



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

MAYARA COSTA DE FRANÇA DANTAS

**Jornalistas na linha de frente: rotina e transformações nas
assessorias dos hospitais públicos referência para
Covid-19 na Paraíba**

JOÃO PESSOA

2024

MAYARA COSTA DE FRANÇA DANTAS

**JORNALISTAS NA LINHA DE FRENTE: ROTINA E
TRANSFORMAÇÕES NAS ASSESSORIAS DOS HOSPITAIS
PÚBLICOS REFERÊNCIA PARA COVID-19 NA PARAÍBA**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Área de Concentração: Produção Jornalística.

Linha de Pesquisa: Processos, Práticas e Produtos.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sandra Regina Moura

JOÃO PESSOA

2024

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

D192j Dantas, Mayara Costa de França.

Jornalistas na linha de frente : rotina e transformações nas assessorias dos hospitais públicos referência para Covid-19 na Paraíba / Mayara Costa de França Dantas. - João Pessoa, 2024.

118 f. : il.

Orientação: Sandra Regina Moura.

Dissertação (Mestrado) - UFPB/CCTA.

1. Jornalismo - Combate à desinformação. 2. Pandemia - Covid-19. 3. Instituições de saúde - Assessoria. 4. Comunicação - Saúde. 5. Prática profissional - Desafios. I. Moura, Sandra Regina. II. Título.

UFPB/BC

CDU 070(043)



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ

PPJ

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Aos trinta dias do mês de agosto de 2024, na sala 107 do CCTA, às 17 horas, foi realizada, em sessão pública, Banca de Defesa de Dissertação de Mestrado do(a) aluno(a) **MAYARA COSTA DE FRANÇA DANTAS**, sob a matrícula **20221005552**, cuja pesquisa intitula-se “**JORNALISTAS NA LINHA DE FRENTE: ROTINA E TRANSFORMAÇÕES NAS ASSESSORIAS DOS HOSPITAIS PÚBLICOS REFERÊNCIA PARA COVID-19 NA PARAÍBA**”, para obtenção do título de Mestre em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba.

AVALIAÇÃO:

Aprovado(a) () Reprovado(a) () Insuficiente

As observações sobre o trabalho acadêmico encontram-se no verso desta ata.

COMISSÃO EXAMINADORA:

Sandra Regina Moura
Prof(a). Dr(a). **Sandra Regina Moura**
Presidente

Paula de Souza Paes
Prof(a). Dr(a). **Paula de Souza Paes**
Examinador(a) Interno(a)

Elane Gomes da Silva Oliveira
Prof(a). Dr(a). **Elane Gomes da Silva Oliveira**
Examinador(a) Externo(a) ao Programa



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ

PPJ

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

OBSERVAÇÕES: (digitar aqui)

COMISSÃO EXAMINADORA:

Sandra Regina Moura
Prof(a). Dr(a). Sandra Regina Moura
Presidente

Paula de Souza Paes
Prof(a). Dr(a). Paula de Souza Paes
Examinador(a) Interno(a)

Elane Gomes da Silva Oliveira
Prof(a). Dr(a). Elane Gomes da Silva Oliveira
Examinador(a) Externo(a) ao Programa

A todos os assessores de Comunicação,
em especial aos que atuaram
durante a pandemia da Covid-19.

AGRADECIMENTOS

Ao Deus El Roi (Gênesis 16:13), Aquele que em Sua infinita sabedoria e onipresença contemplou minhas aflições e me conheceu antes mesmo da formação no ventre. A Ele, minha inesgotável fonte de força e fé, tributo toda honra, glória e louvor, reconhecendo Seu soberano poder;

Ao meu esposo amado, Vinícius Rebeke, cujo nome há uma década permeia os agradecimentos de minhas dissertações acadêmicas, desde a primeira graduação. Mais do que mero companheiro, tem sido meu incansável incentivador, sustento firme, especialmente na jornada transformadora da paternidade;

À minha primogênita, Rebeka Mariah, preciosa manifestação da graça divina. Quem antes de nascer já frequentava os bancos da universidade comigo, e ao vir ao mundo, mostrou-me que ser mãe é a minha maior titulação. Almejo que um dia sinta-se orgulhosa de mim, e se optar pela nobre vocação do jornalismo, que eu tenha a alegria de contribuir para a construção de seu caminho;

Aos meus pais/avós, Maria José e Antônio Capitulino (in memoria), que se sacrificaram tanto para que eu pudesse perseguir meus sonhos. Me criaram com amor e me ensinaram que o aprendizado é uma chave poderosa, e que os desafios são oportunidades. Não tenho palavras suficientes para expressar o quanto sou grata;

À minha mãe Maria das Neves e irmãs Talyta Kelly e Talia Costa, por tudo que representam em minha vida e na de Mariah, cuidando-a quando meus olhos não podem alcançá-la, para cumprir o meu dever profissional e estudantil. Assim como aos meus irmãos, Tallison Costa, Tarciano Costa, Thomas Costa, Tarcísio Costa e Thiago Costa, homens valorosos de caráter exemplar que preenchem meu coração de orgulho por ter uma família tão presente. Nesse sentido, estendo o agradecimento às minhas cunhadas Manuelle Souza e Larissa Costa pela torcida e apoio, sobretudo neste último ano. Assim como todos os membros da minha família da Paraíba a São Paulo;

Aos assessores que aceitaram participar desta pesquisa. Meus parceiros de uma jornada única e que jamais esqueceremos. Quando o mundo parou, nós seguimos em frente – cada um de nós, enfrentando desafios que nunca imaginamos. Espero que esta dissertação honre a todos de alguma maneira. Vocês são essenciais;

À minha orientadora Dra. Sandra Moura, por acreditar no potencial do meu trabalho. Apesar dos desafios que enfrentamos ao longo do caminho, reconheço o tempo e o esforço dedicados à minha orientação. Agradeço pela oportunidade de aprender e crescer juntas. Deus recompense seus esforços;

A todos os colaboradores que fomentam o Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB) há mais de 10 anos - dos professores ao secretário, por suas contribuições na continuidade do fazer ciência;

Aos amigos de trabalho, líderes e todos meus liderados, por acreditaram em mim, mesmo nos momentos em que eu duvidava da minha capacidade, por terem paciência e compreensão, especialmente à Anabelly, Heliane, Lisandra, Ilara, Erika, Thibério, Mary, Henrique, Alice, Aline e Milena, vocês me marcaram as vezes com um simples "estou aqui" que fez a diferença no meu dia;

À Joyce Kelly, Diogo Almeida, Nathalia Egito e Yuri Martins, que me ajudaram na tão importante fase final. Estejam certos que se hoje concluo essa etapa é porque nos tempestuosos momentos vocês estavam comigo, e foram como âncora prendendo meu barco num porto seguro;

Às professoras avaliadoras dessa dissertação, que desde a qualificação me iluminam os passos, não apenas contribuindo academicamente, mas também me oferecendo encorajamento necessário quando os desafios se acumularam. Dra. Paula Paes e Dra. Elane Gomes, seus apontamentos com dedicação e empatia que me tocaram profundamente, construíram em mim, uma marca que levarei para o resto da vida. Vocês me inspiram;

À professora Dra. Zulmira Nóbrega, coordenadora do PPJ, meu agradecimento por não desistir de mim e por acreditar que eu poderia chegar até aqui. Cada ligação sua foi como combustível para prosseguir;

Aos meus colegas de turma, hoje, mais do que nunca, sinto orgulho de ter vivido essa fase ao lado de vocês. Muito obrigada pela parceria na jornada e por nunca deixarem que a distância física diminuísse a nossa união. Eloise, Diogo, Nézia, Rayo, Jéssica, Bruna, Mayara, Reginaldo, Patrícia, Matheus, Rúben, Wellington, e especialmente à Márcia, que sei a grande guerreira e mulher que é, e pela qual vencerá no tempo oportuno as dificuldades que lhe foram impostas na saúde, e concluirá com êxito a realização dos seus sonhos. A todos esses deixo a minha mensagem: o sonho não se limita ao tempo.

Às amigas que me são como irmãs, Daliana, Layslla, Wanderlanne, Moamma e Sabrina, como diz nossa canção: *“Não há memória onde não apareçam, e nem lembranças em que elas não estejam, tanto nos dias tristes e felizes, foi com elas que eu ri e chorei [...] Amigas companheiras da minha vida”*, sou grata por todo apoio;

E não menos importante, à diaconisa Leila em nome de quem agradeço a todos que fazem parte do Ministério de Intercessão da Igreja Batista Missionária, Ministério Conquistar, que pela minha vida clamaram a Deus para que sabedoria, graça e misericórdia me alcançassem. Estar de pé é também a resposta das orações de vocês;

A todos os que aqui citei, o que conquistarei no futuro, devo também em parte, a cada um de vocês.

Gratidão!

RESUMO

A pandemia da Covid-19 trouxe desafios sem precedentes ao redor do mundo, especialmente, em instituições de saúde que, por meio de suas assessorias de comunicação, enfrentaram um aumento significativo de demanda por informações precisas e atualizadas sobre a doença causada pelo novo coronavírus. Os assessores de comunicação dos hospitais públicos estiveram na linha de frente desse desafio, lidando com a pressão para disseminar informações confiáveis enquanto navegavam por um ambiente de alta incerteza e volume de dados. Utilizando como metodologia principal a observação participante (Edlock, 2005; Serva e Jaime Júnior, 1995; Adler e Adler, 1987), e apoiando-se nos recursos de entrevistas em profundidade (Duarte 2008), este estudo investiga a atuação dos assessores nas unidades de saúde pública estadual referência para tratamento da Covid-19 na Paraíba-Brasil, no período de março de 2020 a março de 2021. Recorremos, ao longo da pesquisa às reflexões multidisciplinares sobre conceitos e estudos nos âmbitos da Comunicação e Saúde (Martinez, 2016; Motta, 2022; Silva, 2005); Assessoria de comunicação (Carvalho, 2009; Duarte, 2011;); Jornalismo e Desinformação (Duarte, 2011; Bueno, 2014; Lima, Mick (2022); Figaro, Nicoletti (2023), a fim de nortear a análise realizada, no tocante às questões sobre as modificações na rotina e práticas comunicacionais adotadas pelos jornalistas, assim como buscar descobrir os efeitos do combate à pandemia no impacto profissional dos jornalistas, sejam eles benéficos ou deletérios. Ao fim da investigação, percebe-se, entre outras questões, que os profissionais enfrentaram uma precarização do trabalho, alinhado à sobrecarga, mas desempenharam um papel crucial não apenas para informar a população, assim como para gerenciar crises e manter a confiança pública.

Palavras-chave: Assessoria; Pandemia; Prática profissional; Jornalismo; Comunicação e Saúde.

ABSTRACT

The Covid-19 pandemic brought unprecedented challenges worldwide, especially for healthcare institutions that, through their communication offices, faced a significant increase in demand for accurate and up-to-date information about the disease caused by the novel coronavirus. Public hospital communication advisors were on the front lines of this challenge, dealing with the pressure to disseminate reliable information while navigating an environment of high uncertainty and overwhelming data volumes. Using participant observation as the primary methodology (Edlock, 2005; Serva & Jaime Júnior, 1995; Adler & Adler, 1987) and supported by in-depth interviews (Duarte, 2008), this study investigates the role of communication advisors in state public health units designated as reference centers for Covid-19 treatment in Paraíba, Brazil, from March 2020 to March 2021. Throughout the research, we draw on multidisciplinary reflections on concepts and studies in the fields of Communication and Health (Martinez, 2016; Motta, 2022; Silva, 2005); Communication Advisory (Carvalho, 2009; Duarte, 2011); Journalism and Misinformation (Duarte, 2011; Bueno, 2014; Lima, Mick, 2022; Figaro, Nicoletti, 2023) to guide the analysis regarding the changes in routine and communication practices adopted by journalists, as well as to explore the professional impact of the pandemic response — whether beneficial or harmful. At the end of the investigation, among other findings, it is evident that professionals faced job precarization and workload intensification, yet played a crucial role not only in informing the public but also in crisis management and maintaining public trust.

Keywords: Advisory; Pandemic; Professional Practice; Journalism; Communication and Health.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pôster da Iniciativa Fake Não do Governo da Paraíba: Recompensa por óbitos da Covid-19	52
Figura 2 - Pôster da Iniciativa Fake Não do Governo da Paraíba: Desativação de leitos	53
Figura 3 - Organograma da Secretaria de Estado da Comunicação Institucional da Paraíba (Secom-PB)	57
Figura 4 - Nuvem de palavras das entrevistas com os assessores	73

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Número de pessoas ligadas à assessoria de imprensa no Governo da Paraíba e nas prefeituras de João Pessoa e Campina Grande, em 2021.....	34
Quadro 2 - Perfil das unidades de referência para Covid-19 na rede estadual da Paraíba.....	60
Quadro 3 - Estruturação das Assessorias dos hospitais de referência para Covid-19 na rede estadual da Paraíba, em 2022.....	62
Quadro 4 - Divisão dos métodos da pesquisa.....	65
Quadro 5 - Organização das categorias pelas áreas temáticas da análise.....	73

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ACS – Assessoria de Comunicação Social

AI – Assessoria de Imprensa

AC – Assessoria de Comunicação

ABNT – Associação Brasileira de Normas Técnicas

ANECI – Associação Nacional das Empresas de Assessoria de Imprensa e Comunicação Social

CNSM - Comissão Nacional de Saúde da Mulher

COFEN - Conselho Federal de Enfermagem

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

FENAJ – Federação Nacional dos Jornalistas

OMS – Organização Mundial da Saúde

ONU – Organização das Nações Unidas

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura

OPAS – Organização Pan-Americana da Saúde

SECOM – Secretaria de Estado da Comunicação Institucional

SESCOM – Assessoria de Comunicação da Secretaria de Estado da Saúde

SUS – Sistema Único de Saúde

TCLE – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

UFPB – Universidade Federal da Paraíba

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	15
1 ACESSORIA DE COMUNICAÇÃO E PERFIL DO JORNALISTA BRASILEIRO	22
1.1 O GRANDE CAMPO DA ACESSORIA	22
1.2 PESQUISAS E ESTUDOS SOBRE ACESSORIA	25
1.3 JORNALISTAS BRASILEIROS INSERIDOS NA ACESSORIA	28
1.3.1 Conhecendo o perfil do jornalista brasileiro	30
1.3.2 Jornalistas atuantes em Assessorias de Comunicação na Paraíba	33
2 COMUNICAÇÃO E SAÚDE	37
2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA SAÚDE	37
2.2 COMUNICAÇÃO EM SAÚDE NO BRASIL – UMA VISÃO PÚBLICA	39
2.3 A COMUNICAÇÃO E O JORNALISMO NO CONTEXTO PANDÊMICO	41
2.3.1 Negacionismo, desinformação e fake news na pandemia	43
2.3.2 A Fiocruz e a produção de ciência e comunicação	47
2.3.3 Metodologia de trabalho do Consórcio Nordeste no âmbito da comunicação	49
2.3.4 Atuação da comunicação pública da Paraíba no período pandêmico	51
3 CAMPO DE INVESTIGAÇÃO	55
3.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA PARAÍBA	55
3.1.1 Aspectos de gerenciamento e metodologias de trabalho	56
3.1.2 Comunicação da Secretaria Estadual de Saúde – Ascom SES-PB	58
3.2 UNIDADES REFERÊNCIAS PARA COVID-19 NA REDE ESTADUAL	59
3.3 ACESSORIAS DE COMUNICAÇÃO DAS UNIDADES DE SAÚDE	61
4 DADOS DA PESQUISA: MÉTODOS, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO	65
4.1 MATERIAIS E MÉTODOS	65
4.1.1 Tipo de pesquisa	65
4.1.2 Instrumento de coleta	66
4.1.3 Procedimentos éticos	67
4.1.4 Metodologia do processamento análise dos dados	67
4.1.5 Entrevista e perfil dos entrevistados	69
4.2 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS	70
4.2.1 Categorização do conteúdo	71
4.3 CATEGORIA I – ATUAÇÃO NA ÁREA	74
4.3.1 Experiência em Assessoria	74
4.3.2 Treinamento	77
4.3.3 Recursos	79
4.4 CATEGORIA II – LINHA DE FRENTE NA PANDEMIA	81

