICE A – INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS ...	30

TRABALHO FLEXÍVEL NO CAPITALISMO PÓS-INDUSTRIAL: A EMERGÊNCIA DO JORNALISTA FLEXITEMPO NAS ASSESSORIAS DAS SECRETARIAS DA PREFEITURA DE CAMPINA GRANDE/PB

André Luis Barbosa de Oliveira Junior¹

RESUMO

À luz de autores como Antunes (2020), Sodré (1983), Jenkins (2009) e Sennett (2009), entre outros, o presente artigo busca analisar as mudanças ocorridas nas rotinas de trabalho das assessorias de comunica o das secretarias da Prefeitura de Campina Grande/PB a partir das dinâmicas flexíveis que são impostas   medida que a forma de produ o desta área se atualiza. Partindo do método da História Oral, mediante a aplica o de um roteiro de perguntas semiestruturado, a pesquisa revela o surgimento de um profissional nomeado como "jornalista flexitempo", que corresponde ao jornalista multiplataforma, com acúmulo de atividades, que possui flexibilidade em seus horários de trabalho, alterando profundamente a rela o deste trabalhador com a vida profissional e a vida pessoal, na qual ambas instâncias se misturam constantemente. O resultado desta convergência gera cada vez mais sobrecarga de atividades que resultam em estresse ou ansiedade.

Palavras-chave: Rotinas Produtivas. Assessoria de Comunica o. Jornalismo Pós-Industrial. Jornalista Flexitempo.

ABSTRACT

In the light of authors such as Antunes (2020), Sodré (1983), Jenkins (2009) and Sennett (2009), among others, this article seeks to analyze the changes that have taken place in the work routines of the communication offices of the municipal secretariats of the Campina Grande/PB from the flexibilizing dynamics that are imposed as the form of production in this area is modernized. Starting from the Oral History method, the research reveals the emergence of a professional named as a "flexitempo journalist", which corresponds to the multiplatform journalist, with accumulation of activities and who, even having flexibility in their working hours, cannot manage their routine and generates more and more activity overload that results in stress or anxiety.

Keywords: Productive Routines. Communication Advisory. Post-Industrial Journalism. Flexitempo journalist

¹Graduando em Jornalismo pela Universidade Estadual da Paraíba. E-mail: andrebojim@gmail.com

1 INTRODUÇÃO

O objetivo deste trabalho é compreender as alterações nas rotinas produtivas dos profissionais de jornalismo, especificamente aqueles que atuam na área de assessoria de comunicação das secretarias municipais da Prefeitura de Campina Grande/PB, que são afetados diariamente pela flexibilização em suas rotinas resultantes da digitalização nas suas atividades laborais.

Para compreender como se deram essas alterações, foi realizado um levantamento histórico que analisa o campo jornalístico desde o seu surgimento, a partir dos conceitos do Iluminismo até a utilização dos smartphones como material de trabalho (FIGARO et al, 2013), bem como, a partir disso, compreender que essas reconfigurações são atreladas ao desenvolvimento da lógica capitalista. (MASI, 2001). Não obstante, este trabalho ainda ampara-se, principalmente, nos estudos de Richard Sennett (2009) sobre flexibilização das horas de trabalho, condição que favorece a emergência do “profissional flexitempo” e que aqui denomina-se como “jornalista flexitempo”, que corresponde ao profissional de jornalismo com horário de trabalho flexível.

Partindo, também, do conceito de “jornalismo pós-industrial” (ANDERSON, 2013), buscou-se compreender como as dinâmicas de produção jornalísticas têm estado em constante mudança, uma vez que este período de inserção das mídias digitais, advindas da internet, transforma as maneiras de produção do produto jornalístico que atravessam as reconfigurações da profissão neste sistema capitalista pós-industrial.

No que diz respeito à perspectiva metodológica, para que houvesse uma interpretação o mais próxima possível do que é vivido todos os dias por esses profissionais, foi utilizado o método da história oral, partindo da elaboração de um roteiro de entrevista semiestruturado para ser instrumento da coleta de dados. Embora não revele os fatos com precisão, tal escolha metodológica se dá pelo fato de que o depoimento oral faz uma representação sob a ótica de cada indivíduo, suas subjetividades, opiniões e impressões a respeito da flexibilização, buscando, dessa maneira, deixar o trabalho com um olhar mais humanizado. (KARAN, 2014).

A partir destas concepções, foram entrevistados cinco jornalistas que atuam como assessores de comunicação em cinco diferentes secretarias municipais da prefeitura supracitada. Cada um dos profissionais relatou suas experiências e rotinas de trabalho flexível.

2 CAMINHOS PARA A FLEXIBILIZAÇÃO

Conhecido como “Século das Luzes” por se opor a “Idade das Trevas” onde todo conhecimento era subordinado à igreja, o Iluminismo foi um movimento cultural europeu surgido no século XVII que acreditava que somente a “luz do conhecimento” levaria a razão, ou seja, o conhecimento ou a informação “iluminaria” a mente da população e isso os levaria a um pensamento mais racional e autônomo. Foi partindo dos conceitos e ideais deste movimento que nasceu o jornalismo, sendo consolidado com o surgimento da prensa de Gutemberg. (FIGARO et al, 2013).

Para falar sobre a imprensa no Brasil é necessário destacar que seu surgimento se deu após a chegada da família real no território nacional, em 1808. Junto a chegada dessa família também estava uma tipografia que, por ser um utensílio que possibilita a fácil produção de impressos, foi essencial para que D. João

autorizasse a criação da Imprensa Régia. Foi dessa maneira que a imprensa brasileira foi inaugurada, com a circulação e impressão dos dois primeiros jornais do país, o “Correio Braziliense” inicialmente produzido por Hipólito José da Costa, em Londres; e o jornal produzido pela Imprensa Régia sob a supervisão e controle da corte portuguesa, intitulado de “Gazeta do Rio de Janeiro”. (MARTINS; LUCA, 2006).

Outro fator decisivo para o desenvolvimento da imprensa no Brasil foi a urbanização nacional, que dependeu completamente do Estado e que teve início no século XIX, na cidade de São Paulo, após um longo período de colonização possibilitado com o cultivo e exportação do café e cana-de-açúcar. Tal desenvolvimento se deu pelo fato desta cidade localizar a maior parte do mercado interno consumidor brasileiro. A inauguração desta fase gerou novos empregos e, conseqüentemente, possibilitou crescimento na economia do país a partir da união do trabalho de brasileiros e imigrantes de diversos países que vinham ao território nacional com o objetivo de usufruir dos bons frutos proporcionados pela nova fase de modernização no país.

Neste período, com o uso da tipografia já consolidado para a produção de impressos, tornou-se comum a circulação de jornais em mais de uma língua, como espanhol e italiano, ou até bilíngües, com o intuito de também informar os imigrantes agora também residentes no Brasil.

Esta preocupação é visível também no que se refere às dificuldades linguísticas que precisam ser superadas. Vários foram os jornais que apareceram em mais de um idioma. O mais antigo, *L'Avenir* (1893), circulava em italiano e em português, *La Barricata* a partir de certo tempo aparecia também em português, assim como o *Germinal*. Foi o que aconteceu também com *O Carpinteiro*, da Liga dos Carpinteiros, que mais tarde passou a circular em italiano e em espanhol, além da edição em português. Como exemplo, pode-se citar *O Amigo do Povo*, *A Lanterna* e o *Socialista*, que logo passaram a circular em italiano, espanhol e alemão. (FERREIRA, 1978, p. 103)

Torna-se importante ressaltar que, neste período, a comercialização dos jornais variava de acordo com as condições de produção, ou seja, suas periodicidades não possuíam um fluxo certo de publicação. Essa irregularidade acontecia por conta de duas dificuldades: problemas financeiros, por causa da falta de publicidade; e o público leitor composto por trabalhadores de baixo poder aquisitivo. O que também dificultava as produções dos jornais era que, naquela época, não existiam repórteres de rua para irem até os locais dos acontecimentos para apurar os ocorridos. As informações contidas nos jornais chegavam até as redações através de pessoas que desejavam denunciar algo ou que tivessem interesse em comentar sobre determinado assunto que achassem interessante. A partir disso, os jornalistas analisavam as informações recém-chegadas e, se achassem relevantes o suficiente, estas iriam parar nos jornais impressos.

Por não possuir anúncios publicitários que ajudassem a manter as redações, a imprensa escrita e o rádio eram subordinados ao Estado até antes dos anos 1950, já no século XX. Isso só mudou quando o processo de industrialização do país se tornou mais assertivo durante o governo Vargas (1950-1954) e, principalmente, quando alcançou uma larga e irreversível escala durante o governo de Juscelino Kubitschek (1956-1960), com a diversificação de indústrias que chegaram ao Brasil e, por conta disso, se fez necessário um investimento significativo em publicidade nos meios de comunicação. Com o crescimento desse processo de modernização, houve, ainda, em setembro de 1950, a inauguração da TV Tupi de São Paulo, propriedade

de Assis Chateaubriand, incluindo este veículo como um dos fortes anunciantes de publicidade daquela época.

Com a maior diversificação da atividade produtiva trazida pela indústria, começaram os investimentos de peso em propagandas e surgiram as primeiras grandes agências de publicidade. Era preciso, agora, anunciar produtos como automóveis e eletrodomésticos, além de produtos alimentícios e agrícolas. Em pouco tempo, os jornais passaram a obter 80% de sua receita dos anúncios. A ocupação do espaço com publicidade passou a ser administrada por uma tabela de preços calculada em centímetros de coluna ou em frações de tempo no rádio e na televisão. (ABREU, 2002, p. 9).

Assim, com o progresso financeiro nas redações apoiado com as publicidades e com o início da introdução da TV no Brasil, o jornalismo, agora, começa a seguir um modelo norte-americano “que privilegia a informação e a notícia, e que separa o comentário pessoal da transmissão objetiva e impessoal da informação”. (ABREU, 2022, p. 12). E dessa maneira permanece o exercício da atividade jornalística até março de 1964, quando o regime militar é inaugurado e leva à prisão opositores do regime, bem como quem se opusesse à censura à imprensa. Neste período, centenas de profissionais do jornalismo foram perseguidos, mortos e empresas jornalísticas incendiadas. A imprensa permaneceu nesse regime até 1974, quando o general Ernesto Geisel assumiu a presidência da república e formulou um plano de libertação política e fim da censura à imprensa com o intuito de conquistar apoio popular. Entretanto, o início do fim da censura só começou após o jornalista Wladimir Herzog ser encontrado morto numa cela em que teria cometido “suicídio²”. Diante do ocorrido, o presidente Geisel não admitiria a repetição de acontecimentos semelhantes.

Esses episódios também foram marcantes para a história do jornalismo. A partir daí, a censura foi explícita ou a autocensura dos órgãos de imprensa foi bastante amenizada, e os jornais e revistas passaram a agir com mais desenvoltura em defesa da volta à democracia, da anistia e da liberdade de expressão. (ABREU, 2002, p. 25).

Em 5 de outubro de 1988, a imprensa recuperou sua garantia de livre expressão. Nesta década, a imprensa brasileira passava por mudanças com os avanços tecnológicos nas áreas de telecomunicações e informática, que faziam surgir novas possibilidades de impressão e registros audiovisuais. Isso afetou diretamente a forma de produzir notícia e, conseqüentemente, sua transmissão.

Assim como o Brasil se modernizou, criando a imprensa nacional, e se adaptou para iniciar essa nova fase na década de 1980, pode-se entender que a classe jornalística continuou adaptando-se aos novos meios de produção de trabalho à medida em que eles foram se renovando no decorrer dos anos. Logo, torna-se possível inferir que o desenvolvimento da imprensa nacional acompanhará os avanços nas produções de trabalho do capitalismo por todo o mundo, e que estes moldarão pouco a pouco a configuração do cenário comunicacional do país. Segundo Sodré (1983, p. 1), “a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista”. Já para Vizeu (2002), a relação que existe entre o capitalismo e o jornalismo se dá a partir do progresso técnico da imprensa.

² Segundo o site UOU Educação, a morte de Vladimir Herzog possui duas versões. Uma afirma que o jornalista teria se matado e que foi encontrado morto e outra versão que corresponde a um assassinato premeditado. Notícia disponível em <https://vestibular.uol.com.br/resumo-das-disciplinas/atualidades/caso-vladimir-herzog-entenda-por-que-a-morte-de-vladimir-herzog-voltou-ao-noticiario.htm>. Acesso em 10 de julho de 2022.

O jornalismo, como conhecemos hoje no mundo ocidental, tem suas origens intimamente ligadas ao desenvolvimento do capitalismo. Na segunda metade do século XV, as técnicas de impressão se espalharam rapidamente e as empresas foram estabelecidas nos principais centros comerciais europeus. (VIZEU, 2020, p. 39).

A partir destes levantamentos confirma-se que o amadurecimento do jornalismo brasileiro seguiu as transformações capitalistas, uma vez que o encadeamento da industrialização resultou em modificações na capacidade da organização produtiva. (OLIVEIRA JUNIOR et al, 2021). Inserida nesta realidade, o jornalismo progride para a produção industrial em larga escala que se estabelece como ofício no Brasil durante os anos de 1960. (FONSECA, 2005).

A prática diária de produção jornalística se moldou aos cenários em que estavam inseridas desde o início do seu exercício. Se antes as informações eram veiculadas apenas através de jornais, rádios e, posteriormente, aos poucos, com surgimento e uso de novas mídias para se fazer comunicação, como TV e internet, hoje, as informações são veiculadas majoritariamente através de novas plataformas surgidas a partir das possibilidades vindas da internet. Assim, as rotinas de produção jornalística tiveram que, mais uma vez, se moldarem ao que se está em uso para, a partir disso, tornar as novas mídias suas aliadas e fazer um jornalismo mais moderno e acessível ao seu público. Essa realidade se enquadra ao que Castells (2003, p. 266) discorre como consequência das mudanças das fases capitalistas, assim “qualquer processo de transição histórica, uma das expressões de mudança sistêmica mais direta é a transformação da estrutura ocupacional, ou seja, das categorias profissionais e do emprego”. E foi dessa maneira que o jornalismo adaptou suas rotinas e suas atividades a partir das várias fases do capitalismo.

Com a atividade jornalística acompanhando esses avanços, pode-se entender sua ligação direta com os processos de produção Taylorista e Fordista, surgidos na Inglaterra a partir das revoluções industriais. O primeiro modelo é focado na utilização máxima do trabalhador com apenas uma atividade e que a realização do seu trabalho está ligada ao tempo. Ribeiro (2015, p. 67) explica que “a preocupação de como produzir do melhor modo e o mais rapidamente possível e a meta de obter os rendimentos máximos dos trabalhadores são diretrizes que mostram como a qualidade e resultado dos trabalhos está ligada à noção do tempo”. Em outras palavras, a autora salienta a ideia de que, no taylorismo, os resultados serão ainda maiores com a máxima utilização do trabalhador durante o seu horário de trabalho. Já o segundo modelo, o fordismo, corresponde a uma produção industrializada, com a introdução do maquinário e que leva a acumulação de atividades com carga horária de trabalho mais flexível.

Dessa forma, articulam-se como idéias formadoras da singularidade do Fordismo: a separação entre concepção/execução, a fragmentação/rotinização/esvaziamento das tarefas; a noção de um homem/uma tarefa com especialização desqualificante; o controle do tempo de execução das tarefas estritamente orientadas por normas operacionais em um processo onde a disciplina se torna o eixo central da qualificação requerida; pouca ou nenhuma aceitação do *saber* dos trabalhadores tendo em vista contribuir para a melhoria do processo produtivo, e, conseqüentemente, do produto; e produção em massa de bens a preços cada vez menores para o um mercado também de massa. (RAMALHO; SANTANA, 2004, p. 15).

Trazendo esse modelo para a imprensa brasileira, com a introdução de um novo maquinário industrial correspondente a, por exemplo, computador e internet, que permite a produção da notícia em uma escala maior e com divulgação mais instantânea, nos deparamos com uma ligação ao período pós-fordista. Para Ramalho e Santana (2004, p. 19), tal conjunto de alterações nas formas de produção do trabalho são conceituadas para alguns como “especialização flexível” ou “novo conceito de produção” e que estas caracterizam o pós-fordismo. No Brasil, esse processo de trabalho com novas tecnologias advindas da internet se tornou ainda mais forte durante a chegada do século XXI que trouxe consigo novas formas de compartilhamentos por redes móveis, como afirma Silva (2015):

Com a explosão das tecnologias móveis e sem fio no século XXI, o jornalismo móvel implica em um processo de reconfiguração da produção jornalística devido à dinâmica imprimida às rotinas de produção dos repórteres em campo no processo de apuração, edição e compartilhamento de conteúdos por redes móveis ou telemáticas que elevou o trabalho à condição multitarefa e polivalente, entre outros fatores que também contribuíram para o processo como a convergência. (SILVA, 2015, p. 10).

Seguindo as transformações desse cenário, logo, nos encontramos com o jornalismo pós-industrial que diz respeito “à medida que a tecnologia avança, o trabalho jornalístico é mudado para atender ao consumidor da informação que vive em constante mudança de gostos e necessidades”. (OLIVEIRA et al, 2019, p. 4). Para Costa (2014), o jornalismo pós-industrial “Não é um novo jornalismo, ou um jornalismo superior, mas um novo lugar do qual lançar os olhos sobre o objeto jornalismo - e do qual este, por sua vez, possa lançar os olhos sobre a sociedade”. (COSTA, 2014, p. 7). Já para Anderson (2013), a realidade pós-industrial dentro das redações jornalísticas causará um impacto tão significativo que a forma de produção da notícia terá que ser repensada.

O jornalismo-pós industrial parte do princípio de que instituições atuais irão perder receita e participação de mercado e que, se quiserem manter ou mesmo aumentar sua relevância, terão de explorar novos métodos de trabalho e processos viabilizados pelas mídias digitais. Nessa reestruturação, todo aspecto organizacional da produção de notícias deverá ser repensado. Será preciso ter mais abertura a parcerias, um maior aproveitamento de dados de caráter público; um maior recurso a indivíduos, multidões e máquinas para a produção de informação em estado bruto; e até um uso maior de máquinas para produzir parte do produto final. (ANDERSON, 2013, p. 38)

Desta maneira, com o trabalho se adequando dia após dia neste contexto pós-industrial e contemporâneo, visualizamos o profissional de jornalismo constantemente ligado ao exercício de sua profissão que exige muita inovação e pouco tempo para produção. Segundo Nicoletti (2019, p. 69), em sua tese de doutorado, o cenário em que está inserido o jornalismo atual coloca o jornalista como uma “máquina de alta produtividade”, no qual é intencionalmente imposto a necessidade de muita produção e em pouco tempo. Esse contexto se dá, também, em decorrência da conjuntura atual que dissemina muito rapidamente as informações e que obrigam o profissional de jornalismo a ter um trabalho mais minucioso e de checagem redobrada.

Entretanto, é importante ressaltar que essa inevitável e alta exigência de produção é imposta a um conjunto composto por jornalistas que dividem o mesmo ambiente de trabalho e que possuem o mesmo objetivo: levar informação ao público.

Então, apoiando-se nesta realidade, torna-se imprescindível salientar a importância que uma rotinização de trabalho jornalístico tem dentro de uma redação, visto que seus profissionais estão cada vez mais tendenciados a uma rotina de trabalho no qual dependem minuciosamente uns dos outros para a produção da notícia.

O jornalismo, como qualquer outra profissão, tem rotinas. E ai dele se não tivesse. Sem regras, nada funciona. Muito menos uma redação. Nela trabalhamos sujeitos a surpresas constantes. Justamente por isso é preciso respeitar normas, ter métodos e padrões de comportamento definidos (NOBLAT, 2003, p. 122).