4.4.1 Novos aprendizados	81
4.4.2 Trabalho remoto	83
4.4.3 Combate à fake news	85
4.4.4 Relacionamento com a imprensa local	88
4.5 CATEGORIA III – OUTROS ACHADOS	91
4.5.1 Sobrecarga	91
4.5.2 Medo, ansiedade e Burnout	93
CONSIDERAÇÕES FINAIS	96
REFERÊNCIAS	108
APÊNDICES	112
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DAS ENTREVISTAS SEMI-ABERTAS COM OS ASSESSORES	112
APÊNDICE B — TERMOS DE LIVRE ESCLARECIDOS	114

INTRODUÇÃO

O presente trabalho dissertativo resulta de uma pesquisa sobre assessoria de comunicação, sendo requisito para obtenção do título de Mestre no Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (Mestrado Profissional) da Universidade Federal da Paraíba (UFPB). O objetivo consiste em investigar de forma exploratória de que modo os assessores das instituições de saúde referência para o tratamento do novo coronavírus (SARS-CoV-2) na Paraíba atuaram durante a pandemia da Covid-19. Além de discutir o perfil destes profissionais; conhecer as rotinas de produção e mudanças decorrentes do período pandêmico; e, caracterizar a natureza do trabalho jornalístico desenvolvido por assessores no combate à desinformação em organizações de saúde pública, e assim responder ao seguinte problema: quais foram os desafios enfrentados pelos assessores de comunicação nas instituições de saúde da Paraíba durante a pandemia de Covid-19, e como essas experiências influenciaram suas práticas e estratégias de combate à desinformação?

Para embasar e sustentar a argumentação, usamos como referencial os aportes teóricos do campo da Comunicação, além de Comunicação e Saúde; desinformação e combate à desinformação. Realizamos um mapeamento de um conjunto de textos, visando compreender as relações profissionais e práticas da profissão. Nisso posto, observamos aspectos da rotina, atividades desempenhadas, estrutura organizacional, e a relação com a mídia.

Com ênfase na pesquisa de Comunicação, jornalismo e assessoria, consideramos os apontamentos de Duarte, Lima e Ferraretto (2001-2011) que destacam a importância de uma comunicação integrada, voltada para a construção de imagem institucional e gestão de crises. Almansa (2009) em que reforça a relevância da comunicação estratégica nas organizações modernas. Carvalho (2010) e Viveiros (2009) na explicação do papel ético dos profissionais na mediação das mensagens institucionais. Kunsch (2003) e Lupetti (2004) na discussão de comunicação corporativa como um elemento central no planejamento estratégico, e Oliveira e Caldas (2011) com análises da evolução da assessoria de imprensa como prática fundamental para o jornalismo corporativo.

Teoricamente, a evolução do jornalismo como campo profissional tem sido objeto de estudos que enfatizam as mudanças nas práticas e nas competências

exigidas, por isso apresentamos os estudos de Duarte e Prado (2008-2022) discutindo os desafios e as transformações nas rotinas produtivas. Lima, Mick e Molina (2013-2014) na investigação do impacto da convergência digital no perfil dos jornalistas. Garcia e Bueno (2020) sobre a importância de habilidades tecnológicas no cenário contemporâneo. Fígaro (2021) e Nicoletti (2020) nas novas dinâmicas no mercado jornalístico. E, as contribuições da pesquisa da Fenaj (2011) para a discussão sobre a identidade profissional e a atuação da profissão no Brasil.

Além destes, para a área de Comunicação e Saúde acentuamos o contexto da saúde pública que ganhou relevância especial durante a pandemia de Covid-19. E, com base histórica e estudos atualizados, apresentamos os autores: Teixeira (2004) e Stasiak *et al.* (2012) em que analisam a relação entre comunicação e políticas de saúde no Brasil; Coutinho (2015) e Torquato (2020) que exploram o papel da mídia na disseminação de informações sobre o Sistema Único de Saúde (SUS); A Fiocruz (2020) destaca o papel crítico da comunicação durante a pandemia, e Nicoletti (2021) investiga as implicações da esfera pública para a formação de discursos sobre saúde.

Neste contexto, consideramos relevantes os estudos anteriormente realizados que trazem para o foco o jornalismo. Nilson Lage (2000) destaca, entre outros pilares, que a apuração é essencial para a construção de uma notícia confiável. Ele enfatiza que a notícia, como produto jornalístico, deve ser compreendida a partir de critérios técnicos e éticos que definem sua relevância e interesse público. Traquina (2012) enfatiza os princípios fundamentais da notícia e os critérios de noticiabilidade. Com a contribuição desses autores, ampliamos a compreensão sobre a construção de notícias, a fim de perceber possíveis vulnerabilidades exploradas com a disseminação de conteúdos mal apurados, enganosos ou distorcidos.

Assim, ao passo que aprofundamos a pesquisa, trazemos também as visões de Alsina (2009) que analisa a construção da narrativa jornalística. Também os autores Falcão e Souza (2021) que discutem o impacto das *fake news* sobre a credibilidade das instituições e a manipulação da opinião pública.

Tal pesquisa justifica-se pela relevância do contexto histórico da saúde mundial frente à pandemia da Covid-19. Esse cenário demandou mudanças nas

estruturas de produção, saberes e vivências, que impactaram significativamente as práticas de jornalismo em assessoria de saúde, ampliando a necessidade de uma comunicação clara, objetiva e acessível ao público em geral.

Os jornalistas que atuaram na área de saúde exerceram seu papel de transformar informações científicas complexas em linguagem jornalística, compreensível não só por especialistas, mas por todo e qualquer público interessado em informações precisas e atualizadas sobre a temática, tais como prevenção, tratamentos, cuidados etc.

Esses profissionais de comunicação estiveram no front do combate à desinformação. Em seu exercício profissional, distribuíram as informações com os jornalistas que atuavam em veículos de imprensa, estes, por sua vez, disseminavam as notícias para o público em geral.

Posto isso, a temática tem ligação direta com a pesquisadora, uma vez que atuou como assessora e coordenou a equipe de comunicação do Hospital Metropolitano Dom José Maria Pires, nos anos de 2019 a 2023, unidade de saúde pública estadual na Paraíba, referência para tratamento da Covid-19.

Com relação ao papel da pesquisadora e à observação realizada, a maior crítica é a potencial perda da objetividade, pois a pesquisadora não é uma observadora distante, mas uma participante (Lacono; Brown; Holthan, 2009). Desse modo, durante todo o período da pesquisa, as releituras dos objetivos, principalmente antes das entrevistas e transcrições para análises, foram reiteradamente reforçadas pela autora deste estudo.

O procedimento metodológico principal é a observação participante que pode ser conduzida em uma variedade de configurações, como comunidades, organizações, instituições educacionais, grupos sociais, entre outros. Ela geralmente envolve um período de experiência no campo de estudo, permitindo ao pesquisador desenvolver relacionamentos e obter uma compreensão mais profunda da perspectiva dos participantes.

A observação participante tem suas raízes nas pesquisas antropológicas, que adotaram a etnografia como método (Tedlock, 2005; Serva; Jaime Júnior, 1995).

Esse tipo de investigação, fundamentado em descobertas no campo, envolve a participação do pesquisador no dia a dia dos pesquisados. Por isso a observação participante deve ser personalizada e multifatorial, requerendo um compromisso de longo prazo. As suas principais características, segundo Aktinson e Hammersley (1998), são: a ênfase na análise da natureza de um fenômeno social específico, o trabalho com dados qualitativos sem ter um esquema de análise de categorias previamente fixado e a análise de dados que envolvem interpretações explícitas dos significados das ações humanas.

Angrosino (2009), por sua vez, caracteriza a observação participante como um processo de aprendizagem pelo envolvimento nas atividades cotidianas de quem participa da pesquisa. Para o autor, não se deve considerar a observação participante apenas um método de pesquisa, porque ela é, antes de tudo, "uma estratégia que facilita a coleta de dados no campo" e o que combina o papel do pesquisador (participante de algum modo) com técnicas de coleta de dados (observação). Entrevistas, coleta de documentos e gravação de vídeos são outras técnicas que permitem coletar dados do e no contexto.

A observação participante refere-se a uma estratégia de pesquisa na qual o observador e os observados encontram-se em uma relação de interação que ocorre no ambiente de trabalho dos observados. Estes passam a ser vistos não mais como objetos de pesquisa, mas como sujeitos que contribuem para o estudo (Serva e Jaime Júnior, 1995).

Para os referidos autores, na observação participante, a validade representa o grau em que as informações são interpretadas de modo correto e os resultados do estudo fazem sentido, se elas são críveis tanto para as pessoas observadas como para os leitores do produto final, constituindo-se em uma boa "fotografia" do que foi observado pelo pesquisador.

Adler e Adler (1987) dividem a observação participante em três categorias — periférica, ativa e completa. A observação periférica caracteriza-se por uma posição mais distanciada do pesquisador em relação ao grupo estudado. Esse tipo de observação envolve contato diário ou quase diário com informantes-chave, mas o observador mantém um papel pouco ativo nas interações, adotando uma postura de

menor comprometimento. A principal vantagem dessa abordagem é a facilidade em manter uma postura neutra durante a coleta de dados, minimizando a influência do pesquisador sobre o campo. No entanto, essa neutralidade pode resultar em desafios para ganhar a confiança do grupo e garantir uma inserção mais profunda no contexto estudado.

Por outro lado, a observação ativa demanda um envolvimento mais significativo do pesquisador, que assume um papel funcional e central dentro do grupo pesquisado. Essa estratégia pode ser dividida em duas categorias: observação de oportunidades, quando o pesquisador já pertence ao grupo, e observação por conversão, quando ele se torna parte integrante do ambiente para fins de pesquisa. A maior proximidade com os participantes favorece a aceitação do observador e facilita o estabelecimento de relações de confiança, melhorando a qualidade das informações obtidas.

Por fim, a observação completa representa o nível máximo de imersão do pesquisador no campo. Nessa abordagem, o pesquisador vive as experiências do grupo como um membro autêntico, possibilitando acesso irrestrito ao ambiente e a coleta detalhada de informações. No entanto, essa imersão prolongada traz desafios, como o risco de viés de observação devido ao forte envolvimento emocional e pessoal. Para mitigar esses efeitos, recomenda-se que o pesquisador realize pausas periódicas, afastando-se temporariamente do campo para refletir sobre sua experiência e garantir maior objetividade nas análises.

Desse modo, esta pesquisa enquadra-se no tipo: Observação completa, considerando as principais características atribuídas pelos autores Adler e Adler (1987). A análise dos dados coletados nesta pesquisa busca, entre outras questões, apontar a especificidade do trabalho realizado por cada assessoria.

Ademais, para a coleta dos dados foi utilizada a técnica de entrevista em profundidade, que segundo Duarte (2008) integra o conjunto de pesquisa qualitativa, já que se trata de uma entrevista que busca a intensidade e qualidade dos dados coletados em campo e não apenas sua quantidade e estatística. O autor ainda destaca duas características de perguntas estruturadas da seguinte forma: abertas e semiabertas. Ele ainda caracteriza este tipo de entrevista como “um recurso

metodológico que busca, com base em teorias e pressupostos definidos pelo investigador, recolher experiências a partir da experiência subjetiva de uma fonte, selecionada por deter informações que deseja conhecer” (Duarte, 2008, p. 38).

Posto isto, esta pesquisa enquadra-se no perfil qualitativo. Para análise dos dados utilizamos a triangulação metodológica que combina diversas perspectivas teóricas, métodos de coleta e análise de dados (Rubin; Babbie, 2016; Figaro, 2014a; Santos *et al.*, 2017). Essa abordagem é essencial dada a complexidade das dimensões estudadas e as variadas influências que elas enfrentam no contexto do trabalho jornalístico.

Apesar da grande quantidade de dados, informações e possibilidades de investigação, a releitura frequente dos objetivos da pesquisa auxiliou a pesquisadora a manter o foco na obtenção e categorização dos dados; além disso, mantiveram-se as mesmas técnicas de coleta ao longo do estudo.

Isso posto, a pesquisa possui quatro capítulos. Após as explanações da Introdução, adentramos no primeiro capítulo, sobre o Jornalismo e o perfil profissional do jornalista brasileiro. Perpassando pelos conceitos e técnicas adotadas para Assessoria de Comunicação, traçamos um estado da arte considerando a amplitude do jornalismo e assessoria, a fim de vislumbrar os estudos no meio acadêmico.

No segundo capítulo, abordamos as discussões da pesquisa em Comunicação e Saúde, acerca das dimensões e eixos temáticos em: saúde pública, políticas públicas e atuação dos governos. Apresentamos também o limiar entre a comunicação pública e política, com foco nos estudos e análises acerca do posicionamento da Presidência da República do Brasil, na época, para condução da pandemia.

No terceiro capítulo, explanamos sobre o campo de investigação: As assessorias locais dos hospitais selecionados, trazendo breves detalhes da estruturação e rotina dos jornalistas, a fim de responder os objetivos elencados.

E, para nortear os pontos da análise do estudo, explicamos no quarto capítulo a metodologia adotada, o instrumento de coleta, perfil dos entrevistados e o

processamento dos dados. A saber que por meio de uma estruturação de categorias, elaborada pela pesquisadora, concluímos o referido capítulo com os resultados por meio da análise e interpretação dos dados.

1 ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO E PERFIL DO JORNALISTA BRASILEIRO

Neste capítulo, apresentamos um panorama das transformações na área da Assessoria de Comunicação, assim como o trabalho realizado pelos jornalistas dentro do processo de modernização e revolução tecnológica, especialmente após a internet e as redes sociais digitais. Para tanto explanamos as pesquisas realizadas nos anos de 2012 e 2021 que abordam: Perfil do Jornalista Brasileiro. Os números apontam para questões que também nos exigem demarcar minimamente no que consiste fazer jornalismo na área de assessoria em saúde no Brasil, desse modo pontuamos um breve resgate histórico, pois para compreendermos os caminhos percorridos pelos jornalistas em assessoria é preciso perpassar pelos âmbitos empresariais, organizacionais e de gestão pública.

1.1 O GRANDE CAMPO DA ASSESSORIA

Somos mais ou menos herdeiros de um jornalista americano chamado Ivy Lee. Em 1906, ele inventou a atividade especializada a que hoje chamamos de assessoria de imprensa ou assessoria de comunicação. Com um bem-sucedido projeto profissional de relações com a imprensa, a serviço de um cliente poderoso, Ivy Lee conquistou, por direito e mérito, na história moderna da comunicação social, o título de fundador das relações públicas, berço da assessoria de imprensa. Foi de Lee que partiu a iniciativa, durante o século XX, da função específica para fornecer notícias à imprensa sobre um meio assessorado, construindo uma identidade e imagem organizacional (Lima, 2009).