Com suporte nessa união, fica possível fazer, também, uma ligação à luz da teoria interacionista, de Traquina (2005), que conceitua sobre a rede noticiosa em que está inserido o conjunto de jornalistas unidos e rotinizados dentro da redação em prol da produção da notícia. Sendo assim, “o conhecimento de formas rotineiras de processar diferentes tipos de ‘estórias’ noticiosas permite aos repórteres trabalhar com mais eficácia” (TRAQUINA, 2005, p. 193), concluindo que o produto final que é noticiado para público é resultado não só do trabalho do repórter, mas sim resultado de um grande processo produtivo que engloba vários jornalistas, desde a fase de preparação da pauta até a interpretação dos fatos, edição do que foi apurado, remodelação do produto jornalístico para, só assim, ser noticiado.

Apesar da inevitável organização dessas rotinas, o que observamos é que o jornalista tende a trabalhar mais, embora não haja dúvidas de que a introdução da informatização nas redações tenha trazido um salto na rapidez e na execução das atividades. Isso se dá por conta da pressão imposta sobre os jornalistas que, agora, estão sob o rigor do tempo que os impõe a um trabalho cada vez mais imediatista ou por conta das questões comerciais, por exemplo. Esse método acaba visando a adequação ao atendimento das necessidades e interesses do capital, gerando mais importância aos resultados do que as próprias condições dos processos de produção. Segundo Abreu (2002, p. 36), “nesse processo rápido e ágil, o controle da qualidade se torna mais difícil”. A autora ainda salienta que:

No novo jornalismo, submetido à pressão da concorrência – que afinal resume todos os outros tipos de pressão –, os jornalistas também são submetidos a regras mais explícitas, destinadas a aumentar a eficiência do processo coletivo de trabalho. Seria esse, e não mais o “talento individual”, o grande trunfo do jornalismo moderno. (ABREU, 2002, p. 37).

Nesta conjuntura de estruturação das rotinas de trabalho jornalístico frente ao cenário atual que lida com o fator “tempo” e com o uso do maquinário industrial para produzir notícias, chegamos às nuances que nos revelam sobre a inevitável flexibilização nos horários de trabalho destes profissionais. A adesão deste modelo leva, no mundo do trabalho contemporâneo, a uma organização desestruturada do tempo de serviço que pode ser definida, segundo Sennett (2009, p. 54), como “flexitempo”. Desta maneira, infere-se que a flexibilização é completamente ligada ao tempo de serviço do trabalhador.

A partir deste entendimento, nos ligamos ao trabalho feito pelos jornalistas atuais que, por muitas vezes, na corrida pelo furo de reportagem, ultrapassam o limite dos seus horários de trabalho ou, em outros casos fora do horário de trabalho e fora da redação, assumem o exercício de sua profissão para cobrir algum acontecimento com o intuito de, talvez, adiantar o seu trabalho. Segundo Sennett (2009), o trabalhador flexitempo tende a desejar a flexibilização no seu horário de trabalho sob a ótica de que isso lhe garantirá liberdade e controle sobre seu trabalho, entretanto:

Na revolta contra a rotina, a aparência de nova liberdade é enganosa. O tempo nas instituições e para os indivíduos não foi libertado da jaula de ferro do passado, mas sujeito a novos controles do alto para baixo. O tempo da flexibilidade é o tempo de um novo poder. (SENNETT, 2009, p. 69).

No mundo do jornalismo sabemos que as ocorrências corriqueiras do dia a dia não possuem hora e muito menos lugar para acontecerem, e a corrida em busca dessas ocorrências que possuem grande viés de notícia é tão alta que sentencia o jornalista a viver em prol do trabalho. Neste caso, não importa lugar, hora ou se por acaso o jornalista está ou não dentro da redação. O que realmente importa é o ocorrido e o quão chocante, emocionante ou diferenciado ele é para virar notícia. (WOLF, 1994). Assim, a partir dos levantamentos citados e dos conceitos sobre flexibilização do sociólogo Richard Sennett, temos em evidência o jornalista com a rotina de trabalho flexibilizada, ou seja, o “jornalista flexitempo”. Tal vocábulo busca ser designado a jornalistas tendenciados ao horário de trabalho flexibilizado, seja por imposição da realidade do cenário em que estão inseridos ou por força do hábito.

A partir destes levantamentos, este trabalho abordará, mais adiante, como se dá essa flexibilização sob a ótica dos jornalistas atuantes nas assessorias de imprensa da Prefeitura de Campina Grande/PB. O cenário apresentado até aqui demonstra como o jornalismo e seus modelos de produção estão vinculados, uma vez que seguem as lógicas capitalistas.

3 ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO E IMPRENSA

As assessorias de comunicação e imprensa têm ganhado cada vez mais espaço no mercado de trabalho devido a sua importância dentro do campo da comunicação organizacional, visto que o pleno funcionamento de uma instituição é diretamente influenciado pela forma como a comunicação é estabelecida, interna e externamente. Para Duarte (2011), desenvolver mecanismos para a difusão de informações sempre foi uma preocupação da gestão das organizações, sejam elas privadas, públicas ou não governamentais.

Entretanto, para falar sobre a atividade desta área no Brasil é necessário entender que, inicialmente, só existiam assessorias de imprensa (AI) e que após a remodelação do cenário de comunicação, com a utilização em maior escala da publicidade e, conseqüentemente do marketing por conta das redes sociais, surgiram, assim, as assessorias de comunicação (AC). Mas antes de entender o que diferencia as AI das AC, é imprescindível compreender como se deu o contexto do surgimento de cada uma. Para tanto, começaremos inferindo que embora a prática das AI tenham iniciado a partir de 1964, período em que organizações públicas e privadas abriram espaço para relações públicas (RP), seu exercício só se consolidou no Brasil há pouco mais de 30 anos e que, até aquele período, as atividades deste setor eram desenvolvidas somente pelo setor de RP. Para Bella (2011, p. 30), “a área de relações públicas conquistou uma regulação de enorme abrangência no campo profissional de colisão com outras profissões, em especial com o jornalismo”. Dessa maneira, até o final da década de 1960, na área do jornalismo, a AI ficou sendo considerada de irrelevante importância e pouco conhecida. Por conta disso, as atividades deste setor eram desenvolvidas por profissionais vindos de diversas áreas, como administradores de empresas, por exemplo.

Desta maneira permaneceu a área terminando, inclusive, a década de 1980 com poucos jornalistas atuando como assessores de imprensa. Essa quase inexistência da atuação destes profissionais neste setor revelam, para aquela época, o que pode-se entender como despreparação da área como descreve Duarte:

As assessorias de imprensa eram sempre formadas por gente educada, fina, com imensa dedicação, mas completamente despreparada para a função. As empresas, muitas vezes, pegavam um bom funcionário administrativo, que tinha um 'jeitinho' para relações públicas e colocavam-no para tratar com a imprensa. (DUARTE, 2011, p. 13).

Atendo-nos ainda a esta década, foi possível perceber que jornalistas estavam começando a migrar para outras áreas da comunicação. Isso acontecia em instituições que viam a necessidade de investimento em comunicação para que a informação do seu negócio fosse a chave para o sucesso. Logo, essa estratégia começou a se tornar comum para organizações do país. "As assessorias de imprensa tornaram-se, então, embriões de estruturas de comunicação que oferecem grande diversidade de produtos e serviços". (DUARTE, 2011, p. 81). Vale ressaltar que foi exatamente neste mesmo período que o Brasil passava por mudanças nos ambientes de trabalho jornalísticos por causa dos avanços tecnológicos agora implementados no dia a dia dos profissionais da área. Nesta época, os jornalistas já tinham que lidar com a produção de um conteúdo jornalístico feito, também, com o manuseio da internet.

A expansão dessas atividades dentro da área de comunicação resultou em jornalistas atuantes para além das redações, como publicidade e propaganda, marketing político, divulgação, edição de publicações e de conteúdos para internet, relacionamento com a imprensa e, é claro, demais funções gerenciais da assessoria de imprensa. Partindo deste salto possibilitado com o "boom" da internet, as assessorias de imprensa, agora, passaram para o time dos principais campos de atuação do jornalismo, ao lado da televisão, rádio e periódicos.

O avanço da inserção de jornalistas na área de comunicação institucional a partir desse período foi tão grande que se tornou o principal campo de atuação dos jornalistas no Brasil. O Sindicato dos Jornalistas Profissionais do DF calculava, já em 1993, que metade dos 25 mil jornalistas brasileiros estavam "direta ou indiretamente relacionados com as assessorias, consultorias e planejamento de comunicação". E, ao contrário do que ocorria antes, quando atuavam em assessorias profissionais com experiência em redações, torna-se cada vez mais comum o jornalista sair da faculdade diretamente para uma assessoria de comunicação. (SANT'ANNA, 1993, p. 102).

Com o campo das assessorias se expandindo por conta do avanço tecnológico trazido com os meios de produção capitalistas e, dessa maneira, criando multifunções para o jornalista atuante nesta área, temos em evidência o surgimento das assessorias de comunicação (AC), revelando que este campo também sofreu os impactos flexibilizantes de uma era pós-industrial.

O Manual de Assessoria de Imprensa, da Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), define a Assessoria de Imprensa como o "serviço prestado às instituições públicas e privadas, que se concentra no envio frequente de informações jornalísticas, dessas organizações, para os veículos de comunicação em geral". (FENAJ, 2007, p. 7). Para tanto, é necessário que a atuação em assessoria de imprensa requeira dos profissionais uma atenção contínua no que se refere a imagem da empresa em que

atua. Preocupa-se também em fazer com que os funcionários desta instituição sintam-se informados e contemplados com os objetivos, ações e interesses da empresa, e assim, pertencidos ao lugar no qual presta serviços. Fortalecer a comunicação entre os colaboradores é importante pois leva “a integração [...] e maior comprometimento dos funcionários e aumenta os índices de qualidade e de produtividade”. (DUARTE, 2011, p. 30). Portanto, seu papel principal é estabelecer uma boa relação e um fluxo de informações, de forma clara e objetiva, entre a empresa, a mídia e, conseqüentemente, o público, prestando serviço especializado e prezando pela imagem e identidade do seu assessorado perante à comunidade. Para tanto, as assessorias criam estratégias de acordo com as informações, empresa, público e canal de mídia, especialmente nos dias de hoje, em tempos de grande difusão de informação pela internet e redes sociais.

Assim, a relação com a mídia é um fator importante tanto para a empresa assessorada quanto para o assessor de imprensa, visto que é seu profissionalismo e credibilidade que está em jogo. É importante que o assessor tenha pautas relevantes para a mídia, que saiba comunicar-se bem e assim, ganhar o que chama-se de mídia espontânea, que trata-se de ter espaço nos veículos de comunicação sem precisar pagá-lo.

O assessor de imprensa deve ter consciência de que sua credibilidade depende de um bom relacionamento com os jornalistas dos veículos de comunicação, pautando-se sempre pela transparência e por uma postura de colaboração. Essa atitude pode valorizar a informação que o assessor de imprensa está divulgando, podendo ampliar os espaços de mídia espontânea. (FENAJ, 2007, p. 9).

Apesar de muitas pessoas acreditarem que assessoria de imprensa e assessoria de comunicação são a mesma coisa, há diferença entre elas. Em síntese, a assessoria de imprensa é mais restrita, tratando da relação da empresa apenas com a mídia e organizações, bem como com seu público-alvo através das redes sociais, por exemplo; ao passo que a assessoria de comunicação é mais ampla, englobando o relacionamento tanto externo — considerando não somente a mídia, mas também o público — como interno — como seus colaboradores, servidores, parceiros, setores, entre outros, e seu trabalho deve ser feito em consonância com profissionais de outras áreas como Relações Públicas, Publicidade e Marketing.

Mafei (2005) define o trabalho executado por um assessor de comunicação como uma profissão muito mais estratégica, que abrange a construção de relacionamentos mais sólidos com jornalistas na redação. Esse profissional não apenas executa ações, mas as planeja. Boanerges Lopes (2005) corrobora com ela sobre a importância do assessor ao dizer que:

Temos também a Comunicação se afirmando progressivamente como o epicentro das atenções nas empresas não só brasileiras, mas no mundo inteiro. Em plena atualidade, selecionar a informação, dar-lhe uma forma, tem sido um dos grandes desafios das organizações. Não há conhecimento sem informação estruturada, já que conhecimento gera capital intelectual — hoje o maior valor das empresas. E os Assessores estão em alta, pois se constituem nos novos condutores das atividades de comunicação nas organizações. Um momento onde a preocupação com a imagem é fator de vantagem competitiva, e precisa ser administrada com inteligência, processos, uso de técnicas bem concebidas, refletidas, ações coordenadas, habilidades específicas e profissionalismo. (LOPES, 2005, p. 455).

Ou seja, este profissional trabalha a imagem do seu assessorado tanto na mídia como na sociedade, não se resumindo apenas a um trabalho de divulgação, e sim, a um processo gradativo de posicionamento da instituição e “construção” de uma imagem. Não que essa “construção” seja uma representação falsa ou positivamente exagerada, mas o objetivo final da atividade está intimamente relacionado à produção e divulgação de acordo com os interesses do assessorado. Assim, o trabalho da AC constitui-se como essencial para as empresas, principalmente na atualidade, onde a concorrência no mercado é cada vez maior e os avanços tecnológicos exigem constante atenção e reconfiguração das formas de comunicar. A presença em instituições de um profissional capacitado e com disponibilidade de ferramentas e conhecimentos atualizados sobre assessoria de comunicação fará com que os objetivos comunicacionais da empresa sejam alcançados mais facilmente através de um planejamento, e o seu papel social seja cumprido.

A comunicação tem passado por constantes mudanças e evoluções, principalmente após o advento da internet e as transformações tecnológicas vivenciadas no dia a dia do jornalismo nos últimos anos. O público que antes buscava informações apenas através dos veículos tradicionais como TV e Rádio, hoje se informa, na maioria das vezes, num primeiro momento, através da internet e das redes sociais³. Tal realidade faz com que as empresas também migrem para estes espaços, acompanhando seu público que agora está conectado 24 horas por dia ao ambiente online.

Atualmente, uma empresa que não está nas redes e não possui canais de comunicação online com o público, acaba perdendo espaço e até mesmo deixando de existir, uma vez que a internet se constitui como o local onde os brasileiros mais buscam informações sobre as empresas, instituições, produtos e serviços⁴. Por esse motivo, o AC deve orientar seu cliente a respeito da importância de estar em plataformas como Facebook, Instagram e Twitter, bem como fazer um planejamento de como construir sua imagem e identidade nesses meios.

[...] a utilização das redes sociais pelas organizações, deve ser feita através de um planejamento estratégico digital, ponderando quais são os seus públicos estratégicos e as melhores maneiras de interagir com eles. É também fundamental perceber se o seu público é utilizador ativo das redes sociais. A importância do monitoramento da página também não deve ser esquecida, pois, sem ele, a presença da organização na rede pode não ser tão eficaz. (LAGE, 2014, p. 74).

Dessa maneira, podemos compreender que a transformação digital vinda com a era pós-industrial trouxe para o universo do trabalho uma perspectiva mais dinâmica sobre o uso da comunicação para o desenvolvimento das empresas, fazendo com que estas invistam cada vez mais nas áreas das assessorias. Portanto, assim como a imprensa passou por reconfigurações significativas em seus modos de produção à medida que surgiam e avançavam os modelos de produção mais tecnológicos, as assessorias precisaram acompanhar essas evoluções para que fosse possível se comunicar com um público marcado pela digitalização.

Neste sentido, é importante pontuar que, assim como tem acontecido em muitas redações, os processos de convergência na profissão (JENKINS, 2009) —

³ Pesquisa “Olhar digital”, da agência Hello. Notícia disponível em: [Pesquisa aponta: sete em cada dez brasileiros se informam pelas redes sociais - Olhar Digital](#). Acesso em 05 de março de 2022.

⁴ Levantamento realizado pelo NZN Intelligence. Notícia disponível em: [Compra online é preferência de 74% dos consumidores brasileiros \(ecommercebrasil.com.br\)](#). Acesso em 05 de março de 2022.

para multiplataforma — e a demanda por profissionais multitarefas, também têm sido exigidos e têm impactado as assessorias corroborando para a flexibilização na área. Para tanto, para as produções, os profissionais acabam tendo que saber e pensar um pouco sobre comunicação, marketing, publicidade, etc., além de produzirem para diversas plataformas, adaptando os conteúdos e explorando as características de cada uma delas, a fim de obter melhores resultados.

Não obstante, vale salientar que as funções das assessorias modificaram-se com o passar do tempo, sobretudo após a difusão das tecnologias digitais. O acompanhamento de entrevistas e/ou a elaboração de *clipagem*⁵, releases, fazer *mailing*⁶, por exemplo, deixaram de ser funções únicas do assessor. Ribeiro (2012) afirma que atualmente o assessor atua cada vez mais ligado à organização e elaboração de ações de comunicação nas empresas, preenchendo um cargo de gerência, coordenação ou superintendência do setor das organizações, sendo, ainda, autor de estratégias e planejamentos alinhados à publicidade e ao marketing. É dessa maneira que está constituída a cultura organizacional de comunicação das empresas na contemporaneidade.

Assim, reafirmamos que a eclosão da internet fez com que os processos de produção que antes eram feitos de uma forma manual e que levavam mais tempo de produção, atualmente são beneficiados pelas ferramentas trazidas com as novas tecnologias, a exemplo da interação com a produção de conteúdo institucional e veículos de comunicação. Como exemplo, pode-se citar o uso das plataformas de *streaming* como veículo de divulgação de materiais, já que o Brasil tem sido o segundo país a mais consumir esta mídia no mundo, segundo pesquisas⁷.

Trabalhos como esse demonstram que o processo de digitalização das assessorias facilitou a criação de produtos, incrementando os serviços prestados pelo setor. Tais mudanças não incidem só neste campo da comunicação em si, mas, principalmente, naqueles que compõem o departamento, nesse caso, os jornalistas. Cardoso e Oliveira (2020), refletem sobre os impactos da digitalização nestas repartições. Para eles, esse processo vem “[...] levando os profissionais a adaptarem-se a esta nova realidade, incorporando o digital em suas práticas [...]” (CARDOSO; OLIVEIRA, 2020, p. 105). E, além de transformar as formas de produção desse ambiente, as tecnologias e as mídias digitais também mudaram a relação entre elas e o público, visto que, com as redes sociais, por exemplo, tornou-se possível uma comunicação direcionada e rápida (CARDOSO; OLIVEIRA, 2020).

Tecnicamente também houve mudanças. As câmeras DSLR⁸, os gravadores de áudio, os blocos de anotações e os programas de edição de som e imagem perderam (ou melhor, abriram) espaço para as inúmeras funcionalidades e aplicativos disponíveis em smartphones e tablets. Aumentam-se a mobilidade e a velocidade de

⁵ Segundo o Manual de Assessoria de Comunicação/Imprensa (2007, p. 13) da FENAJ, a clipagem é um "levantamento das matérias publicadas nos veículos de comunicação" sobre o assessorado. Dessa maneira, o material é selecionado, coletado e depois organizado para controlar como e quando o assessorado aparece na mídia. Assim, é possível mensurar os resultados da assessoria.

⁶ Lista com os principais contatos de jornalistas a quem são endereçados os releases.

⁷ Pesquisa feita pelo UOU.com. Notícia disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/colunas/guilherme-ravache/2021/08/12/brasil-e-segundo-do-mundo-em-streaming-e-crescimento-do-disney-surpreende.htm>. Acesso em 14 de junho de 2022.