No Brasil, no início da década de 1980, à medida que o mercado de consumo se consolidava e o regime militar autoritário entrava em declínio, as organizações passaram por uma transição. Novos padrões de competitividade e a crescente demanda por direitos sociais e dos consumidores sobressaíam, uma vez que a democracia ressurgia e a liberdade de imprensa era retomada. As empresas e instituições sentiram a necessidade de se comunicar com a sociedade e seus diversos segmentos.

Duarte (2001) pontua que o interesse da imprensa por pautas relacionadas à economia, cultura e negócios crescia conforme o país se desenvolvia com o surgimento de grandes empresas estatais e privadas. Nesse contexto, a imprensa foi

identificada como um poderoso instrumento e também o meio mais eficiente para influenciar a agenda pública, fornecer informações e construir uma imagem positiva das empresas públicas ou privadas.

Ademais, durante essa década, Duarte (2001) ressalta que a necessidade de uma maior transparência na sociedade, decorrente do processo de redemocratização, desencadeou a profissionalização do mercado de assessorias de imprensa. Embora relações públicas envolvesse a gestão do relacionamento com diversos públicos, a tarefa de conectar as organizações com a imprensa geralmente era atribuída aos jornalistas, fazendo com que as empresas buscassem por este profissional, o que corroborava para a classe, tendo em vista o registro que se fazia do aumento de profissionais formados em cursos superiores e as frequentes reduções de jornalistas atuando nas redações.

O mercado da Assessoria de Imprensa (AI) cresceu rapidamente e, “na década de 1980 e em 1993, o Sindicato dos Jornalistas do Distrito Federal calculava que metade dos 25 mil jornalistas brasileiros atuava na comunicação institucional” (Sant’Anna, 1993, p. 2). Duarte (2009, p. 83) acredita que “as assessorias de imprensa ampliaram seu papel a partir da busca de visibilidade, da necessidade de transparência e das demandas naturais dos diferentes públicos”.

Elisa Kopplin e Luiz Ferraretto (2009) resumem as ações, como:

As atividades de uma assessoria de Imprensa podem ser descritas como: relacionamento com os veículos de Comunicação Social, abastecendo-os com informações relativas ao assessorado (através de releases, press-kits, sugestões de pautas e outros produtos), intermediando as relações de ambos e atendendo às solicitações dos jornalistas de quaisquer órgãos de imprensa; controle e arquivo de informações sobre o assessorado divulgadas nos meios de comunicação, bem como avaliação de dados provenientes do exterior da organização e que possam interessar aos seus dirigentes; organização e constante atualização de um mailing-list (relação de veículos de comunicação, com nomes de diretores e editores, endereço, telefone, fax e e-mail); edição dos periódicos destinados aos públicos externo e interno (boletins, revistas ou jornais); elaboração de outros produtos jornalísticos, como fotografias, vídeos, programas de rádio ou de televisão; participação na definição de estratégias de comunicação (Ferraretto; Ferraretto, 2009, p. 13-14).

Mediante o avanço tecnológico, ter apenas um profissional posicionando-se como ponte, em um caráter de intermediação entre o assessorado e a mídia, já não

caberia, era necessário avançar e com isso trabalhar outras atribuições. Passa então a existir o modelo de Assessoria de Comunicação Social (ACS), consolidado na segunda metade do século XX, que contempla funções de assessoria de imprensa, publicidade e relações públicas.

As assessorias de comunicação são hoje a estrutura que administra a comunicação de forma global, centralizada e única”, pelo que se “ocupam, na atualidade, das relações informativas com os meios de comunicação e, também, das relações institucionais, da organização de eventos, das relações com a sociedade em geral, da comunicação interna etc. (Almansa 2010, p. 10)

A autora avança ainda que a imagem que depreendemos da nossa envolvimento é o resultado da transmissão informativa “que nos chega através dos meios de comunicação” e que as informações que estes divulgam “em muitas ocasiões, é enviada pelas assessorias de comunicação” (Almansa, 2010, p.14).

Assim, conforme a autora, é seguro afirmar que “as assessorias são fontes de informação”, ativas e organizadas, que se situam “entre a notícia ou a informação e o meio de comunicação ou público” (p. 18), não obstante, sublinha a autora, “na sociedade atual, não basta fornecer informações aos meios de comunicação para conseguir uma boa projeção entre os nossos públicos: são necessárias políticas comunicacionais mais amplas” (p. 25).

Posto isto, ao longo da pesquisa utilizaremos o termo: Assessoria de Comunicação, tendo em vista que o trabalho desempenhado pelos jornalistas atuantes na área revela uma atuação que coordena e interage com demais ações de comunicação dentro de uma organização, visando garantir coerência, unidade e fluidez com as informações e conteúdos produzidos para cada segmento de público, conforme observação já feita por outros estudiosos e pesquisadores.

Por falar em pesquisadores e estudiosos, entendemos que, como parte da área do Jornalismo, a Assessoria de Comunicação também se caracteriza para além de um campo de atuação, um campo de pesquisa, isto posto, apresentamos no tópico seguinte um levantamento dos estudos realizados nos últimos anos, referente à área.

1.2 PESQUISAS E ESTUDOS SOBRE ASSESSORIA

Realizamos uma busca no Catálogo de Periódicos da Capes¹ para o período (2020-2023), visando obter o mapeamento dos estudos realizados nas respectivas áreas. Considerando a amplitude do jornalismo, pesquisamos: “jornalismo” and “pandemia” - apareceram 131 materiais, entre teses e artigos. Filtrando a busca para o campo de pesquisa das assessorias, ao digitarmos: “assessoria de comunicação” and “pandemia” - apareceram apenas 4 artigos, com duas produções no ano de 2020, e as demais em 2021 e 2022 respectivamente.

Passamos para as leituras dos títulos e encontramos em apenas um deles análise efetiva da atuação da assessoria em múltiplas facetas. Porém, raros foram os olhares sobre o perfil do jornalista na assessoria de comunicação e as rotinas de trabalho durante a crise sanitária, desse modo destacamos os três principais a seguir:

O primeiro artigo foi “Pandemia de Covid-19 e Mídia: O Trabalho da Assessoria de Comunicação de um Hospital de doenças infecciosas”. A pesquisa desenvolvida por Diego Sombra, Francisco de Abreu, Tânia Coelho e Lauro Perdigão Neto, do ano de 2022, debruçou-se especialmente na análise da atuação da Assessoria de Comunicação implementada em janeiro de 2021 em um hospital terciário de ensino, conveniado ao Sistema Único de Saúde (SUS), com 108 leitos, localizado em Fortaleza, Ceará. Foi observado que a Assessoria elaborou um plano de comunicação com o objetivo de divulgar ações e serviços do hospital durante o período pandêmico, com foco nas medidas de prevenção, na importância da vacinação e no combate às *fake news*. Concluiu-se que as ações programadas e sistemáticas coordenadas pela AC foram capazes de reforçar a notoriedade do hospital, revelando o reconhecimento das fontes de informação, pelas inserções positivas registradas na imprensa.

¹ Disponível em:

https://www-periodicos-capes-gov-br.ez1.periodicos.capes.gov.br/index.php/acervo/buscador.html?q=assessoria+de+comunica%C3%A7%C3%A3o+and+pandemia&source=&publishyear_min%5B%5D=2020&publishyear_max%5B%5D=2023. Acesso em: 22 jan. 2024.

Já o segundo artigo “O papel da assessoria de comunicação na midiatização da imagem pública e institucional: estudo de caso do Ministério da Saúde Português em situação de pandemia” foi produzido por Teresa Figueiredo e Sónia de Sá, em 2021, na Universidade da Beira Interior, em Portugal. O material analisa a imagem projetada pelo Ministério da Saúde Português, a partir do conteúdo introdutório das conferências de imprensa de divulgação do relatório da situação da Covid-19 no país, num período de dois meses (de março a maio de 2020). Aplicando os modelos propostos por Weber (2004) e Ruao (2016) para a imagem pública desejada e projetada, após a análise dos dados coletados por meio de entrevista com o responsável do órgão público, os resultados indicaram que a estratégia de comunicação aplicada foi bem sucedida, aproximando-se da construção de uma imagem pública e institucional eficaz em tempos de pandemia global, por ter se tratado de uma comunicação regular, aberta e empática, segundo as autoras.

Por último, o artigo “Anseios das profissionais de enfermagem gestantes frente à pandemia de Covid-19: um relato de experiência”, produzido por Fagundes et al., de 2020, traz uma análise das ações da Comissão Nacional de Saúde da Mulher (CNSM) e da Assessoria de Comunicação (ASCOM) do Conselho Federal de Enfermagem (COFEN), frente às demandas em saúde reprodutiva das mulheres registradas pela Ouvidoria do COFEN, em tempos de Covid-19. A pesquisa não especifica quais as ações utilizadas pela Ascom, mas conclui nos resultados alcançados que houve um aperfeiçoamento da comunicação institucional do COFEN, por meio de uma interlocução com área técnica, de modo a direcionar a abordagem dos temas relativos a gravidez e puerpério no período do estudo.

A escolha da busca nas bibliotecas *online* da Capes se deu por tratar-se de uma plataforma referência para as publicações científicas no ensino superior brasileiro, porém é perceptível que alguns trabalhos envolvendo pesquisas em assessoria de comunicação podem não aparecer, especialmente as experiências em pós-graduação que renderam, além das reflexões, produtos jornalísticos. Por este motivo, optamos por um levantamento adicional na produção dos Programas de Pós-graduação em Jornalismo da Universidade Federal da Paraíba (UFPB)², da

² Disponível em: <http://www.ccta.ufpb.br/ppj/contents/menu/pesquisa/dissertacoes>. Acesso em: 14 fev. 2024.

Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)³ e Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)⁴, considerando o mesmo espaço de tempo de 4 anos, mas sendo estes 2019-2022, tendo por foco as pesquisas a priori em Assessoria, e por conseguinte, a correlação do tema com a pandemia.

Para os títulos dispostos na biblioteca digital do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ) da UFPB não foram encontrados registros no período citado. Pontuamos ainda que no programa de mestrado profissional, que existe há cerca de 10 anos, apenas duas dissertações foram produzidas com foco na pesquisa em Assessoria de Comunicação, sendo ambas do ano de 2017.

De igual modo, no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (PPGCom - PE), criado em 1998, não foi possível identificar registro de produtos de pesquisa e dissertações com foco em assessoria de comunicação para o período supracitado. E, considerando o levantamento realizado para os últimos 10 anos, apenas uma dissertação atrelada à temática, no ano de 2014, foi publicada.

Por sua vez, no Repositório Institucional (RI) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), encontramos três pesquisas integrantes do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, mas nenhuma delas pertencentes aos quatro anos do filtro, prioritariamente criado. Entre estas, duas, datam de 2017, e a terceira, no ano de 2018.

Esses breves levantamentos permitem-nos entender que o andamento das pesquisas acadêmicas voltadas à área de assessoria, atrelada ao jornalismo, está distante do espaço que a profissão ocupa no mercado brasileiro. Justifica-se assim a inscrição da presente dissertação nesse *locus*, a fim de analisar as práticas dos profissionais atuantes nas assessorias, e trazer o debate para a academia, sobretudo durante a pandemia da Covid-19, um tempo em que o próprio jornalismo

³ Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/handle/123456789/50>. Acesso em: 14 fev. 2024.

⁴ Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/92642>. Acesso em: 14 fev. 2024.

foi considerado essencial⁵, assim como outras atividades, ligadas à saúde, comércio de medicamentos e alimentos.

Buscamos ainda outros estudos, resultantes de pesquisas investigativas para o perfil dos profissionais jornalistas, com foco no Brasil e na Paraíba, pelo qual apresentamos no item 1.3, um mapeamento de que modo esses profissionais chegaram para atuar nas Assessorias e em que condições se encontram nos dias atuais.

1.3 JORNALISTAS BRASILEIROS INSERIDOS NA ASSESSORIA

Antes de nos aprofundarmos nos dados, retomamos a primeira afirmação publicada em 1986, pela Federação Nacional de Jornalistas Profissionais (Fenaj), no Manual de Assessoria de Imprensa:

Os profissionais de assessoria são, antes de tudo, jornalistas. Eles vieram preencher uma lacuna atendida indevidamente por profissionais de outros setores, entre eles recursos humanos, marketing e promoções. Seu trabalho visa contribuir para o aperfeiçoamento da comunicação entre a instituição, seus funcionários e a opinião pública. Dentro de uma perspectiva social que privilegia essa última, a assessoria de imprensa agiliza e complementa o trabalho do repórter, subsidia-o e lhe oferece alternativas adequadas, garantindo o fluxo de informações para os veículos de comunicação – porta-vozes da opinião pública (Fenaj, 2004, p. 7).

Partindo dessa situacionalidade, Duarte (2008) pontua que “o Manual de Assessoria de Imprensa representa um avanço importante enquanto fato político-profissional”, (2008, p.15), tendo o instrumento, sempre posicionado na valorização do profissional. No qual consta as atribuições básicas e responsabilidades do assessor: “cabe ao jornalista assessor apurar os sentidos para estar sempre adaptado a uma conjuntura que se modifica na velocidade com que circula a informação no momento de incessantes inovações tecnológicas” (Fenaj, 2004, p.13).

Ainda é acrescentado para essa atuação as competências em “facilitar a relação entre o seu cliente – empresa, pessoa física, entidades e instituições – e os

⁵ Presidência da República: Serviços de comunicação são considerados essenciais no fornecimento de informações à população. Disponível em: <https://www.gov.br/planalto/pt-br/acompanhe-o-planalto/noticias/2020/03/planalto-enfatiza-a-imprensa-como-servico-indispensavel-durante-combate-ao-coronavirus> Acesso em: 12/08/2022.

formadores de opinião [...] É função do jornalista-assessor o relacionamento direto com a Imprensa.”, (Fenaj, 2004, p.7). Concordamos que o texto traz uma simplificação da atuação do profissional multifacetado, como bem observou (Bueno, 2014, p. 177), que “as exigências são significativamente maiores e, para atendê-las, o assessor precisa, mais do que nunca, ser um estrategista, um gestor de comunicação”.

Não obstante o perfil do profissional passou ainda por outras reconfigurações significativas conforme aponta Prado (2011):

O profissional bem-sucedido do século XXI é multimídia e multitarefeiro. A nova geração sabe manusear várias mídias ao mesmo tempo. É jornalista-radialista digitalizado, cinegrafista e fotógrafo. Está certo que escrever bem é e sempre será o fundamental. Mas não basta mais só saber redigir, o mercado carece e prefere que o jornalista saiba, de forma extremamente profissional (porque amadores são pantópicos) gerar páginas na internet, fazer locução, mexer em câmeras e, em muitos casos, editar também; tudo isso com visão aguçada (Prado, 2011, p. 32).

Desse modo, nas últimas décadas é visível que o trabalho em assessoria passou a incorporar outras tarefas e exigir novas habilidades.

Com a internet, as referidas atribuições passaram por profundas transformações em seus modelos, e o profissional deixou de se limitar ao relacionamento com os jornalistas (embora a importância permaneça) para ser um administrador da informação de interesse de diversos públicos da organização (Gluer, 2003, p. 5).