⁸ Uma câmera DSLR é um corpo de câmera digital que permite que a luz entre em uma única lente onde atinge um espelho que reflete a luz para cima ou para baixo no visor da câmera, além de possibilitar armazenamento de fotos e vídeos digitalmente através do cartão de memória. Assim, a manuseio deste equipamento garante um armazenamento de arquivos mais seguros, por isso este tem se tornado predominância em assessorias ou agências de comunicação. Informação disponível em: <https://tecnoblog.net/responde/o-que-e-uma-camera-dslr/>. Acesso em 14 de junho de 2022.

transmitir a informação, aumentam-se as exigências e as responsabilidades. Os profissionais, muitas vezes, ficam sobrecarregados por terem de fazer todas as atividades sozinhos — pautar, entrevistar, escrever e adaptar a cada canal, fotografar, editar, publicar, dar assistência à imprensa, etc —, e em pouco tempo. Este cenário de cobrança favorece as rotinas flexíveis e, em muitos casos, tende a fazer-se necessário finalizar o trabalho em casa. Para Sennett (2009, p. 68), “o mais flexível dos flexitempos é o trabalho em casa”. Sendo assim, esta realidade pode caracterizar-se, também, como o modelo de teletrabalho ou *home office*⁹.

Tal cenário se acentuará com a expansão da chamada Indústria 4.0. [...] Concebida para gerar um novo e profundo salto tecnológico no mundo produtivo (em sentido amplo), estruturada a partir das novas tecnologias da informação e comunicação (TIC), que se desenvolvem de modo célere. Sua expansão significará a ampliação dos processos produtivos ainda mais automatizados e robotizados em toda a cadeia de valor, de modo que a logística empresarial será toda controlada digitalmente (ANTUNES, 2020, p. 11).

Por outro lado, os benefícios e as facilidades trazidas pelos dispositivos móveis e seus aplicativos para as assessorias também são inúmeros. A título de citação, podemos tomá-los como “instrumentos facilitadores da rotina de trabalho, e também como meio de divulgação dos produtos comunicacionais desenvolvidos nas organizações públicas e privadas” (ESTEVEZ, 2006, p. 44). Alguns dos pontos facilitados são: a redução de tamanho, peso e quantidade de equipamentos muitas vezes necessários para produzir um conteúdo; redução de custos para produção e veiculação de materiais, uma vez que hoje boa parte das assessorias e da busca por informações pelo público são digitais; e, conseqüentemente, rapidez de produção e “postagem” de conteúdos e melhor alcance do seu público-alvo (caso seja identificado que ele faz uso de mídias digitais).

4 METODOLOGIA E ANÁLISE DE DADOS: RELATOS EM ORALIDADE

Este estudo tem como objetivo compreender como se dá a flexibilização nas rotinas produtivas dos jornalistas atuantes na área de assessoria de comunicação das secretarias da Prefeitura de Campina Grande/PB. O método utilizado para tal análise foi à luz da história oral, no qual se deu através de entrevistas ocorridas entre os dias 20 a 26 de junho de 2022, em horários alternados de acordo com a disponibilidade de cada um dos entrevistados, e que foram possibilitadas por meio da plataforma digital de reuniões *Google Meet* e o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz *WhatsApp*. A escolha para tal método se dá a partir da noção de que este, através da coleta de relatos possibilitados com entrevistas, enfatiza de maneira mais humanizada e íntima como se dá, neste trabalho, a flexibilidade nas rotinas laborais dos assessores. Alberti define tal método como:

⁹ Segundo o Tribunal Superior do Trabalho, atividades realizadas fora das dependências da empresa, com o uso de recursos tecnológicos como notebook ou celular, por exemplo, se caracterizam como teletrabalho ou *home office* (trabalho em casa). Informação disponível em: <https://canaltech.com.br/empreendedorismo/qual-e-a-diferenca-entre-teletrabalho-e-home-office-211133/#:~:text=Portanto%2C%20home%20office%20C%3%A9%20um,viagens%20custeadas%20do%20pr%C3%B3prio%20bolso..> Acesso em 08 de julho de 2022.

[...] um método de pesquisa (histórica, antropológica, sociológica, ...) que privilegia a realização de entrevistas com pessoas que participaram de, ou testemunharam acontecimentos, conjunturas, visões de mundo, como forma de se aproximar do objeto de estudo. Trata-se de estudar acontecimentos históricos, instituições, grupos sociais, categorias profissionais, movimentos, etc. (ALBERTI, 1990. p. 52).

O instrumento para a coleta dos dados foi um roteiro de entrevistas semiestruturado¹⁰. As entrevistas foram gravadas, com a permissão de cada um dos entrevistados, posteriormente foram transcritas, analisadas e agrupadas por áreas temáticas que resultaram na produção deste material.

Dessa maneira, foram escolhidos 5 jornalistas que atuam como assessores das secretarias municipais da Prefeitura de Campina Grande, são eles: 1) Rafael de Araújo Mélo (31), atuante há 8 anos na Secretaria de Saúde (SMS); 2) Edson Glêbson Rodrigues Calixto (28), atuante há 2 anos na Secretaria de Desenvolvimento (SEDE); 3) Ednilson Augusto Lima de Arruda Bezerra (31), atuante há 2 anos na Secretaria de Cultura (SECULT); 4) Jaqueline dos Anjos Felipe (52), atuante há 2 anos na Secretaria de Assistência Social (SEMAS); 5) Isabelle Kellen Silva Monteiro (36), atuante há 7 anos na Secretaria de Planejamentos (SEPLAN). A Prefeitura de Campina Grande possui, no total, 12 secretarias. A razão para escolha da análise das rotinas dos assessores das 5 secretarias citadas acima se dá pela razão de que estas são consideradas como secretarias de fluxo de trabalho mais intenso da prefeitura supracitada.

A partir da aplicação desta metodologia, a coleta de dados mostrou que a rotina dos assessores é contrária ao que afirma Noblat (2003) a respeito da importância da rotina produtiva no jornalismo, já que estes profissionais não possuem uma rotina bem definida.

A gente tem uma rotina bem conturbada, bem híbrida, bem misturada a nossa própria rotina pessoal mesmo. A gente não consegue mais separar as divisas do que é horário de trabalho e o que é o horário pessoal. (Rafael de Araújo, entrevista realizada em 20/06/2022).

A gente não tem rotina. Existem ações que são planejadas e existem ações que surgem de última hora. As que são planejadas, a gente consegue organizar horários e tudo mais, mas as que são de última a gente não consegue se organizar em exatamente nada e vamos dando conta do que precisa nos virando. (Glêbson Rodrigues, entrevista realizada em 20/06/2022).

Entretanto, frisamos aqui que, embora saibamos que a conceituação de Noblat (2003) seja referente a rotina de trabalho do jornal Correio Braziliense, inferimos que a falta de organização nas rotinas dos assessores precariza ainda mais esta área, uma vez que todo e qualquer trabalho necessite de uma rotina bem definida para funcionar bem.

Dessa maneira, foi observado que uma das consequências de uma rotina desestruturada é a flexibilização e que esta tende a se agravar cada vez mais por causa da inserção das novas tecnologias que permitem aos assessores de comunicação trabalharem a qualquer hora e em qualquer lugar, mesmo que o horário de trabalho dos profissionais citados seja das 8h às 13h. Essa realidade se liga ao que Castells (2003) acredita ser como uma das consequências trazidas com o

¹⁰ Roteiro de entrevistas exposto na página 29.

capitalismo no mundo do trabalho, que é exatamente a relação criada entre homens e máquinas. Assim, notamos que se por um lado o uso dessas novas tecnologias digitais possibilita uma comunicação mais instantânea entre assessoria e assessorado ou entre assessorado e seu público, por outro lado, essa facilidade resulta em uma flexibilização exacerbada e que é muitas vezes imperceptível.

Eu acredito que esse apego ao celular é que faz a gente ser flexível. A gente não sai do celular, a gente resolve tudo pelo celular e sem celular eu sou ninguém. [...] Às vezes estamos cobrindo algum evento e eu já fico em um cantinho preparando o release com meu celular. (Augusto Bezerra, entrevista realizada em 21/06/2022).

O uso do celular contribui muito para que sejamos flexíveis. [...] O jornalista não descansa, é 24h com o celular e eu sou exatamente assim. Sem perceber resolvo milhares de coisas da SEMAS pelo celular a noite ou no final de semana. (Jaqueline Felipe, entrevista realizada em 22/06/2022).

Em 2015 eu usava mais o computador, mas de uns 3 anos para cá eu comecei a usar mais o celular. Escrevo releases pelo celular, alimento o site pelo celular também. Faço vídeo, foto, edito, gravo, entrevisto, escrevo e de onde eu tiver eu faço isso pelo celular. (Isabelle Monteiro, entrevista realizada em 26/06/2022).

A rotina flexível foi um dos pontos em comum mais frisado pelos entrevistados. Cada um desses profissionais também tende a iniciar o trabalho fora do horário estipulado, muitas vezes, por força do hábito, por necessidade ou por ter uma falsa ilusão de que isso lhes trará uma organização melhor dos horários diários. Reafirmando Sennett (2009), os trabalhadores são tendenciosos no sentido de desejar a flexibilização porque acreditam que tal decisão lhes permitirá controle ou liberdade sobre o trabalho que exercem.

Sempre é pela busca de manter minhas rotinas pessoais sendo cumpridas. Sempre tenho demandas e às vezes fazer matérias ou qualquer outro trabalho em casa me ajuda a ficar mais livre após terminar. Minha vida pessoal tem muita coisa pra dar conta, tenho filha, tenho mãe, enfim. (Jaqueline Felipe, entrevista realizada em 22/06/2022).

A gente faz isso com o intuito, realmente, de adiantar algo logo e de se livrar mais cedo, mas na prática eu vejo que por mais que eu comece algo cedo ou mate meu horário de almoço para dar conta de algo, eu nunca concluo porque sempre tem algo inacabado e sempre aparecem situações novas para dar conta. É como se eu tivesse devendo o de amanhã sempre. (Isabelle Monteiro, entrevista realizada em 26/06/2022).

A clara utilização dessas tecnologias digitais dentro dos ambientes das assessorias faz com que o profissional de jornalismo atuante nesta área também tenha que lidar com as redes sociais e seus mecanismos. Isso não se dá por acaso, mas sim porque o público-alvo encontra-se cada vez mais digitalizado e inserido nesse ciberespaço, que obriga o jornalismo a modernizar-se para ficar mais atrativo e ao mesmo tempo acessível, caracterizando-se, assim, como jornalismo pós-industrial. (COSTA, 2014). Dessa maneira, as assessorias das secretarias podem ser caracterizadas como assessorias de comunicação, uma vez que seus profissionais não se restringem apenas ao relacionamento com a imprensa, mas sim, também, com a forma como seu assessorado se comunica em multimeios, principalmente nas redes sociais. O intuito desse constante acompanhamento tecnológico sempre é com o

intuito de trazer aproximação entre o público e o assessorado, bem como levar uma boa imagem do assessorado a todos os espaços possíveis.

Entre na assessoria da SMS em 2014 e no início nosso trabalho era basicamente construir releases para imprensa, articular as entrevistas com as fontes ligadas a nossa secretaria e fazer clipagem do que saía na imprensa. Depois vislumbramos a possibilidade de usar o Facebook como uma rede social institucional. Começamos a fazer conteúdos para as redes sociais, ao passo que também produzíamos conteúdos para a imprensa. Isso começou a dar certo. Notávamos que alguns materiais tinham mais de 100 mil visualizações. [...] Antes, para chegar ao nosso público, nós precisávamos totalmente da imprensa para que isso fosse realizado. Hoje, nós produzimos nossos conteúdos para as redes sociais e intensificamos a propagação do que a gente precisa através dos vínculos com a imprensa. (Rafael de Araújo, entrevista realizada em 20/06/2022).

É nas redes sociais que temos o contato direto com as pessoas e isso é maravilhoso, mas ao mesmo tempo requer uma atenção nossa para essa área, então é necessário estarmos muito atentos a tudo, como atualizações dessas plataformas, novas maneiras de trazer engajamento, enfim, a busca pelo diferencial. (Augusto Bezerra, entrevista realizada em 21/06/2022).

Entretanto, torna-se necessário frisar que quando Costa (2014) fala sobre o jornalismo pós-industrial, indiretamente o autor também discorre sobre a flexibilização do trabalho jornalístico, já que a incorporação e utilização das tecnologias digitais — advindas da internet — como formas de produzir conteúdos jornalísticos tornam flexibilizantes as rotinas destes profissionais. Dessa maneira, o profissional atuante na área da AC se vê com a necessidade de saber a respeito de muitas funções no campo da comunicação com o intuito de produzir ao seu público produtos cada vez mais modernos, acessíveis e que sejam interessantes. Esse acúmulo de funções já era representado por Sennett (2009) como “flexitempo”, corroborado por Ramalho e Santana (2004) como uma das qualidades do modelo fordista que comparam jornalistas a uma máquina acumuladora de funções e de produções e frisado por Jenkins (2009) como “profissionais multiplataforma”.

Acabamos sendo esse profissional multiplataforma ou em convergência mesmo, mas uma coisa termos tempo para nos adaptarmos um pouco a cada uma dessas atividades ou áreas e outra coisa é a exigência de já chegarmos prontos para fazer várias funções, como é o que tem acontecido. (Rafael de Araújo, entrevista realizada em 20/06/2022).

Nós, assessores, precisamos muito saber de tudo um pouco, principalmente nesse quesito de marketing e comunicação. Meu trabalho sempre é em torno de marketing e publicidade porque a SEDE acaba se misturando muito com a política, então publicizamos pautas com o intuito delas gerarem entrevistas, ligações, perguntas e etc. Essa publicização ocorre na grande maioria das vezes nas redes sociais. (Glêbson Rodrigues, entrevista realizada em 20/06/2022).

De tudo você tem que saber um pouco. Quando começamos a desenvolver peças, é um trabalho de toda a equipe. Todo mundo se engaja porque não é de qualquer maneira que se mexe com as redes sociais. É necessário saber como atrair o público e atrair de maneira interessante. Tudo requer um planejamento, desde o tema, o texto, as cores, elementos que vão compor a publicação, tudo. Constantemente eu noto essa necessidade de misturar o

jornalismo com o marketing ou com a publicidade. (Jaqueline Felipe, entrevista realizada em 22/06/2022).

As entrevistas possibilitaram, ainda, a compreensão de que a aliança feita entre os jornalistas e os equipamentos tecnológicos trouxeram a necessidade de um trabalho mais imediatista, uma vez que o acesso a informações e maneiras de se comunicar se tornou mais instantâneo e com acessibilidade na palma da mão. Essa necessidade da celeridade trazida com a tecnologia transforma o profissional no que Antunes (2020, p. 111) caracteriza como “profissional *full time*”.

Às vezes eu tô no celular editando um vídeo, na mesma hora chega uma mensagem e eu já pauso a edição para responder essa urgência e se eu notar que no *WhatsApp* tem mais mensagens relacionadas a questões que eu posso responder, eu acabo respondendo tudo na mesma hora e às vezes aparecem notificações também no *Instagram* da SMS, então eu já corro pra lá pra responder também. O celular aumenta esse fluxo na produção de conteúdo, mas também na produção de trabalho. Ao passo que se torna claro o fato de trabalharmos onde estivermos pelo celular. Somos encontrados em qualquer canto e em qualquer lugar. A sensação é que estamos dando conta de tudo ao mesmo tempo, conjuntamente, e de cada vez mais coisas simultaneamente. Nosso serviço acaba sendo muito *full time*. (Rafael de Araújo, entrevista realizada em 20/06/2022).

O celular faz mais do que o computador por estar 24h na minha mão. Acordo trabalhando, meu bom dia é olhar o celular e ver pautas, fazer contatos, marcar entrevista e fazer matérias. Na cama, antes do café da manhã, eu já tenho uma matéria pronta. Às vezes minha mãe pede pra eu largar o celular pra poder tomar café direito, mas eu sempre digo que já estou trabalhando. Meu namorado também fala a mesma coisa porque sempre que está comigo, eu estou trabalhando pelo celular. (Isabelle Monteiro, entrevista realizada em 26/06/2022).

O acúmulo de atividades e a necessidade de produção cada vez mais imediata dão espaço para uma flexibilização que invade a vida particular dos assessores. Muitas vezes, embora não sejam remunerados por isso, esses profissionais assumem o exercício de suas funções em casa, fora do horário de trabalho e isso pode ser considerado como teletrabalho ou *home office*. Recapitulando um trecho de “A Corrosão do Caráter”, de Richard Sennet (2009), o teletrabalhador flexitempo é o pior dos flexitempos por sofrer mais pressão e/ou trabalhar ainda mais. Trazendo para o cenário dos entrevistados, essa afirmação se encaixa perfeitamente.

Hoje eu trabalho todos os dias, nem que seja uma postagem ou resposta para algum jornalista da área, seja domingo ou feriado. Não me lembro de não ter trabalhado um só dia nos últimos 3 anos. Às vezes viajando, de férias, mas tô verificando e dando respostas a demandas que aparecem. Esse ano eu tirei férias e foram quase todos os dias exercendo essas pequenas atividades. Já aconteceu de eu ficar acordado até tarde da noite ajustando artes com o nosso designer várias vezes, por exemplo. (Rafael de Araújo, entrevista realizada em 20/06/2022).

Muitas vezes de manhã eu levanto dados para fazer uma matéria e termino fazendo a matéria em casa. Às vezes recebo a ligação de tarde e eu preciso responder para marcar entrevista ou responder alguma informação. Quando o secretário viaja, às vezes preciso até fazer matéria à noite. A verdade é que não tem como a gente ficar sem trabalhar porque as demandas chegam o tempo todo ao longo do dia. A sensação que eu tenho é que tô sempre trabalhando, de domingo a domingo. E eu sinto que quem

está ao meu redor sempre fala sobre eu estar trabalhando o tempo todo. Quando eu não tô de fato escrevendo, eu tô olhando, lendo, procurando sobre o que falar, então isso também é trabalho. A procura/pesquisa por pauta também é trabalho. Isso acontece também muito espontaneamente. Às vezes de noite eu sem querer olho alguma coisa e já imagino que aquilo deve ser repassado para o secretário. (Isabelle Monteiro, entrevista realizada em 26/06/2022).

Nos atendo ainda a Sennett (2009, p. 68), o sociólogo acredita que a flexibilidade nas rotinas de um trabalhador é a “campeã” na causa de grandes transtornos de ansiedade, por exemplo. Trazendo essa hipótese para nossas entrevistas, confirmamos que a prerrogativa realmente acontece de maneira corriqueira. Essa situação se dá justamente pelo acúmulo gradativo de funções e atividades que ultrapassam os muros do trabalho e que tendem a ser executadas fora das secretarias, em qualquer lugar e a qualquer hora.

Infelizmente eu sinto que minha ansiedade aumenta muito. Também já houve vezes em que lidei com muitas crises de pânico por medo das demandas não darem certo. Lido com essas situações tentando me concentrar e dizer a mim mesmo que posso superar, enfim, aprendendo a viver com meu próprio emocional. (Augusto Bezerra, entrevista realizada em 21/06/2022).

Eu me sinto um pouco incomodada e com ansiedade. O jornalismo é desafiador, principalmente diante desse novo contexto de redes sociais que vivemos, mas eu tento lidar com isso de maneira racional comigo mesma. Tento separar cada coisa porque isso também é necessário. (Jaqueline Felipe, entrevista realizada em 22/06/2022).