Contudo, 20 anos depois da afirmativa anterior, arraigada pelo crescente avanço tecnológico já presente no ano de 2004, podemos ainda encontrar a principal lacuna no reconhecimento do profissional: a ausência da atividade de Assessoria no Decreto nº 83.284, de 1979 que regulamenta a Profissão do Jornalista. Para Moacyr Neves (2023), presidente do Sindicato dos Jornalistas da Bahia (Sinjorba) e primeiro secretário da Fenaj: “A ausência da atividade de Assessoria de Imprensa da regulamentação favorece a retirada de direitos, a precarização, os conflitos e as divergências com outras categorias da comunicação⁶” (Fenaj, 2023).

⁶ ENJAI 2023: Assessoria de imprensa é a principal atividade de 43,4% dos jornalistas brasileiros Disponível em: <https://fenaj.org.br/enjai-2023-assessoria-de-imprensa-emprega-434-dos-jornalistas-brasileiros/> Acesso em: 02 dez. 2023

Não apenas pelo atraso de mais de 40 anos, como também pelas mudanças ocorridas com os processos de informatização e modernização, essa inexistência se torna ainda agravante, visto que 1/3 dos jornalistas brasileiros (34,9%) trabalham fora da mídia, e estes contemplam as atividades de assessoria de imprensa ou comunicação e outras. Ainda nesse universo, 43,4% declaram que sua atividade principal é realizada em assessorias de imprensa.

Esses dados foram extraídos da pesquisa intitulada por: "Perfil do Jornalista Brasileiro 2021", que serão detalhados nos tópicos a seguir, a fim de gerar uma visualização do cenário atual em que estes profissionais tem desempenhado seu trabalho.

1.3.1 Conhecendo o perfil do jornalista brasileiro

Em 2012, O Programa de Pós-Graduação em Sociologia Política da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em convênio com a Fenaj, realizou a primeira pesquisa acerca do Perfil do Jornalista Brasileiro⁷, na qual constatou forte presença de jornalistas em funções fora da mídia, como assessoria de imprensa, marketing e comunicação corporativa. Dados que corroboraram com os estudos de Figaro, Nonato e Grohmann (2013), sobre a diminuição no número de profissionais nas redações jornalísticas e a migração para a comunicação institucional.

Ainda segundo a pesquisa de 2012, foi evidenciada a multifuncionalidade como uma característica dos jornalistas brasileiros, (na época), 76% dos entrevistados trabalhavam com internet, mas apenas 38,6% tinham como atividade-fim veículos online (Mick; Lima, 2013). Além disso, muitos trabalhavam em dois ou mais empregos ao mesmo tempo. E, entre os que participaram da pesquisa (43,3%), trabalhavam entre 8 e 12 horas por dia somando com outros 40,3% que trabalhavam de 5 a 8h diárias, chegando a 83,4% de jornalistas laborando além da jornada legal de 5h/dia

Cerca de 10 anos depois, foi realizada uma nova pesquisa intitulada "Perfil do Jornalista Brasileiro. Produzida de forma coletiva, foi liderada pelo Laboratório de Sociologia do Trabalho (Lastro/UFSC) e articulada nacionalmente pela Rede de

⁷ Disponível em: <https://perfildojornalista.ufsc.br/files/2013/04/Perfil-do-jornalista-brasileiro-Sintese.pdf>
Acesso em: 08 fev. 2023.

Estudos sobre Trabalho e Profissão (RETIJ), da Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), e publicada no ano de 2022. No total 17 pesquisadores voluntários de todas as regiões brasileiras trabalharam de forma colaborativa para produção do material que recebeu também o apoio das principais organizações nacionais da categoria: ABI, ABEJ, ABRAJI, APJor, Fenaj – e Sindicatos filiados, e SBPJor, assegurando a inédita visibilidade à pesquisa e viabilizando seu alcance nacional.

De acordo com Lima e Mick (2022), no relatório nacional da pesquisa, não há certeza sobre o número de profissionais jornalistas com registro no Ministério do Trabalho. De todo modo, partiu-se da base de 142.424 mil registros de jornalistas no Brasil, nos últimos 20 anos, para fazer o desenho amostral da pesquisa, adotando-se “como parâmetro o total de registros profissionais de jornalistas emitidos pelo CIRP entre 2000 e 2019.” (Lima; Mick, 2022, p. 16).

A pesquisa recebeu a participação de 7.029 jornalistas, no período entre 16 de agosto e 1º de outubro de 2021. Após uma curadoria foram eliminadas respostas muito incompletas, incoerentes ou de má-fé, resultando em 6.650 respostas válidas. Os dados do estudo indicam que jornalistas no Brasil ainda são majoritariamente mulheres (58%), brancas (68,4%), solteiras (53%), com até 40 anos, perfil que mudou pouco em relação ao levantamento realizado em 2012.

No tocante à escolaridade, no relatório foi identificado que 42,3% têm ensino superior completo, com especialização foram 28,6% das respostas, e somente 14,7% que têm mestrado. E, entre os entrevistados, dois terços afirmaram possuir o registro profissional – 77,3%.

Em relação à remuneração, ficou constatado que o jornalismo brasileiro paga pouco a profissionais de formação elevada. A renda mensal de 60% dos entrevistados mostrou-se inferior a R\$5,5 mil por mês e apenas 12% recebem acima de R\$11 mil.

Entre outras características, a pesquisa também pontuou a precarização do trabalho, as condições laborativas que afetam a saúde e os efeitos das inovações tecnológicas, observando as principais mudanças apresentadas na última década. Em comentário sobre o relatório, o coordenador geral da pesquisa, professor Samuel

Pantoja Lima (2021), destaca que “o próprio contexto de pandemia da Covid-19 intensifica as dificuldades, adicionando à precarização já existente efeitos psicológicos devidos às pressões comuns do trabalho combinadas ao luto e ao excesso de trabalho decorrente de colegas se demitindo ou sendo demitidos, com pouco ou nenhum apoio das empresas” (Lima, 2021, p.14).

Com acesso ao relatório específico da região nordeste, é possível identificar os autores descrevendo como "muito mais complexa e precária" a situação do jornalismo, em face do que se verificou em 2012.

Segundo o estudo:

Os jornalistas nordestinos têm um menor tempo de atuação no mercado de trabalho, salários mais baixos e vínculos profissionais mais instáveis que a média nacional, por exemplo. Além disso, a grande maioria (70,9%) concordaram total ou parcialmente que o ritmo de trabalho a que estão submetidos é muito intenso. [...] os profissionais nordestinos, em sua maioria, afirmam se sentir estressados no trabalho (64,6% dos entrevistados). Apesar disso, a minoria (33,6%) informou já ter recebido um diagnóstico médico atestando essa situação. E isso se repete em outros quesitos: apenas 18,5% foram diagnosticados com algum transtorno mental relacionado ao trabalho; 26,1% receberam alguma indicação para tomar antidepressivos; e 19,2% foram diagnosticados com algum sintoma de LER/DORT. [...] é preciso avançar no entendimento da realidade desses profissionais por meio de uma abordagem qualitativa. Por exemplo, o baixo índice de diagnósticos de transtornos mentais é um espalhamento de como se encontra a saúde mental dos jornalistas nordestinos? Ou eles têm dificuldades de acesso a um atendimento especializado? Ou mesmo temem que possíveis afastamentos por razões de saúde levem a perda do emprego? (Lima *et. al.* 2022, p.14).

Os autores Druck (2011) e Alves (2013) já discorreram acerca da condição de precarização social do trabalho dos jornalistas. Mais recente, estudos que corroboram com os apontamentos da pesquisa, também foram elaborados por Nicoletti e Mick (2018), e atualizados por Nicoletti e Figaro (2022), observando as vulnerabilidades apresentadas em todas as dimensões da precarização do trabalho do jornalista, ao que concluem:

1) vínculos precários, informais e diferenças salariais e de piso entre regiões e profissionais do mesmo nível; 2) altas jornadas de trabalho e contratações temporárias por tempo determinado, contratação de freelancers, autônomos, Pessoa Jurídica (PJ); 3) falta de estrutura para o trabalho, falta de proteção jurídica e salvaguarda da empresa, risco à vida em áreas de conflitos rurais e urbanos, adoecimento físico e mental; 4) redução da autonomia do profissional, individualização; 5)

enfraquecimento dos sindicatos e outras tentativas de regulamentação profissional; 6) desregulamentação da legislação específica e, mais recentemente, da própria Consolidação das Leis do Trabalho (CLT). (Nicoletti; Figaro, 2022, p. 17)

Mesmo diante de resultados tão alarmantes, observamos que ainda de acordo com dados do estudo do Perfil do Jornalista Brasileiro 2021, a atuação dos jornalistas em assessorias no Brasil, cresceu. Afunilando para o nordeste, a pesquisa mostra que a área está classificada com a 5ª do ranking, em que os jornalistas desempenham suas funções.

Quando estes estão atuando no campo da saúde, Stasiak (2012), aponta que além da produção diária de releases para veículos de imprensa, tem sido realizado o monitoramento de notícias e campanhas de mídia para reunir informações e fortalecer a imagem do assessorado. Pela pluralidade de tarefas desenvolvidas diariamente, é possível compreender porque a grande maioria dos profissionais rejeitam o termo “assessor(a) de imprensa”. E mesmo aqueles que seguem atuando “apenas” com a produção de press-releases e contato com a mídia, sabem que em algum momento precisarão evoluir porque o mercado impõe outras atitudes e habilidades, tal qual ligadas a um papel crucial na precisão do repasse das informações de interesse público, em todas as modalidades e plataformas.

Diante do exposto, retomamos a pesquisa do Perfil do Jornalista Brasileiro 2021, para destacar o seu encerramento com uma recomendação em caráter de urgência para adoção de estratégias de proteção do emprego, da saúde e do bem-estar dos jornalistas brasileiros. Por isso, consideramos pertinente o levantamento de dados no tocante à região em que estão atuando os nossos entrevistados, e apresentamos no subitem seguinte.

1.3.2 Jornalistas atuantes em Assessorias de Comunicação na Paraíba

Na Paraíba, não há estudos disponíveis que quantifiquem o número de jornalistas trabalhando em assessoria. A pesquisadora desta dissertação entrou em contato com o Sindicato dos Jornalistas do Estado, pelo qual os dirigentes explicaram não possuir um registro atualizado dessa atividade. De acordo com os líderes da entidade (contato verbal), houve uma tentativa inicial de mapeamento, em

2017, mas o projeto não avançou devido à falta de resposta dos profissionais contactados.

Porém, realizamos um levantamento para acentuar o nosso campo de pesquisa, através dos sites do Portal da Transparência do Governo do Estado⁸, e das prefeituras das duas maiores cidades da Paraíba, João Pessoa⁹ (PMJP) e Campina Grande¹⁰ (PMCG), e identificamos 207 profissionais jornalistas contratados para atuação em assessoria de comunicação. A busca foi feita no dia 12 de março de 2024, com direcionamento no número de pessoas contratadas para cargos associados à função de assessoria de imprensa, relativos ao ano de 2021, período ainda considerado pandêmico, conforme detalhamento no Quadro 3.

Quadro 1 - Número de pessoas ligadas à assessoria de imprensa no Governo da Paraíba e nas prefeituras de João Pessoa e Campina Grande, em 2021

Entidade	Cargo	Número de pessoas
Governo do Estado	Assessor de Imprensa	22
Governo do Estado	Assessoria de Imprensa	1
Governo do Estado	Assistente de Comunicação e Marketing	1
Governo do Estado	Chefe do setor de Divulgação/Comunicação	1
Governo do Estado	Comunicólogo	4
Governo do Estado	Gerente de Comunicação institucional	1
Governo do Estado	Técnico em Comunicação	4
Governo do Estado	Técnico em Comunicação Social	17
Governo do Estado	Locutor de Mídias Audiovisuais	0
Governo do Estado	Editor	4
Governo do Estado	Redator	34
Governo do Estado	Repórter	44

⁸ Disponível em: <https://transparencia.pb.gov.br/pessoal/remuneracao-de-servidores>. Acesso em: 12 mar. 2024.

⁹ Disponível em: <https://transparencia.joaopessoa.pb.gov.br/#/servidores/cargos/listagem>. Acesso em: 12 mar. 2024.

¹⁰ Disponível em: <https://saude.campinagrande.pb.gov.br/portal-da-transparencia/quadro-funcional/>. Acesso em: 12 mar. 2024.

PMJP	Assistente de Comunicação	2
PMJP	Assistente de Mídias Sociais	1
PMJP	Chefe da Assessoria de Comunicação	2
PMJP	Chefe da Assessoria de Comunicação Social	1
PMJP	Jornalista	12
PMJP	Redator	3
PMJP	Repórter	2
PMJP	Editor	14
PMJP	Técnico em Comunicação Social	16
PMCG	Chefe da Divisão de Imprensa	1
PMCG	Assessor de Imprensa	2
PMCG	Coordenador de Comunicação	1
PMCG	Assessor de Comunicação	10
PMCG	Jornalista	5
PMCG	Repórter	1

Fonte: elaboração própria a partir de dados do Portal da Transparência (2024).

Das três entidades, o Governo da Paraíba é a que mais tem profissionais, totalizando 134 servidores. Os dados contabilizam não só os servidores concursados como também os contratos temporários e os cargos comissionados existentes no ano consultado. Os cargos de Repórter (44 pessoas) e Redator (34 pessoas) eram os que mais tinham servidores, seguido dos de Assessor de Imprensa (22) e Técnico em Comunicação Social (17).

No caso da Prefeitura de João Pessoa, foram 53 pessoas contratadas para funções ligadas à assessoria de imprensa no ano de 2021. O cargo de Técnico em Comunicação Social (16) contemplou a maior parte das vagas, seguido de Editor (14) e Jornalista (12). Assim como no Governo do Estado, os dados contabilizam os servidores concursados efetivos e também os contratos temporários e os de comissionados.

O município de Campina Grande, em 2021, possuía 20 pessoas contratadas para funções ligadas à assessoria de imprensa, entre efetivos, comissionados e contratos temporários. O cargo de Assessor de Comunicação (10 pessoas) possuía mais contratados, seguido de Jornalista (5).

De certo que o número é delimitado, e não corresponde com exatidão à realidade existente, mas o levantamento buscou um olhar para os espaços que os jornalistas têm ocupado dentro da gestão pública na Paraíba.

A considerar ainda que o estado não somente é composto por repartições públicas, mas também possui um perfil de polo industrial, sediando multinacionais e grandes empresas, as quais necessitam para um bom relacionamento com a imprensa e manutenção de comunicação organizacional, o trabalho da assessoria de comunicação, que através do profissional jornalista pode elaborar e aplicar estratégias para gestão da boa imagem. O que certamente já deve ocorrer no mercado de trabalho local, mas não pôde ser quantificado neste estudo.

2 COMUNICAÇÃO E SAÚDE

Neste capítulo abordamos a contextualização da Saúde e sua ligação ao campo de comunicação, jornalismo e assessoria. Assim como a partir da perspectiva da comunicação pública as ferramentas utilizadas para o desempenho dos direitos de acesso à informação e criação de políticas públicas. Com foco no contexto pandêmico acentuamos a presença de ações, e também a ausência delas, através dos poderes federais e estaduais, a exemplo do negacionismo do então chefe do Executivo do país, e o posicionamentos de líderes dos Estados por meio da composição interfederativa do Consórcio Nordeste. Tais esclarecimentos objetivam trazer luz para as instâncias superiores ligadas direta ou indiretamente ao trabalho dos assessores participantes dessa pesquisa.

2.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA SAÚDE

No campo científico muitos estudos debatem a conceituação do termo Comunicação e Saúde, e ressaltam a importância de aprofundamento nessas teorias. A saúde engloba um amplo contexto, abrangendo aspectos físicos, psicológicos e sociais, por isso os debates e reflexões precisam ir além da relação saúde-doença, diagnóstico-paliativo e eliminação da doença (Hewerston; Humenhuk, 2002).

Neste sentido a Comunicação em Saúde objetiva, entre outros aspectos, a melhoria ou a manutenção do estado de saúde dos indivíduos e das populações, pelo que iniciativas de promoção da saúde a colocam na agenda pública, reforçam as suas mensagens, estimulam as pessoas a pesquisar por informações e, desejavelmente, levam à adoção de estilos de vida saudável (Who, 1998; Schiavo, 2013). Assumindo-se como uma importante ferramenta para o cumprimento de objetivos de saúde pública, e como peça de extrema importância para a vida em sociedade (Hinyard; Kreuter, 2007).

No Brasil, a associação entre Comunicação e Saúde teve início no século XX. Em 1923, foi criado o Setor de Propaganda e Educação Sanitária do Departamento Nacional de Saúde Pública com o objetivo principal de disseminar informações e conscientizar a população sobre hábitos de higiene e prevenção de doenças.

Durante esse período a comunicação era focada na transmissão de informações responsabilizando o indivíduo por sua saúde, enquanto ignorava fatores ambientais políticos e econômicos, os discursos predominantes eram higienistas e preventivistas, com o passar dos anos, a Comunicação e Saúde adotou uma abordagem mais instrumental, fundamentada no modelo Informacional (Shannon; Weaver, 1949).

Em meados da década de 1990 a Comunicação e Saúde, consolidou-se como campo de estudo trazendo uma nova perspectiva para as práticas de comunicação na saúde. Esse movimento buscou integrar saúde e comunicação em uma estrutura interdisciplinar, afastando-se da visão estática da comunicação que poderia ser aplicada indiscriminadamente sem considerar o contexto específico de cada instituição ou órgão de saúde.

A Comunicação e Saúde estabeleceu a intersecção dessas duas áreas consolidadas, visando ampliar os enfoques e incluir novos aspectos de análise, tanto práticos quanto teóricos. Nas últimas décadas a Comunicação e Saúde cresceu significativamente ganhando espaço e legitimidade, passando a compor Grupos de trabalho e eixos temáticos em importantes instituições como a Associação Brasileira de Saúde Coletiva (ABRASCO) e a Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIC).

Sendo um direito previsto na Constituição Federal, que atribui ao Estado a responsabilidade de garantir que todos tenham acesso universal à saúde com o princípio da equidade universal e integralidade, é necessário compreender que a Saúde enquanto setor articula-se com os demais, influenciando e sendo influenciada pelas políticas públicas, gestão governamental, pela educação e pela economia.

Reafirmando essa responsabilidade, está previsto no instrumento elaborado pelo Ministério da Saúde, as diretrizes acerca da Política Nacional de Promoção à Saúde, a saber: “Integralidade, equidade, responsabilidade sanitária, mobilização e participação social, intersetorialidade, informação, **educação e comunicação**, e sustentabilidade” (Brasil, 2010, p. 14, grifo nosso).

Em cada uma das partes do documento, que se divide na esfera federal, estadual e municipal, deixa claro a responsabilidade dos gestores no uso da

comunicação para a promoção, prevenção e educação em saúde. Desse modo, os jornalistas têm um papel crucial para fomentar junto aos órgãos responsáveis, a propagação de informação capaz de salvar vidas, está preconizada pelo SUS no Brasil.

Posto isso apresentaremos no tópico adiante, a comunicação atuante especificamente na área da saúde pública, para fazer conhecer os atores responsáveis e aproximar do nosso objeto de estudo.

2.2 COMUNICAÇÃO EM SAÚDE NO BRASIL – UMA VISÃO PÚBLICA

Não há como falar em comunicação em saúde no Brasil sem falar do Sistema Único de Saúde (SUS). Dada a sua importância, os autores Araújo e Oliveira (2012) pontuam que foi a partir da criação do SUS, que se constituiu no país a Comunicação em Saúde como um campo interdisciplinar. Agindo de forma intensiva as perspectivas comunicacionais do modelo instrumental de comunicação e propondo modos alternativos para se pensar o papel da Informação e da Comunicação para a saúde.

O SUS foi criado em 1988, surgindo para garantir a todos os brasileiros o acesso integral da atenção à saúde, e isto vai desde saneamento básico a tratamentos complexos como transplante de órgãos. Ademais, o Ministério da Saúde pontua que o SUS é um projeto social que viabiliza ações de promoção, prevenção e assistência à toda a população de forma gratuita.

Azevedo (2013) aponta que a criação do SUS foi um processo coletivo e democrático, permeado por valores como a solidariedade, equidade, cooperação e democratização, nos quais tornaram-se princípios e diretrizes do sistema, “na contramão dos valores e práticas sociais dominantes na sociedade” (Azevedo, 2013, p.59). A autora afirma ainda que desde então, novos atores sociais como profissionais de diferentes disciplinas (medicina, psicologia, antropologia, sociologia, pedagogia, comunicação, entre outras), vinculados a diversas abordagens sobre formas de saber e de agir sobre a saúde, têm se ocupado da construção de processos de mudança, incluindo a compreensão da comunicação nas relações sociais nas práticas que envolve a saúde.

Como fruto de pesquisa no campo da comunicação, o SUS revela-se embasado no modelo informacional com processos de comunicação linear, unidirecional e bipolarizado (Azevedo, 2013). A autora aponta que esse modelo, no entanto, não contempla o atual período em que vivemos, de democratização do acesso à informação, com o aumento significativo do uso da internet e das redes sociais.

Ademais, Araújo e Cardoso (2007) afirmam que por se caracterizar como uma política de saúde inclusiva, o SUS não deve apenas fornecer informações educativas sobre saúde, mas também deve capacitar os usuários para que sejam ativos na comunicação e participem ativamente das decisões relacionadas à sua saúde. Deste modo, os sentidos de entendimento relacionados ao direito à comunicação em saúde devem ser entendidos pelo: acesso democrático e ampliado às informações e o de que os participantes dos processos comunicativos possam ser realmente considerados como sujeitos nas interações: “ter a possibilidade de também se expressar e se fazer ouvir, e não apenas receber” (Araújo; Cardoso, 2007, p. 114).

Corroborando com esse sentido, Murtinho e Stevanim (2017) vêm discorrendo sobre a democratização na comunicação em saúde e apontam que a principal luta pela causa busca pela ampliação de vozes e a descentralização da informação, que corresponde a conceber o acesso à comunicação e a informação como direitos. Os autores citam estudos da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) que, já no final da década de 1960, preocupavam-se com a restrição e desequilíbrio na quantidade de fontes de informação, especialmente entre os países em desenvolvimento.

A informação em saúde necessita de ser clara, compreensível, recordável, credível, consistente ao longo do tempo, baseada na evidência e personalizada. Esta personalização significa que a informação é “à medida” das necessidades de informação do utente naquele momento, adaptada ao seu nível cultural e adaptada ao seu estilo cognitivo. (Teixeira, 2004, p. 615).

Neste sentido, é preciso avançar no fazer comunicação pública de maneira plural e com a participação de diversos atores, “considerando que nessa perspectiva a informação é algo extremamente necessário dentro da área da saúde” (Teixeira, 2004, p. 617).

Os estudos de Pedro Gilberto Gomes (1997), nos traz importantes elementos para acompanhar o debate sobre as políticas de comunicação na América Latina. Aprendemos que a política pode ser entendida como ação planejada para alcançar determinados objetivos, desse modo a definição para Política de Comunicação trata de uma "ação realizada em conjunto por um grupo social, ou um governo, tendo em vista alcançar determinado objetivo no campo da comunicação" (Gomes, 1997, p.106).

Sob a ótica de Luiz Ramiro Beltran (1997), a política de comunicação também pode ser compreendida como "um conjunto de normas integradas e duradouras para reger a conduta de todo o sistema de comunicação de um país, entendendo-se por sistema a totalidade das atividades de comunicação massiva ou não massiva" (Beltran, 1997 *apud* Gomes, 1997, p. 107).

Posto isto, Gomes (1997) vem ainda afirmar que um governo existe para a sociedade, que é o objeto de suas ações. Além de atender aos interesses da sociedade, o governo deve manter constantemente abertos os canais de diálogo com este público, através de políticas de comunicação bilaterais. Ademais, quando se trata de um mandato que foi delegado pelo povo, a responsabilidade informativa é maior, pois há um contrato social que delimita responsabilidades.

Considerando pertinente esses apontamentos, colocamos mais adiante a atuação do governo junto e para à sociedade no contexto pandêmico, partindo da perspectiva do Jornalismo, que está diretamente atrelado a centralidade dessa pesquisa.

2.3 A COMUNICAÇÃO E O JORNALISMO NO CONTEXTO PANDÊMICO

De certo que a pandemia causada pelo coronavírus da síndrome respiratória aguda grave 2 (SARS-CoV-2), identificada pela primeira vez em dezembro de 2019 na cidade de Wuhan, na China, que afetou povos e nações, não foi a primeira da história da humanidade (Brito, 2020).

Há mais de 100 anos, em 1918, a pandemia da gripe espanhola tirou a paz dos cidadãos, quando o vírus influenza da gripe, devastou populações em todo o mundo. Na época as notícias se davam basicamente por publicações impressas e,

de acordo com Braga e Mazzeu (2017), cerca de 65% da população brasileira era analfabeta, o que comprometia a efetividade da comunicação.

Já no século XXI, com o desenvolvimento das mídias digitais e popularização da Internet, a epidemia da Influenza A (H1N1) também ganhou destaque, tornando-se notícia. E, não distinto, em 2019, com relação ao novo coronavírus que se propagou inicialmente entre os países asiáticos, avançando rapidamente pelos demais continentes, levando a Organização Mundial da Saúde (OMS) a declarar, em março de 2020, a situação como pandemia (Brito, 2020), verificamos de maneira mais ampla as pautas em torno da doença e seus desdobramentos. Informações que se tornam notícias, passando pela apuração jornalística nas coberturas de crises na saúde pública.

A pandemia é noticiada pela imprensa mundial desde o surgimento dos primeiros casos. Cabe ressaltar, nesse caso, a seleção da notícia pela sua relevância e pelo critério de proximidade (Traquina, 2005). À medida que os meses passam, essa cobertura ganha mais destaque, e o jornalismo através dos veículos de comunicação intensifica seu papel, criando pontes entre as autoridades políticas, científicas e a sociedade (Lopes *et. al.*, 2021).

Se a ciência e a pesquisa apontam que distanciamento e isolamento social são as estratégias adequadas para o enfrentamento da doença causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, o jornalismo amplia horizontes, permitindo entre outros aspectos, o acesso às informações confiáveis e capazes de reduzir incertezas e garantir o exercício da cidadania. (Coutinho, 2020, p.7)

Do número de óbitos por dia até a quantidade de pessoas vacinadas por regiões, a grande mídia inicia seu processo de seleção e produção de reportagens sobre a temática e passa por uma série de mudanças na forma de fazer jornalismo, que incluem desde a redução do número de profissionais nas redações por conta do isolamento social, até o aumento da busca por fontes especialistas e o desenvolvimento de estratégias jornalísticas voltadas para o combate às *fake news* (Lopes *et. al.*, 2021).

Desse modo, coube ao Jornalismo dar voz aos pesquisadores e cientistas ao longo da cobertura da pandemia, pois é através dos veículos de imprensa que a ciência também pode ser ouvida e popularizada.

Com o passar do tempo, os entes federados passaram a ter ruídos em suas comunicações, provocando um descompasso entre Ministério da Saúde e Governos Estaduais e Municipais, tal ação contribuiu para o avanço de *fake news* nas redes sociais, gerando um impacto na comunicação com a população. Um dos posicionamentos mais acentuados tratou-se do negacionismo, que foi pauta da agenda dos principais canais de comunicação e desencadeou outras ações, a serem observadas no tópico seguinte.

2.3.1 Negacionismo, desinformação e *fake news* na pandemia

A desinformação tem sido um desafio significativo no Brasil, assim como ocorreu em muitos outros países. A disseminação de informações falsas, distorcidas ou enganosas pode ter consequências negativas para a sociedade, especialmente quando se trata de assuntos sensíveis, como saúde e política.

O avançar constante da desinformação e o discurso de ódio nas plataformas digitais, preocupa a ONU - Organização das Nações Unidas, que lançou em junho de 2023 um relatório sobre a Integridade da Informação, que tem como foco a Integridade da Informação em Plataformas Digitais, definindo a referida expressão como “precisão, consistência e confiabilidade da informação. Ela é ameaçada pela desinformação, pela informação falsa e discurso de ódio” (ONU, 2023, p. 5).

O documento convocava as plataformas e os Estados para manterem a integridade da informação, no intuito de formar uma ampla iniciativa global pelo combate à desinformação e conseqüentemente em prol da integridade, com vistas a evitar desentendimentos e conflitos que saem do ambiente das redes e ganham o entorno social e político com conseqüências sérias para as democracias e para as vidas que hoje encontram-se ameaçadas em diversas partes do planeta.

No contexto da pandemia de Covid-19, o Brasil enfrentou um grande fluxo de desinformação, com teorias da conspiração, curas miraculosas não comprovadas, informações incorretas sobre o vírus e suas formas de transmissão, entre outros (Falcão; Souza, 2021). Isso pode levar a comportamentos arriscados, desconfiança em relação às medidas de saúde pública e até mesmo o agravamento da propagação da doença.

Em 2020, no alto pico da contaminação e crescente número de mortes no país, a desinformação e as teorias da conspiração se disseminaram rapidamente nas redes sociais e até na mídia tradicional, causando confusão e pânico entre as pessoas. Uma parcela considerável e deletéria deste momento partiu do presidente (na época) Jair Bolsonaro, que adotou um discurso negacionista e passou a criticar as recomendações propostas pelos especialistas e grandes órgãos da área da saúde, desconsiderando o isolamento social, o uso de máscaras e a aplicação das vacinas contra a Covid-19 (Avritzer; Kerche; Marona, 2021). Além de atos públicos que geraram aglomerações, como as motocicletas, – passeios de motocicletas do presidente e seus apoiadores.

O chefe do Executivo fez uma série de declarações polêmicas que foram na contramão dos discursos defendidos por representantes mundiais e pela ciência, como por exemplo: o uso do kit Covid¹¹, que não possui embasamento científico e foi amplamente divulgado em entrevistas presidenciais (Avritzer; Kerche; Marona, 2021).

Os comentários públicos ironizando a chegada da doença ao Brasil e o aumento do número de mortos foram estudados pela pesquisadora desta dissertação, durante a sua permanência no Programa de Pós-graduação em Jornalismo (PPJ) da UFPB, produzindo, em coautoria com uma colega de turma e a orientadora de ambas no mestrado, o artigo acadêmico: “Desinformação e *Fake News*: Estratégias para reacender a ideologia fascista e as suas implicações no contexto brasileiro”, aprovado e apresentado no evento científico Terceiras Jornadas Patologias e Disfunções da Democracia em Contexto Midiático¹², na Universidade da Beira Interior, em Covilhã, Portugal.