Eu sempre fico muito cansada. Já tive dois transtornos, pânico e ansiedade. Essa sobrecarga mexe muito comigo. Quando eu tive o transtorno do pânico, minha psicóloga disse que eu trabalhava tanto que quando eu parava para descansar ou para ter um momento de lazer, eu entrava em pânico. Eu nunca tinha tido uma crise no horário de trabalho, mas quando eu saía dele para descansar, por exemplo, eu entrava em pânico. Era como se meu cérebro entendesse que eu não podia parar de trabalhar. Na minha cabeça era como se eu estivesse perdendo tempo quando descansava ou quando tinha lazer. (Isabelle Monteiro, entrevista realizada em 26/06/2022).

A coleta dos dados possibilitou que fosse possível perceber que os profissionais entrevistados classificam como “estressante” e “acelerado” suas rotinas de trabalho. Não obstante, ainda afirmou-se, de maneira unânime, que nenhum destes profissionais consegue equilibrar o trabalho com a vida pessoal, e que há, assim, um desequilíbrio entre às atividades de trabalho e à vida particular.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Mediante a compreensão trazida por este estudo a respeito da espacialidade contemporânea em que estão postas as assessorias de comunicação, torna-se imperioso frisar que o manuseio das novas tecnologias digitais estão dia após dia mais consolidadas nas relações existentes entre as assessorias, seus assessorados e os seus públicos. Sendo assim, a partir do que foi absorvido nos relatos das entrevistas, podemos afirmar que o uso cotidiano desse maquinário digital revela grandes avanços para as rotinas produtivas destes profissionais, bem como desafios para o ambiente das assessorias.

A partir desta realidade, este trabalho pode considerar que a flexibilização do tempo dos profissionais das assessorias de comunicação das secretarias municipais da Prefeitura de Campina Grande/PB, se enquadra à hipótese levantada por Sennett (2009) a respeito do profissional flexitempo. Quando comparamos tal conceito a realidade de trabalho apresentada pelos profissionais aqui mencionados, inferimos que o “jornalista flexitempo” é aquele que tem sua carga horária alterada todos os dias por causa das circunstâncias em que estão inseridos e que não os dão nenhuma outra opção a não ser aceitar a flexibilização em suas rotinas laborais. Tais circunstâncias vão desde a necessidade imediata de noticiar algo a qualquer momento de qualquer lugar, até o uso de celular para trabalhar em feriados ou finais de semana.

Compreendemos que a flexibilização já vem se tornando comum no universo jornalístico, porém, o que se torna possível constatar é que este modelo de trabalho tem sido acelerado cada vez mais por causa dos impactos trazidos com a constante digitalização e conexão nesses ambientes. Dessa maneira, com os avanços tecnológicos ocupando diariamente mais estes espaços, observamos, também, que o mercado de trabalho do jornalismo — em especial das assessorias de comunicação — tende a exigir mais celeridade e imediatismo no fluxo de suas produções. Isso se dá, também, em razão do fácil acesso da resolução dos problemas na palma da mão, possibilitado com o uso do smartphone, por exemplo, que flexibiliza a atuação destes profissionais e tornam suas atividades cada vez mais individualizadas, acumulativas e multifacetadas, já que podem ser resolvidas mais de uma demanda pelo aparelho celular.

Outro ponto que merece destaque é a necessidade de trabalhar fora das secretarias, em horários noturnos, finais de semana ou de manhã antes de saírem para seus locais de trabalho. O que concluímos é que os profissionais das assessorias não possuem uma rotina bem definida, pelo contrário, essas rotinas se adaptam à medida que as necessidades surgem e isso faz com que esses trabalhadores continuem com as mesmas atribuições flexíveis ao longo das horas do dia, caracterizando o que podemos compreender como teletrabalho ou *home office*, requerendo com o cumprimento das mesmas demandas que seriam compridas de dentro dos ambientes das assessorias.

Dessa maneira, notamos que essa necessidade mostra que todos os entrevistados possuem dificuldades de se adaptar a esta nova modalidade flexível. Ressaltamos que, a partir dos relatos, tal flexibilidade faz com que os assessores misturem ainda mais suas demandas do trabalho com os afazeres pessoais, fazendo com que esteja sempre presente a dificuldade de focar em uma única atividade. Assim, com a praticidade de se trabalhar pelo celular aliada a urgência de uma produção que seja executada em qualquer lugar, percebemos que este cenário favorece um constante crescimento de demandas que obrigam os assessores a trabalharem muito além do que trabalhariam se fosse possível seguir o horário contratual.

A partir do exposto, torna-se possível finalizarmos que embora a introdução das tecnologias já exemplificadas tenha trazido mais organização de conteúdo, praticidade nas produções e instantaneidade na comunicação, estas resultam em uma rotina problematicamente flexível que colocam em evidência o jornalista flexitempo atuante nas assessorias de comunicação. Isso se dá pela sobrecarga que este cenário põe sob o trabalhador com o aumento da demanda — já que, neste sentido, a notícia é tida como mercadoria — em horário indeterminado para começar

e para terminar. Essa pressão resulta, como foi exemplificado acima, em produções estressantes que causam transtornos como ansiedade, por exemplo.

O profissional de jornalismo compreende sua missão de levar informação para sociedade, entretanto, quando a necessidade desse compromisso é misturado com a pressão do fator tempo para haver produções e aliado a uma vida pessoal que não há tempo para ser vivida, constatamos que os efeitos dessas mudanças advindas do capitalismo moderno apresentam-se de maneira paradoxal e ambígua, atingindo de forma homogênea cada grupo de assessores.

6 REFERÊNCIAS

ALBERTI, Verena. **Manual de História Oral**. 3.ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

ANDERSON, C.W. O jornalismo pós-industrial. Revista: **Jornalismo ESPM. Edição brasileira da Columbia Journalism Review**, Nº 5 - A N O II - 3 0 / 0 6 / 2 0 1 3 ISSN 2238 - 2305 (online).

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da imprensa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002 (Descobrimos o Brasil), ISBN 85-7110-685-1.

ANTUNES, Ricardo. **Trabalho intermitente e uberização do trabalho no limiar da indústria 4.0**. In ANTUNES, Ricardo (Org.). **Uberização, trabalho digital e indústria 4.0**. São Paulo: Boitempo, 2020. p. 11-22.

BELLA, Priscilla Pompeu Piva Di. **Jornalistas, relações públicas e assessoria de imprensa: um problema de comunicação**. Tese (Mestrado em Comunicação) - Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 2011.

CARDOSO, Paulo Ribeiro; OLIVEIRA; Tiago Reis de. As empresas de assessoria de imprensa face aos desafios da era digital: um estudo junto aos profissionais brasileiros. **Revista Internacional de Relações Públicas**, v. 10, n. 20, p. 91-110, 2020.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da internet; reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, ed., 2003.

COSTA, Andriolli. Os caminhos para um pós jornalismo. Revista: **Jornalismo pós industrial: Caminhos para um pós jornalismo. Revista do Instituto Humanitas Unisinos**, Nº 447 - A n o X I V - 3 0 / 0 6 / 2 0 1 4 ISSN 1981 - 8769 (impresso) ISSN 1981 - 8793 (online)

DUARTE, Jorge. **Assessoria de Imprensa e relacionamento com a mídia: Teoria e técnica**. 4ª edição. São Paulo: Atlas, 2011.

ESTEVES, Alessandra Lemos. **As Novas Tecnologias na Assessoria de Imprensa Brasileira**. Monografia apresentada ao Curso de Graduação em Comunicação Social, Habilitação Jornalismo – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006. Disponível em [Monografia1 \(ufrj.br\)](#). Acesso em 05 de março de 2022.

FENAJ. Federação Nacional dos Jornalistas. **Manual de Assessoria de Comunicação**. 4ª ed. Brasília: FENAJ. 2007

FERREIRA, Maria Nazareth. **A imprensa operária no Brasil**. Petrópolis: Editora Vozes, 1978.

FIGARO, Roseli; NONATO, Cláudia; GROHMANN, Rafael. **As mudanças no mundo do trabalho do jornalista**. São Paulo: Atlas, 2013.

FONSECA, Virgínia Pradelina da Silva. **O jornalismo no conglomerado de mídia; reestruturação produtiva sob o capitalismo global**. Tese (Doutorado em Comunicação) - Centro de Artes e Comunicação, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2005.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. Editora Aleph, São Paulo, 2. ed., 2009.

KARAM, Francisco José Castilho. **Jornalismo, ética e liberdade**. 4.ed. São Paulo: Summus, 2014.

LAGE, Miriane Barbosa. **Comunicação Organizacional e Mídias Sociais: Um estudo de caso sobre o McDonald's e o Burger King**. Dissertação de Mestrado em Comunicação e Jornalismo. Universidade de Coimbra, 2014. Disponível em [Dissertação - Miriane Barbosa Lage.pdf \(uc.pt\)](#). Acesso em 05 de março de 2022.

LOPES, Boanerges. **A Profissionalização das Fontes na disputa pelas Audiências**. In: Actas do III SOPCOM, VI LUSOCOM e II Ibérico – Volume IV. FIDALGO, António; SERRA, Paulo (orgs). Covilhã: Universidade Beira do Interior, 2005. Disponível em [Actas Do III Sopcom, VI Lusocom e II Ibérico VOL 4 | PDF | Jornalismo | Brasil \(scribd.com\)](#). Acesso em 05 de março de 2022.

MAFEI, Maristela. **Assessoria de Imprensa: Como se relacionar com a mídia**. São Paulo: Contexto, 2005.

MARTINS, Ana Luiza; LUCA, Tania Regina de. **Imprensa e Cidade**. São Paulo: UNESP, 2006 (Coleção Paradidáticos. Cultura).

MASI, Domenico De. **O futuro do trabalho: fadiga e ócio na sociedade pós-industrial**. 2.ed. Rio de Janeiro: Sindicato Nacional dos Editores de Livros, 2001.

NICOLETTI, Janara. **Reflexos da precarização do trabalho dos jornalistas sobre a qualidade da informação: proposta de um modelo de análise**. Tese (Doutorado em Jornalismo) - Centro de Comunicação e Expressão, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2019.