O artigo buscou responder se é possível estabelecer uma correlação entre a ideologia fascista e a prática da desinformação e das *fake news* que envolveram as ações do governo Bolsonaro durante a Pandemia da Covid-19, no período de março

¹¹ Sem comprovação científica por autoridades públicas e médicos, mas bastante difundido nas redes sociais, o “kit covid” incluía drogas como hidroxiquina, ivermectina, nitazoxanida, azitromicina e corticosteroides sistêmicos, para supostamente tratar a covid-19 de forma precoce e, assim, evitar hospitalizações e mortes. Disponível em: <https://jornal.usp.br/ciencias/tratamento-precoce-e-kit-covid-a-lamentavel-historia-do-combate-a-pandemia-no-brasil/> Acesso em: 14 jan 2024.

¹² Disponível em: <https://www.ubi.pt/Ficheiros/Eventos/2022/11/11162/Jornadas%20Patologia.pdf>. Acesso em: 14 jul. 2023.

de 2020 a março de 2021. A metodologia utilizada foi o estudo de caso, a partir da repercussão de entrevistas e lives do então presidente Jair Messias Bolsonaro, referenciando os desdobramentos que envolveram a doença, desde os altos números de mortes ao negacionismo da eficácia da vacina.

A análise foi realizada à luz dos estudos teóricos de Volkoff (2004), Zattar (2020), Baptista (2019) e Marcondes Filho (2019) sobre a conceituação e histórico da desinformação. De Amaral e Correia (2021) sobre desinformação, e, Allcott e Gentzkow (2017), Teixeira (2018), sobre *fake news*. Assim como as abordagens dos conceitos de fascismo e suas características a partir de Paxton (2007), Eco (2019) e de Bernardo (2018).

O resultado do estudo evidenciou ser possível estabelecer uma correlação entre a ideologia fascista e a prática da desinformação e das *fake news* a partir de 3 elementos:

1. Quando o presidente incita o ódio, violência contra a imprensa, governadores e prefeitos, que caracteriza “um constante estado de ameaça”;
2. Quando o presidente nega a ciência e desaconselha a vacina, ou seja, “a recusa da modernidade”;
3. Quando ataca a imprensa e o pensamento divergente, “a ação antes da razão” e “a oposição à análise crítica”. Dessa forma, não há dúvida de que o governo Bolsonaro usou de mecanismos fascistas para atingir o seu objetivo de poder, com o discurso de ódio, a incitação à violência, a imagem do líder que fala às massas; a propaganda política, o uso das emoções e do negacionismo (Menezes; Dantas; Moura, 2022, p.17).

Ao longo do seu mandato – encerrado em 31 de dezembro de 2022 – Bolsonaro manteve uma postura ofensiva contra a imprensa tradicional e jornalistas. Em 2020, a Fenaj divulgou um estudo sobre os casos de violência e alertou sobre o aumento de agressões em comparação ao ano anterior, já que foram contabilizados 428 casos, sendo que 175 destes tiveram como autor o presidente brasileiro (Fenaj, 2020). Ainda de acordo com o relatório, deste total de ataques cometidos por Bolsonaro, “145 [são] ataques genéricos e generalizados a veículos de comunicação e a jornalistas, 26 casos [se encaixam na categoria] de agressões verbais, um caso [é considerado como] ameaça direta a jornalistas, uma ameaça [é proferida] à TV Globo e dois ataques [são feitos] à Fenaj” (Fenaj, 2020, p. 4).

Além dos comentários de repúdio contra a imprensa, Bolsonaro também promoveu ações que impactaram – de maneira negativa – algumas empresas jornalísticas, como a reconfiguração de verbas publicitárias para os veículos, o fim da obrigatoriedade do registro profissional para jornalistas¹³ e a restrição de entrevistas presidenciais para determinados grupos de comunicação.

Oliveira (2020), em sua pesquisa, realizou o recorte de tempo entre março e maio de 2020, para reportar os principais enquadramentos atribuídos a Bolsonaro em alguns veículos nacionais, considerando diferentes períodos da crise sanitária. Dos 61 materiais analisados do Estadão, 58 eram contrários às práticas adotadas pelo presidente durante a condução da situação emergencial, ao passo que a Folha reforçou a má gestão de Bolsonaro em 49 editoriais, de um total de 50 (Oliveira, 2020).

A negligência de Bolsonaro ao desconsiderar as restrições sociais impostas pela OMS, somada aos seus discursos polêmicos também são ressaltados nos conteúdos analisados por Oliveira (2020), que traz à tona algumas palavras-chave utilizadas pelos veículos ao se referirem ao líder da direita, como “irresponsável”, “ameaça a saúde pública” e “acuado e sem rumo”.

Segundo Nogiri (2021), as tentativas de dificultar o trabalho da imprensa, somada ao esforço em deslegitimar e inviabilizar os discursos jornalísticos, foram estratégias do governo Bolsonaro para destruir a liberdade de imprensa, consolidar seu governo autoritário e ofuscar comentários que se mostrassem contrários a sua gestão. Ainda de acordo com o autor, o chefe do Executivo se valia não só dos ataques contra os veículos de comunicação e jornalistas, como também do incentivo ao uso das redes sociais para fins da propagação de *fake news* que atacam a reputação de seus opositores e reafirmam sua honestidade e seu compromisso com os ideais defendidos pelos conservadores (Nogiri, 2021).

¹³ O fim do registro profissional foi direcionado para oito categorias, incluindo a dos jornalistas. A alteração nas leis trabalhistas, conhecida como MP 905, trata de uma medida provisória aprovada pelo governo federal em 2019 que contribui para a precarização das atividades profissionais, reduz os direitos dos trabalhadores e dificulta a fiscalização dos órgãos responsáveis pelos setores (Folha, 2019). A MP 905, voltada para a desregulamentação do registro profissional dos jornalistas, não foi votada no Senado e perdeu sua validade, o que significa que o registro profissional dos comunicadores continua sendo válido em território nacional (Fenaj, 2020).

Isso ressalta a importância da atuação do jornalista trabalhando para produção de uma comunicação eficaz e baseada em evidências, que é essencial para combater a desinformação (Bapaye; Bapaye, 2021).

Em se tratando de combate ao vírus e disseminação de informações ficou notório a existência de propostas e posturas diferentes para o enfrentamento da pandemia entre o governo federal e os principais órgãos de saúde, como o próprio Ministério da Saúde (MS). De igual modo para com os governos locais, estados e municípios, entre a Presidência da República.

Diante desse cenário de crescente embate político e de inédita perda de capacidade de coordenação do Governo Federal frente às ações sanitárias, alguns governadores assumiram protagonismo na política nacional e o Poder Executivo nos estados passou a ocupar lugar central no enfrentamento da crise sanitária vigente, baseando-se na ciência e na pesquisa, muitas delas produzidas pela Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz), a ser detalhada no tópico a seguir. E, a união dos chefes de Estado, destacaram-se por meio do Consórcio Nordeste, que apresentaremos a seguir.

2.3.2 A Fiocruz e a produção de ciência e comunicação

Existente há quase 125 anos, a Fundação Oswaldo Cruz (Fiocruz) foi inaugurada em 1900, originalmente para fabricar soros e vacinas contra a peste bubônica. Pelas mãos do jovem bacteriologista Oswaldo Cruz, o Instituto foi responsável pela reforma sanitária que erradicou a epidemia de peste bubônica e a febre amarela da cidade. E logo ultrapassou os limites do Rio de Janeiro, com expedições científicas que desbravaram as lonjuras do país. O Instituto também foi peça chave para a criação do Departamento Nacional de Saúde Pública, em 1920, desde então, uma intensa trajetória, que se entrelaça com o próprio desenvolvimento da saúde pública no país, vem sendo vivenciada.

Além das contribuições na ciência, no âmbito acadêmico, a Instituição também é responsável pela criação do primeiro curso de pós-graduação *latu sensu* da área de Comunicação em Saúde. Essas ações fomentaram o campo e promovem reflexão, debate e a proposição de novas teorias e formas de entender e analisar a comunicação no contexto das organizações de saúde. Um dos grandes desafios da

área é o desenvolvimento metodológico de pesquisadores e interessados no tema que frequentemente enfrentam esse obstáculo, que não se restringe somente ao campo da comunicação em saúde, mas permeia todas as áreas da comunicação.

Não obstante, a Fiocruz desempenhou um papel de destaque e de muita relevância social no enfrentamento à pandemia no Brasil, sendo um dos principais centros de produção de conhecimentos sobre a doença. Por conta disso, foi designada, em abril de 2020, referência¹⁴ para a Organização Mundial da Saúde (OMS) em Covid-19 nas Américas e, em agosto de 2021, recebeu o título de Patrimônio Nacional da Saúde.

A Fundação lançou em 2023, em formato interativo o Relatório ¹⁵de Balanço 2020-2022, que detalha as ações da Fiocruz no enfrentamento da Covid-19. O material apresenta, de forma sintética, um balanço das conquistas alcançadas, mas também as lacunas e obstáculos enfrentados e análises mais detalhadas sobre o papel da Fundação na pandemia.

Segundo o Relatório, na aba: 'Informação, Comunicação e Divulgação para ação', o setor de Comunicação da Fiocruz nos anos de 2020 a 2022, produziu:

Quase 200 mil matérias para portais e agências de notícias na internet e 15 mil publicações em veículos impressos. Foram mais de 400 artigos sobre Covid-19 publicados em revistas científicas e disponibilizados no Portal de Periódicos Fiocruz. No Canal Saúde foram cerca de 500 programas de televisão sobre a pandemia. Além da série de podcasts Corona Fatos, com 83 episódios. Visando ampliar a divulgação de notícias sobre a Covid-19, os conteúdos foram traduzidos para a Língua Brasileira de Sinais (Libras), com áudio e legendas em português. Algumas postagens chegaram a picos de 40 milhões de visualizações, número equiparado à audiência do maior telejornal do País (Fiocruz, 2023).

É inegável que as ações de comunicação e informação da Fiocruz foram e são, decisivas para a percepção da sociedade no enfrentamento da pandemia. E os conteúdos produzidos inspiraram a atuação de gestores para a maior crise sanitária já enfrentada nos últimos tempos, sendo um exemplo desse grupo atuante com base na pesquisa e na ciência, o Consórcio Nordeste, detalhado no tópico seguinte.

¹⁴ Disponível em:

<https://portal.fiocruz.br/noticia/fiocruz-e-designada-referencia-para-oms-em-Covid-19-nas-americas>

Acesso em: 09 fev. 2022.

¹⁵ Relatório de Gestão Fiocruz. Disponível em:

https://portal.fiocruz.br/sites/portal.fiocruz.br/files/relatorio_balanco_covid/ Acesso em: 10 mar 2023.

2.3.3 Consórcio Nordeste no âmbito da comunicação

O Consórcio Interestadual de Desenvolvimento Sustentável do Nordeste (Consórcio Nordeste¹⁶) foi criado em 2019. Integrado por todos os nove estados da região e reunindo uma população de aproximadamente 57 milhões de pessoas, nasceu primeiramente com o objetivo de “promover o desenvolvimento sustentável”, entendido em seu Protocolo de Intenções e Estatuto como aquele que promove o bem-estar de forma socialmente justa e ecologicamente sustentável.

De acordo com o seu estatuto¹⁷ Os objetivos e áreas de atuação do Consórcio além da saúde, envolve: o desenvolvimento econômico; a infraestrutura; a ciência tecnologia e inovação; o desenvolvimento social; a segurança pública; desenvolvimento da gestão; **desenvolvimento da comunicação pública**; e articulação político-jurídico-institucional buscando agir como bloco para agregar peso nos pleitos, negociações e ações junto aos poderes nacionais e atores sociais e econômicos, nacionais e internacionais. (Costa, 2019, grifo nosso).

A partir de março, com a vigência da emergência de saúde pública de importância internacional e dos decretos de calamidade nos estados do Nordeste, foram publicadas, pelo Consórcio, resoluções relacionadas à pandemia: a quinta desta, criou o Comitê Científico de Combate ao coronavírus; a sexta desenvolveu um processo de compras conjuntas, com foco no combate à pandemia; a sétima com recomendações aos estados para o combate à pandemia; e a oitava criando a Brigada Emergencial da Saúde.

Nesse sentido, o papel do Consórcio no enfrentamento da pandemia foi ainda mais fortalecido devido ao esvaziamento da atuação do Governo Federal, e do MS em particular, na orientação, normatização e no desenvolvimento de processos nacionais e internacionais de compra e distribuição de insumos e equipamentos necessários à execução dos planos de ação estaduais (Fernandez; Pinto, 2020, p. 211)

Para além das resoluções, na prática, o Consórcio Nordeste já havia criado desde 2019 o Programa Giro Nordeste, transmitido de segunda a sexta-feira, por 11 emissoras públicas nordestinas, que objetivava aumentar a circulação de

¹⁶ Disponível em: <https://www.consorcionordeste.gov.br/p/o-consorcio> Acesso em: 10 mar. 2023.

¹⁷ Disponível em: https://www.consorcionordeste.gov.br/wp-content/uploads/2020/06/Estatuto_do_consorcio.pdf Acesso em: 08 mar 2024

informações no Nordeste, promover novos debates e estimular a integração da Região. Com a pandemia, o programa foi fortemente usado para atualizações das situações locais e disseminação de informações para prevenção e combate ao vírus.

Falando em prevenção, a educação em saúde promovida pelo Consórcio Nordeste também foi efetivada através de um programa de televisão (Sobreira; Gonzaga, 2020), lançado em 14 de maio de 2020, também intitulado por: Giro Nordeste¹⁸. O primeiro entrevistado foi o médico oncologista, cientista e escritor Dráuzio Varella, falando sobre diversos temas relacionados ao coronavírus, incluindo a comunicação. O especialista percorreu sobre a postura do Governo Federal, contrário ao isolamento social e minimizando a ameaça do coronavírus, em contraste com as posturas dos governos estaduais e municipais, pedindo isolamento devido ao alto número de infectados, que acaba por gerar confusão na população. “Os países que estão lidando melhor com o vírus é onde há uma orientação única dos governos” (Varella, 2020).

Sobre a disseminação de notícias falsas, ele lamentou que as pessoas tenham sido crédulas. “De repente estão acreditando que água com limão cura o vírus. Ora, fosse assim já teríamos controlado essa pandemia. Você precisa se informar por sites confiáveis, fontes oficiais do governo do seu estado, do Ministério da Saúde, sites de gente que estuda o tema. Não dá para acreditar em tudo que você vê na internet” (Varella, 2020).

A forma integrada de atuação entre os estados, contribuiu para avançar, frente ao combate à pandemia. Desta feita, o Consórcio recebeu em novembro de 2023, representado pelo governador da Paraíba e presidente da entidade (na época), João Azevêdo, uma homenagem da Secretaria de Vigilância em Saúde (SVSA), pelas ações de incentivo à vacinação e condução na pandemia com base na ciência (Secom, 2023).

¹⁸ Disponível em:

<https://www.brasildefatope.com.br/2020/05/15/consorcio-nordeste-estreia-programa-de-tv-com-entrevista-de-drauzio-varella> Acesso em 16 mar 2024

2.3.4 Atuação da comunicação pública da Paraíba no período pandêmico

Como parte integrante do Consórcio Nordeste, a Paraíba promoveu iniciativas em conjunto com os demais estados, a exemplo da criação do Comitê de Gestão de Crise. Além disso, foi instituída a Sala de Monitoramento, coordenada pela Secretaria de Estado da Saúde, que agregou as Secretarias responsáveis pelo direcionamento de ações voltadas ao enfrentamento do coronavírus na Paraíba: Segurança Pública e da Defesa Social; Desenvolvimento Humano; Fazenda; Comunicação Institucional; além da Procuradoria-Geral do Estado (PGE), Agevisa e Codata¹⁹.