NOBLAT, Ricardo. **A arte de fazer um jornal diário**. 4.ed. São Paulo: Contexto, 2003.

OLIVEIRA, Aline Barbosa; OLIVEIRA JUNIOR, André Luis Barbosa de; LIMA, Verônica Almeida de Oliveira. O jornalista flexitempo campinense na pandemia de covid-19. Revista Iniciacom: **Revista Brasileira de Iniciação Científica em Comunicação Social**, V 10, N° 2 (2021).

OLIVEIRA JUNIOR, André Luis Barbosa de et al. Assessorias de imprensa no contexto pós-industrial: novas dinâmicas de produção a partir da indústria 4.0. In **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 44°, 2021, Virtual.

RAMALHO, José Ricardo; SANTANA, Marco Aurélio. **Sociologia do trabalho**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004. ISBN 85-7110-784-x.

RIBEIRO, Andressa de Freitas. Taylorismo, fordismo e toyotismo. **Revista Lutas Sociais - PUC**, São Paulo, V 19, N° 35 (2015). Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/ls/article/view/26678/pdf>>. Acesso em: 02 de jun de 2022.

RIBEIRO, Maria Eugênia. **O papel do assessor de imprensa em um mundo movido pelas tecnologias digitais**. In: Conferência Brasileira de Estudos em Comunicação e Mercado, 2., 2012, São Paulo. Anais eletrônicos... São Paulo: 2012, p.144 - 159. Disponível em: <<http://portal.metodista.br/ecom/edicoes-passadas%20do%20%20ECOM%202012.pdf/view>>. Acesso em 14 de jul. de 2022.

SANT`ANNA, Armando. **Propaganda: teoria técnica e prática**. São Paulo: Editora Pioneira, 1993.

SENNETT, Richard. **A corrosão do caráter: as consequências pessoais do trabalho no novo capitalismo**. 14.ed. Rio de Janeiro: Record, 2009.

SILVA, Fernando Firmino da. **Jornalismo móvel**. Salvador: ADUFBA, 2015, (Coleção Cibercultura) ISBN 978-85-232-1378-7.

SODRÉ, Nelson Werneck. **A história da imprensa no Brasil**. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do jornalismo: porque as notícias são como são**. V 1. 3.ed. São Paulo: Insular, 2012.

VIZEU, Alfredo. **Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo**. BOOC – Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://booc.ubi.pt/pag/vizeu-alfredo-decidindo-noticia-tese.pdf>>. Acesso em: 29 de set. de 2021.

WOLF, Mauro. **Teorias da comunicação**. Lisboa: Editora Presença, 1994.

APÊNDICE A - INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

ROTEIRO DE ENTREVISTA PARA TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO (TCC) - JORNALISMO

TRABALHO FLEXÍVEL NO CAPITALISMO PÓS-INDUSTRIAL: A EMERGÊNCIA DO JORNALISTA FLEXITEMPO NAS ASSESSORIAS DAS SECRETARIAS DA PREFEITURA DE CAMPINA GRANDE/PB

FALE UM POUCO SOBRE COMO É SUA ROTINA DIÁRIA.

AO LONGO DE SUA CARREIRA PROFISSIONAL NA ASSESSORIA, VOCÊ ACOMPANHOU INSERÇÃO OU MELHORIAS DE FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS NO SEU AMBIENTE DE TRABALHO? ESSAS MUDANÇAS TECNOLÓGICAS IMPACTARAM SUA FORMA DE TRABALHAR?

QUAIS FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS VOCÊ MAIS USA NO SEU TRABALHO DIÁRIO?

VOCÊ ACREDITA QUE AS TECNOLOGIAS POSSIBILITARAM O AUMENTO DE SUA PRODUTIVIDADE NO TRABALHO?

VOCÊ ACREDITA QUE NO SEU TRABALHO SE FAZ NECESSÁRIO SABER UM POUCO DE TUDO NA COMUNICAÇÃO, COMO PUBLICIDADE E MARKETING, POR EXEMPLO?

CONTRATUALMENTE FALANDO, QUAL É O SEU HORÁRIO DE TRABALHO? DE QUE HORAS ATÉ QUE HORAS?

VOCÊ ASSUME O EXERCÍCIO DA SUA ATIVIDADE FORA DO HORÁRIO DE TRABALHO? SE SIM, POR QUE E COMO?

VOCÊ JÁ ULTRAPASSOU SEU HORÁRIO DE TRABALHO? COM QUE FREQUÊNCIA ISSO ACONTECE?

TRABALHAR FORA DO LOCAL DE TRABALHO LHE GARANTE CONTROLE SOBRE SUAS ATIVIDADES DIÁRIAS?

COMO VOCÊ LIDA COM A PRESSÃO DE EXECUTAR ALGUMAS TAREFAS FORA DO HORÁRIO DE TRABALHO? DE QUE MANEIRA ISSO IMPACTA VOCÊ?

VOCÊ DIRIA QUE SEU RITMO DE TRABALHO É ACELERADO, MODERADO, ESTRESSANTE OU NENHUMA DESSAS OPÇÕES?

VOCÊ ACHA QUE SUA EQUIPE DE TRABALHO É SUFICIENTE PARA AS ATIVIDADES QUE DESEMPENHAM?

AGRADECIMENTOS

Primeiramente aquele que é digno de toda honra e toda glória, “dono de toda ciência, sabedoria e poder”, ao meu Deus a quem devo a conclusão de mais esta etapa. Por todo seu minucioso cuidado com minha vida e por realizar meus sonhos e desejos de uma maneira muito além do que eu poderia imaginar. Sei que meu futuro já está planejado por tuas mãos e que muito ainda irá acontecer.

À minha orientadora, Profa. Dra. Verônica Almeida, por toda paciência, dedicação, companheirismo, amizade e que, por muitas vezes, foi um dos meus maiores alicerces durante esta caminhada.

Aos mestres Fernando Firmino e Robéria Araújo, por fazerem parte da minha banca e por toda troca de conhecimento, carinho e atenção.

Aos outros mestres que transcenderam os laços existentes em sala de aula e se tornaram amigos queridos: Ana Sousa, Adriana Rodrigues, Leonardo Alves, Maria Zita Albasan e Rostand Albuquerque.

Aos assessores das secretarias que se disponibilizaram para que eu pudesse realizar as entrevistas que permitiram o embasamento deste estudo: Augusto Bezerra, Glêbson Rodrigues, Isabelle Monteiro, Jaqueline Felipe e Rafael Mélo.

À minha mãe, Shirley Alana de Barros, por ser meu sinônimo de garra e perseverança. Por toda sua luta para me proporcionar sempre o melhor, por mover céus, terras e mares para me ver feliz, por todas as suas orações e pelo seu amor incondicional.

Ao meu pai, André Luis Barbosa de Oliveira, por ser minha maior referência de caráter e hombridade. Pelos seus ensinamentos e esforços para que eu pudesse me tornar jornalista.

À minha tia materna, Sheyla Alana de Barros, que sonhava junto comigo a realização deste sonho, mas que partiu antes da concretização dele. Tia, eu consegui, eu me tornei jornalista. Obrigado por tudo. Te amo!

À minha namorada, Rafaela da Costa Cruz, que é meu maior exemplo de força e coragem. Por ser minha melhor amiga, por sempre levantar minha cabeça e me fazer acreditar naquilo que almejo, por ter lutado ao meu lado todos os dias na busca desta conquista, mas, principalmente, agradeço por seu amor, que, pra mim, é o amor mais puro e genuíno que existe no mundo.

A todos os demais familiares por sempre serem meus maiores exemplos e meus guias nessa estrada chamada “vida”.

Aos amigos que formaram o chamado “BBB Pensionato”, com os quais tive os maiores e mais intensos momentos da vida universitária: Alexandre Oliveira, Bruno Wandir, Caio Borges, Carlos Miguel, Clara Lima, Débora Evelyn, Duílio Araújo, Felipe Augusto, Felipe Reis, Gabrielle Rocha, Giovana Ribeiro, Igor Louzeiro, João Vitor Carvalho, Kaline Menezes, Lucas Guedes, Valéria Pereira, Victor Guimarães e Yohan Lopes. Vocês me proporcionaram a vida que eu gostaria de lembrar. Levo cada um no coração.

Aos meus amigos, que se tornaram irmãos de alma no decorrer da caminhada: Iara Lima e Rafael Avelino. A relação que temos é algo de outro planeta. Eu mataria e morreria por vocês.

Ao quarteto mais querido e carismático que o curso de Jornalismo da UEPB já teve, por todo apoio, torcida, amizade e respeito: Filipe Tavares, Rodrigo Brito e Sara Silva.

Aos amigos que também se tornaram família e sempre me apoiaram incondicionalmente: Yan Araújo e Itial Almeida.

Aos chamados grupos “Sense8 de Jornalismo” e “Clube das Winx” por sempre me acolherem nos dias ruins e por vibrarem junto comigo em dias bons.

Aos amigos que fiz durante os estágios na FIEP e Portal da Cidade Campina Grande, por todo carinho e atenção quase que diários: Cássia Gomes, Isabelle Monteiro, Karine Lima, Luzia Rejane, e Massilon Ramalho.

À família Paulino que me acolheu como se eu realmente fosse parte dela, me dando carinho, atenção, abrigo, alimentação e, principalmente, companheirismo.

A todos os outros companheiros de faculdade, estágios e de Campina Grande com os quais tive a honra de aprender e de viver experiências únicas durante aulas, congressos, festas, entre outros momentos únicos que ficarão guardados comigo.

Aos grandes amigos que ficaram em Olinda, mas que sempre estiveram “por perto” dando apoio e torcendo por mim: Claudia Miranda, Edney Vero, Gabriel Gonçalves, Gabriela Lopes, Luanna Silva, Renatta Duarte e Tereza Soares.

À Rainha da Borborema, Campina Grande, por todo este período de amadurecimento e aprendizado. Sei que nossos laços não se encerram por aqui.

Muito obrigado!