Neste sentido, a Secretaria de Comunicação Institucional (Secom) e a Assessoria de Comunicação da Secretaria de Saúde promoveram nas mídias tradicionais e virtuais a emissão de boletins diários sobre a situação da Covid em todo o estado, comunicados, notas, entrevistas, vídeos, entre outros produtos de comunicação. Além do apoio na produção do Giro Nordeste que seguiu forte e atuante na circulação através da Rádio Tabajara, integrante da Empresa Paraibana de Comunicação (EPC).

Com a crescente circulação de informação, também surgiu a desinformação. Durante a atuação na pandemia foi necessário, por parte do Governo do Estado, a criação de uma equipe técnica²⁰ para identificar e combater as *fake news*, “a fim de estabelecer a verdade das informações relativas às medidas e providências adotadas pela administração estadual no enfrentamento da doença do coronavírus”. O trabalho buscou impedir a propagação de notícias imprecisas ou mentirosas que levariam à desinformação aos paraibanos” (Paraíba, 2020, p.20).

Publicados nas redes sociais e também em uma página no site institucional²¹, os pôsteres trazem a *fake news* que era midiaticizada e a versão correta, ou seja, a verdade sobre os fatos após apuração da equipe técnica. Entre os mais de quarenta,

¹⁹ Disponível em:

<https://paraiba.pb.gov.br/noticias/joao-azevedo-visita-sala-de-monitoramento-e-acompanha-trabalho-das-secretarias-voltado-ao-enfrentamento-do-coronavirus> Acesso em: 6 mar. 2024.

²⁰ Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/diretas/saude/coronavirus/arquivos/revista-7.pdf> Acesso em: 6 mar. 2024.

²¹ Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/fakenao>. Acesso em 6 mar. 2024.

existentes durante o período mais crítico de propagação do coronavírus, destacamos dois deles:

Figura 1 - Pôster da Iniciativa *Fake Não* do Governo da Paraíba: Recompensa por óbitos da Covid-19



Fonte: site do Governo da Paraíba, 2024

A imagem 1, trata um assunto que circulou em todo o país, com a errônea e perigosa mensagem de que valores financeiros eram repassados aos estados por cada 'causa morte' atrelada à Covid-19. Na Paraíba a equipe de Comunicação buscou esclarecer a mensagem deturpada publicada no perfil de Astrid Bakke, jornalista com mais de 10 mil seguidores (na época).

Já o segundo posters (a seguir), apresentado em sequência, traz a ação da equipe de comunicação para desfazer a errônea ideia de que leitos de enfermagem e UTI seriam fechados no hospital referência para o tratamento das vítimas da doença, por haver um suposto esvaziamento ou sub-utilização dos mesmos, buscando gerar na sociedade a ideia de que a doença estava em baixa, ou ainda mais grave, enfraquecer as falas dos governantes e autoridades da saúde que naquele momento

pediam para as pessoas que podiam, continuassem em isolamento²² social, para evitar contaminações.

Figura 2 - Pôster da Iniciativa Fake Não do Governo da Paraíba: Desativação de leitos



Fonte: site do Governo da Paraíba, 2024

Vale salientar que a autora desta dissertação integrava à equipe técnica de comunicação da saúde do Governo da Paraíba. Entre outros aspectos, desempenhou ações de combate a *fake news*, a fim de apurar e produzir materiais como estes, com assuntos pertinentes ao Hospital Metropolitano Dom José Maria Pires, local de atuação.

É importante frisar também que divulgar *fake news* é crime, de acordo com o Artigo 41 da Lei de Contravenções Penais, que prevê prisão de 15 dias a seis meses. Além disso, na Paraíba a pessoa que comete este tipo de crime ainda poderá ser incluída na Lei Nº 11.659 de 25 de março de 2020, que estabelece multa para quem divulgar por meio eletrônico notícias falsas sobre epidemias, endemias e

²² Disponível

em: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/governo-e-ministerios-publicos-divulgam-nota-conjunta-alertando-que-isolamento-social-e-obrigatorio> Acesso em: 14 fev 2023

pandemias na Paraíba. Essa foi mais uma iniciativa entre o executivo e legislativo do Estado visando à não circulação de conteúdo falso no período pandêmico.

Para compreendermos o *modus operandi*²³ dos assessores de comunicação inseridos também nesse papel de combatentes, percorremos de maneira mais detalhada no capítulo seguinte o campo de investigação.

²³ Modus operandi é uma expressão em latim que significa "modo de operação". Utilizada para designar uma maneira de agir, operar ou executar uma atividade seguindo geralmente os mesmos procedimentos.

3 CAMPO DE INVESTIGAÇÃO

3.1 COMUNICAÇÃO INSTITUCIONAL NA PARAÍBA

Conforme as informações publicadas no próprio site institucional do Governo da Paraíba²⁴, a Secretaria de Estado da Comunicação Institucional (Secom-PB) é o órgão gestor da imagem pública do Governo do Estado.

Cabe ao órgão desenvolver, acompanhar e executar ações próprias de Comunicação, bem como articular as demandas de comunicação das Secretarias de Estado, órgãos e entidades da administração estadual, orientando a execução das demandas, seguindo um padrão e conceito de comunicação institucional e de marketing do Governo da Paraíba.

O trabalho é feito por meio de ações de Assessoria de Imprensa, Campanhas Publicitárias, Ações em redes sociais, Ações de entregas, Ações de Apoio e Ações de Convênios de Secretarias e Governo Federal.

A Secom-PB tem como missão garantir a comunicação clara, transparente e eficaz entre o governo e a sociedade, promovendo a disseminação de informações públicas, a participação cidadã e o fortalecimento da democracia, a partir de valores como transparência, ética, inovação, inclusão, cidadania e excelência (Paraíba, 2021).

O decreto que dispõe sobre a aprovação do Regimento Interno da Secom delimita que o órgão tem como principais finalidades e competências coordenar a política de comunicação institucional do Governo do Estado; implantar e gerenciar os canais de comunicação com a sociedade em geral; coordenar a captação e a veiculação de matérias sobre a atuação governamental para públicos internos e externos; monitorar a avaliação da percepção da imagem institucional do governo pela sociedade em geral, através de pesquisas de opinião e atividades correlatas, junto à sociedade; assessorar o Chefe do Poder Executivo na definição e divulgação de informações; acompanhar as atividades de impressão, distribuição e venda dos produtos do parque editorial do Estado, edição de livros, inclusive didáticos, revistas

²⁴ Disponível em:
<https://paraiba.pb.gov.br/diretas/secretaria-da-comunicacao-institucional/institucional/a-secretaria>.
Acesso em: 8 ago. 2023.

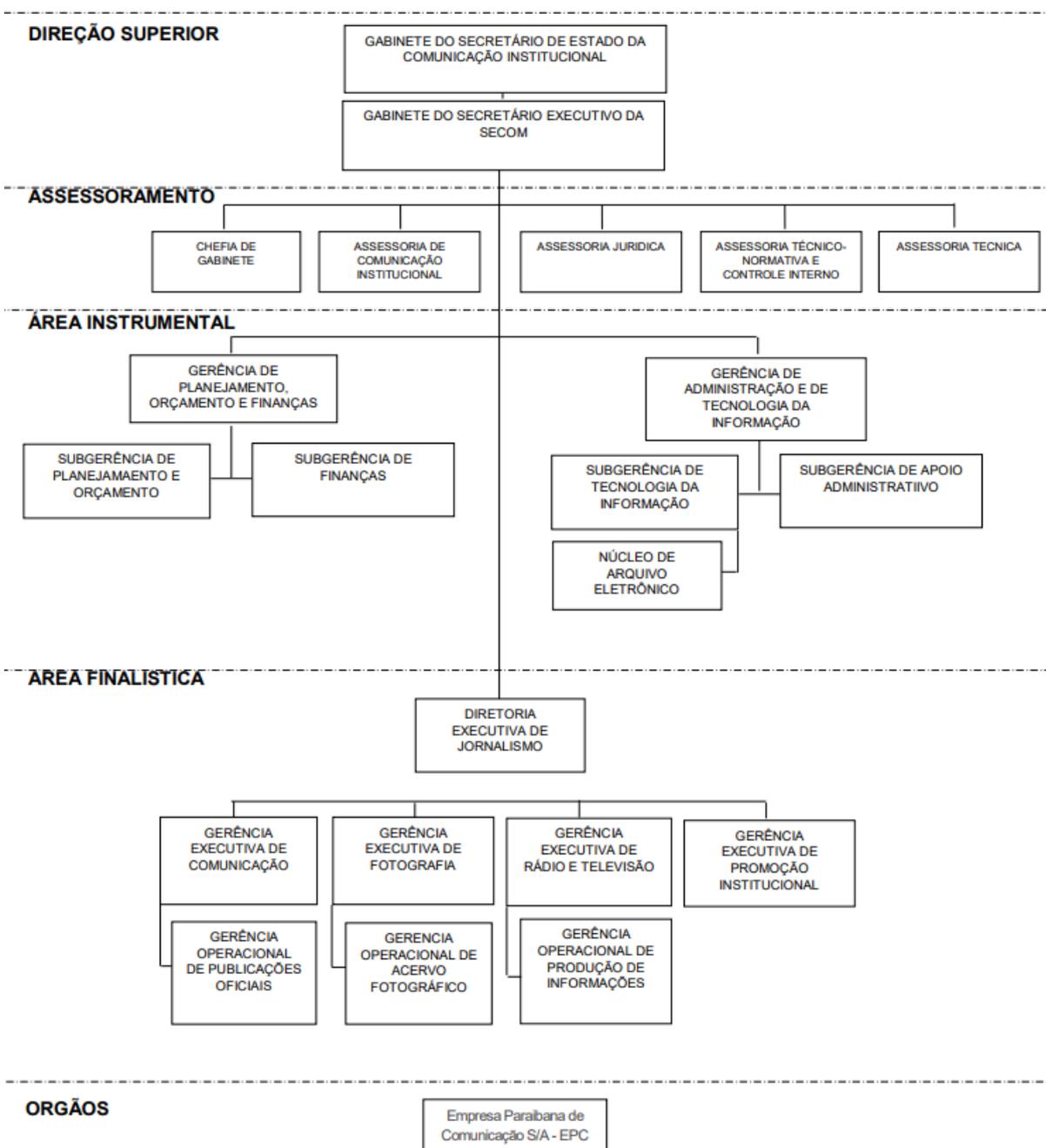
e demais publicações oficiais e particulares; e coordenar a interação social com servidores e a sociedade e a comunicação institucional do Estado (Paraíba, 2021, p. 8).

3.1.1 Aspectos de gerenciamento e metodologias de trabalho

Em sua dissertação para obtenção do título de mestrado aqui mesmo neste Programa de Pós-Graduação em Jornalismo, Camila Alves Nascimento (2017), estudou as rotinas de produção e cultura profissional dos jornalistas atuantes como assessores de imprensa vinculados ao Governo do Estado da Paraíba. Como parte deste trabalho, a pesquisadora construiu o modelo de funcionamento da Comunicação do Governo do Estado da Paraíba. Em 2017, o setor era coordenado pela Secretaria de Estado da Comunicação Institucional (Secom), abrigando serviços de marketing e assessoria de imprensa (Nascimento, 2017, p. 29).

A sede da secretaria funciona atualmente (até a conclusão dessa dissertação) no Centro de João Pessoa, com atividades se estendendo para os demais municípios do estado, pois "para realizar o trabalho de assessoria, os jornalistas ficam lotados nas secretarias que assessoram, tendo o contato direto com a realidade do local" (Nascimento, 2017, p. 30). A Secom-PB tem sua divisão de cargos conforme o organograma disponível na Figura 3.

Figura 3 - Organograma da Secretaria de Estado da Comunicação Institucional da Paraíba (Secom-PB)



Fonte: site do Governo da Paraíba (2024)²⁵.

Dentro do campo: Órgãos, no Organograma exposto acima, estão contemplados os setores de comunicação dos órgãos do Governo, inclusive a Ascom da Secretaria de Estado da Saúde.

²⁵ Disponível em:

<https://paraiba.pb.gov.br/diretas/secretaria-da-comunicacao-institucional/institucional/organograma-da-secretaria-de-estado-da-comunicacao.pdf/view>. Acesso em: 8 mar. 2023.

Na redação primária da Secretaria, responsável pela parte jornalística da Secom, atuam os profissionais da Diretoria Executiva de Jornalismo, da Gerência Executiva de Comunicação, da Gerência Executiva de Fotografia e da Gerência Executiva de Rádio. Entre os funcionários, estão repórteres, editores e fotógrafos. Os repórteres produzem matérias sobre eventos das secretarias e de órgãos que não possuem assessoria, além do suporte à assessoria do governador. Os fotógrafos acompanham os repórteres, quando necessário. Já os editores coordenam a captação e veiculação de matérias para públicos interno e externo, recebendo matérias das assessorias de imprensa das secretarias de Estado e outros órgãos governamentais, que são revisadas e distribuídas para a imprensa e para o portal do Governo do Estado (Nascimento, 2017, p. 30).

No levantamento realizado por Nascimento, com dados fornecidos pela própria diretora executiva da Secom, em 2017 existiam cinco assessores de imprensa lotados na Secretaria de Estado da Saúde (SES), atuando em um regime de trabalho igual ao dos demais assessores, de cinco horas diárias, estendidas conforme a demanda em determinadas situações (Nascimento, 2017, p. 31).

Em relação ao funcionamento da distribuição dos releases produzidos pelas assessorias, incluindo a da SES, a Secom é quem faz a revisão e distribui para imprensa, atuando como mediadora (Nascimento, 2017, p. 50), uma vez que os jornalistas assessores não podem passar o texto diretamente para a mídia.

Os profissionais da Secom funcionam então como os editores executivos de uma redação, que dão o crivo final no texto, que deve ser ajustado à política editorial do veículo. Nesse ponto, até observamos que a redação tem um pouco de burocracia, no sentido de que a matéria feita pelos jornalistas vai passar por várias mãos antes de virar notícia (Nascimento, 2017, p. 50).

3.1.2 Comunicação da Secretaria Estadual de Saúde – Ascom SES-PB

A Assessoria de Comunicação da Secretaria de Estado da Paraíba, durante o período pandêmico tinha sua estrutura composta por 4 profissionais, sendo estes: 1 - RP (Assessora de imprensa e Coordenadora do setor); 2 - Jornalistas (assessoras de imprensa/ social Mídia); 1 - Social Mídia/ Fotógrafo.

Era uma equipe enxuta, com demandas crescentes. Toda a comunicação dos 34 hospitais e demais setores era coordenada a partir da sede da SES, onde

ficam o Gabinete, vigilância, regulação, comunicação, administração, etc. As demandas eram sempre alinhadas junto ao gabinete do governador por meio dos secretários de saúde. O objetivo principal na comunicação da época era manter a população bem informada e esclarecer a respeito do agravo, que era sem precedentes, e massificar a prevenção. Dentro desse escopo estavam ainda: desmentir *fake News*, fazer boletins diários sobre ocupação de leitos e óbitos, massificar as informações do Ministério da Saúde, informar a situação epidemiológica, responder aos veículos de imprensa e provocar pautas educativas, responder a população por meio do Instagram e Facebook da SES, entre outros (informação verbal)²⁶.

De certo que cada fase da pandemia precisou de uma adequação de linguagem e de abordagem, as produções seguiam alinhadas aos objetivos do governo e linha editorial guiado pela SECOM. “As matérias jornalísticas, tanto da SES quanto dos hospitais, passam pelos editores do site antes da publicação. Já a parte de mídias e site passam pela parte do Digital da SECOM e setor de marketing” (informação verbal).

Dentro desse fluxo podemos dizer que as assessorias dos hospitais recebiam as mesmas diretrizes da Comunicação da SES, que por sua vez era orientada pela SECOM do estado. E conforme foi avançado o tratamento do agravo, materiais sobre altas médicas de pacientes que sobreviveram a fase crítica, e a vacinação, também foram produzidos por estes profissionais.

3.2 UNIDADES REFERÊNCIAS PARA COVID-19 NA REDE ESTADUAL

Com o objetivo de não nos atermos em informações históricas, mas propondo uma compressão do cenário no qual está inserido o nosso objeto empírico da pesquisa, o dos jornalistas, realizamos uma breve descrição dos órgãos e estruturação das assessorias.

De acordo com informações dispostas no site do Governo do Estado da Paraíba, para atuar no combate à pandemia, 16 hospitais que integram a rede estadual passaram por adaptações no perfil de atendimento, habilitando leitos para o atendimento às vítimas do novo coronavírus, além da construção de uma unidade de campanha no início do enfrentamento.

²⁶ Informações fornecidas por uma pessoa que atua no setor de comunicação da Secretaria de Estado da Saúde, em 14 ago. 2024.

Algumas destas instituições de saúde já possuíam assessores de imprensa, exceto, entre outras, o Hospital de Clínicas, localizado em Campina Grande, agreste paraibano, que integra essa pesquisa. Das 16 unidades, sete delas foram consideradas referências para o atendimento às vítimas, dado a cobertura da abrangência local, segundo as macrorregiões de saúde, conforme Quadro 4.

Quadro 2 - Perfil das unidades de referência para Covid-19 na rede estadual da Paraíba

NOME DA UNIDADE	CIDADE	BREVE RESUMO
Complexo de Doenças Infectocontagiosas Dr. Clementino Fraga	João Pessoa	Existente há 65 anos, o Complexo é referência no tratamento de doenças infectocontagiosas no estado da Paraíba. A instituição pública de saúde oferece serviços especializados no diagnóstico e tratamento de doenças como HIV/AIDS, tuberculose, meningite, hepatites virais, entre outras. Além disso, o hospital atua no enfrentamento de epidemias e surtos de doenças infecciosas na região. ²⁷
Hospital de Emergência e Trauma Senador Humberto Lucena	João Pessoa	A instituição de saúde presta assistência à população desde 2001, sendo especializada no atendimento a vítimas de traumas, como acidentes automobilísticos, quedas, agressões, entre outros tipos de emergências. É considerado um dos principais hospitais de referência em trauma na região. ²⁸
Hospital Geral de Mamanguape	Mamanguape	O hospital foi inaugurado em 2014 e é uma referência para a região, do brejo paraibano, fornece serviços de saúde de média complexidade e oferece uma variedade de serviços médicos e cirúrgicos. Entre os quais estão: atendimento de emergência, internação hospitalar, cirurgias, exames diagnósticos, consultas médicas especializadas, acompanhamento pré-natal, serviços de pediatria, entre outros. ²⁹
Hospital de Clínicas	Campina Grande	A unidade começou a funcionar em julho de 2020, em plena alta dos casos da Covid-19 na Paraíba. Seu objetivo foi fornecer suporte de atendimento para os casos graves da doença aos pacientes residentes no interior do estado. Em 2020, foram contabilizados 421 atendimentos e 252 altas médicas. A unidade registrou quase 2.300 altas de pacientes internados com Covid-19, durante o período da pandemia. ³⁰

²⁷ Disponível em: <https://antigo.paraiba.pb.gov.br/index-55237.html>. Acesso em: 9 ago. 2024.

²⁸ Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/hospital-de-trauma-de-joao-pessoa-celebra-20-anos-de-fundacao>. Acesso em: 9 ago. 2024.

²⁹ Disponível em: <https://paraiba.pb.gov.br/noticias/hospital-geral-de-mamanguape-comemora-cinco-anos-de-atendimen-to>. Acesso em: 9 ago. 2024.

³⁰ Disponível em: <https://suplan.pb.gov.br/noticias/governo-do-estado-inaugura-hospital-de-clinicas-de-campina-grande-1>. Acesso em: 9 ago. 2024.

Hospital de Emergência e Trauma Dom Luiz Gonzaga Fernandes	Campina Grande	A unidade é referência na região para o atendimento a vítimas de traumas e emergências médicas, oferecendo serviços especializados e de alta complexidade para o diagnóstico, tratamento e reabilitação de pacientes com lesões graves decorrentes de acidentes, agressões, quedas e outros eventos traumáticos (Pimentel, 2019). ³¹
Complexo Hospitalar Regional Deputado Janduhy Carneiro	Patos	Localizado no sertão, a unidade é uma importante instituição de saúde na região, e presta atendimento de média e alta complexidade, oferecendo uma variedade de serviços de saúde para a população local e regiões próximas. O hospital possui uma estrutura moderna e conta com equipamentos avançados para o diagnóstico, tratamento e cuidados médicos. A instituição oferece uma gama diversificada de serviços, incluindo atendimento de urgência e emergência, internação hospitalar, cirurgias, exames diagnósticos, serviços de obstetria, pediatria, entre outros (Lucena, 2015, p. 365-366) ³²
Hospital Metropolitano Dom José Maria Pires	Santa Rita	Hospital de alta complexidade em Cardiologia e Neurologia, adulto e pediátrica, e Endovascular. A unidade de saúde foi inaugurada em 4 de abril de 2018 e, desde 2021, é gerenciada pela Fundação Paraibana de Gestão em Saúde (PB SAÚDE), realizando um trabalho voltado para as linhas de cuidado e atenção à saúde da população, buscando otimizar sua capacidade instalada e obter elevado grau de resolutividade. ³³

Fonte: elaboração própria a partir de informações de sites institucionais, livros e trabalhos acadêmicos (2024).

3.3 ASSESSORIAS DE COMUNICAÇÃO DAS UNIDADES DE SAÚDE

Faz-se necessário esclarecer que a tabela a seguir foi construída a partir das informações coletadas durante as entrevistas com os assessores das unidades hospitalares, uma vez que inexistente no site do Governo do Estado qualquer registro ou documento que esclareça quanto a distribuição da atuação dos profissionais de comunicação, assim como o quantitativo de profissionais empregados, jornada de trabalho, estrutura local, entre outros aspectos, apresentados no Quadro 2.

³¹ Entrevistada por essa pesquisa.

³² Jornal A União. Patos de todos os tempos: a capital do Sertão da Paraíba: A União. 2015.

³³ Disponível em: <https://www.hospitalmetropolitano.pb.gov.br/apresentacao-infraestrutura/>. Acesso em: 9 ago. 2024.

Quadro 3 - Estruturação das Assessorias dos hospitais de referência para Covid-19 na rede estadual da Paraíba, em 2022

NOME DA UNIDADE	CIDADE	ESTRUTURA E QUANTITATIVO PROFISSIONAL
Complexo de Doenças Infectocontagiosas Dr. Clementino Fraga	João Pessoa	<p>O setor da Ascom no Complexo ficava localizado no térreo, dentro do escopo da Direção Geral. O espaço físico da sala era compartilhado com outros dois setores: Assessoria de Gestão Estratégica e Assessoria da Direção, contendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 1 Mesa e 1 cadeira; ● 1 Computador com internet; ● 1 Ar-condicionado. <p>Atuava apenas 1 profissional de comunicação, para o desempenho de todas as atribuições necessárias.</p>
Hospital de Emergência e Trauma Senador Humberto Lucena	João Pessoa	<p>O setor da Ascom no Trauma de João Pessoa ficava no bloco administrativo da unidade, contendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 1 Mesa e 1 cadeira; ● 3 computadores com internet; ● 1 Ar-condicionado 1 televisor 1 telefone <p>Atuavam 3 jornalistas, para o desempenho de todas as funções necessárias para a instituição.</p>
Hospital Geral de Mamanguape	Mamanguape	<p>O setor da Ascom no Hospital Geral de Mamanguape ficava no primeiro andar. A entrada acontecia pela parte de trás da unidade, onde havia o estacionamento, O espaço era dividido com o setor de Recursos Humanos, e para a comunicação havia disposto:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 1 Mesa e 1 cadeira; ● 1 Computador com internet; ● 1 Ar-condicionado ● 1 Impressora compartilhada <p>Atuava apenas 1 profissional de comunicação, para o desempenho de todas as atribuições necessárias.</p>
Hospital de Clínicas	Campina Grande	<p>Espaço inexistente.</p> <p>Setor composto por 1 jornalista, que atuava em home-office, com todos os recursos próprios.</p>
Hospital de Emergência e Trauma Dom Luiz Gonzaga Fernandes	Campina Grande	<p>O setor da Ascom ficava localizado no último andar do prédio, próximo ao auditório, contendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 1 Mesa e 1 cadeira;

		<ul style="list-style-type: none"> • 1 Computador com internet; • 1 Televisão; • 1 Impressora compartilhada. <p>Atuava apenas 1 profissional de comunicação, para o desempenho de todas as atribuições necessárias.</p>
Complexo Hospitalar Regional Deputado Janduhy Carneiro	Patos	<p>Espaço inexistente.</p> <p>Setor composto por 1 jornalista, que sempre atuou em home-office, com todos os recursos próprios.</p>
Hospital Metropolitano Dom José Maria Pires	Santa Rita	<p>O setor da Ascom no Hospital Metropolitano ficava no térreo, atrás da recepção principal, contendo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bancada de mármore em L e cadeiras; • 2 computadores com internet; • 1 Ar-condicionado; • 1 Televisão; • 1 Celular; • 1 Câmera; • 1 Impressora compartilhada <p>Atuavam 3 profissionais, sendo eles: uma jornalista, uma assistente administrativa, e um designer no desempenho de todas as atribuições necessárias.</p>

Fonte: elaboração própria a partir das entrevistas realizadas com os jornalistas participantes deste estudo, (2023).

Visualizamos de acordo com a elaboração da tabela que os recursos para operacionalização das demandas de comunicação e sobretudo jornalísticas, em certa medida, eram insuficientes.

Considerando a relevância e frequência para a produção de material fotográfico e de vídeo, as Assessorias que tinham um aparelho destinado ao uso exclusivo do setor, era a Ascom do Hospital Metropolitano, e neste ponto, enquanto profissional atuante do local, a autora desta dissertação considera importante frisar que as aquisições de equipamentos eletrônicos para a Assessoria foram iniciativas da antiga gestão (antes pandemia) que gerenciava o serviço, a Organização Social IPCEP³⁴. Nas demais assessorias eram utilizados os dos próprios profissionais.

³⁴ O Instituto de Psicologia Educacional e Profissional (IPCEP), possuía um contrato de gestão pactuado com o Governo da Paraíba para gerenciamento de alguns serviços de saúde, a exemplo do Hospital Metropolitano, que ocorreu de dezembro de 2017 até janeiro de 2020. Disponível em: <https://ipcep.org.br/novo/hospital-metropolitano-3/> Acesso em: 08. mar 2022.

Ademais, a inexistência de um espaço físico e exclusivo – já que em duas unidades, eles eram compartilhados com outros setores, podendo propiciar assim uma falta de concentração às tarefas desempenhadas – reafirma o que dantes apresentamos nas pesquisas da Fenaj e demais autores, acerca da precarização para atuação profissional dos jornalistas.

Feitos os devidos levantamentos e sinalizações, espera-se ter esclarecido até aqui como se deu o processo de comunicação no campo da saúde, assim como a atuação do profissional de jornalismo atuante nessa área, com influência para construção de saber no âmbito da assessoria de comunicação, considerando os conceitos e estudos apresentados, para uma melhor visualização do cenário local. No seguinte e último capítulo, pontuamos os procedimentos metodológicos que abrangem os dados, trazendo detalhes sobre o tipo de pesquisa, o instrumento de coleta, perfil dos entrevistados, processamento, análise e interpretação dos dados.

4 DADOS DA PESQUISA: MÉTODOS, ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO

Neste capítulo são abordados os caminhos que a pesquisa percorreu para que os objetivos fossem alcançados, além da análise e interpretação dos dados coletados.

4.1 MATERIAIS E MÉTODOS

Primeiramente, a descrição do tipo de pesquisa. Depois, o detalhamento metodológico sobre como foi realizada. Em seguida, como se deu a coleta dos dados, a análise e aspectos éticos adotados. Por fim, apresentamos a análise das entrevistas baseada nas técnicas de Bardin (2016) e Becker e Strauss (2009), que resultaram na criação de categorias e subcategorias.

4.1.1 Tipo de pesquisa

Quadro 4 - Divisão dos métodos da pesquisa

QUANTO À ABORDAGEM	QUANTO AOS OBJETIVOS	QUANTO AOS PROCEDIMENTOS
Qualitativa	Exploratória e descritiva	Observação participante

Fonte: elaboração própria (2024).

As etapas foram formadas a partir de um desenho de pesquisa qualitativa, exploratória e descritiva. As pesquisas de cunho qualitativo buscam captar, dos textos da primeira etapa e do ponto de vista do entrevistado na segunda etapa, os fenômenos e interpretar seus significados.

O caráter exploratório e descritivo, com base no que foi colocado como problema a ser investigado, diz respeito às pesquisas que possuem o objetivo de descrever os fatos e fenômenos da realidade que será observada (Lacerda; Costenaro, 2017). Uma vez que a pesquisa exploratória tem por objetivo proporcionar maior familiaridade com um problema, e, para tanto, envolve levantamentos bibliográficos, entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema, além da análise de exemplos.

A possibilidade de gerar conhecimentos com base em entrevistas se tornou para o conhecimento científico uma base metodológica eficiente. Ela constitui uma forma de acesso às realidades sociais, inter-relacionando os diversos meios que as constituem. “Palmer (1928) defende que a possibilidade de interrogar os atores e utilizá-los enquanto recurso para a compreensão das realidades sociais constitui uma das grandes vantagens das ciências sociais sobre as ciências da natureza” (Poupart, 2012, p. 215).

Desta feita, uma das ferramentas metodológicas que constituirá a dissertação será as entrevistas, e junto a elas, a aplicação da observação participante, com o intuito de compreender a atuação dos jornalistas nas Assessorias de Comunicação durante o período pandêmico.

4.1.2 Instrumento de coleta

O instrumento de coleta de dados (Apêndice I) foi elaborado pela pesquisadora a partir dos objetivos da pesquisa, composto de 20 questões semiestruturadas, e divididas em 4 blocos, que tratavam sobre a trajetória em assessoria, o profissional x Pandemia; relação com a imprensa local; e, acerca dos sentimentos pessoais e profissionais.

De início, a pesquisadora explicava sobre o roteiro da entrevista e esclarecendo quanto ao objetivo, após sanado esse primeiro momento e com o(a) entrevistado(a) pronto para responder às questões, a gravação era iniciada, terminando quando o entrevistado(a) desse como satisfatória a sua participação.

As entrevistas foram realizadas e gravadas pela própria pesquisadora. Foi utilizado um gravador que a própria entrevistadora carregava consigo e após transcritas em arquivo Word.

As transcrições das entrevistas não foram devolvidas para comentários dos participantes. Visto que o referencial metodológico escolhido logra da possibilidade da utilização de um diário de campo, a pesquisadora assentou comentários e informações nas entrevistas realizadas, a respeito do comportamento dos participantes durante as entrevistas.

4.1.3 Procedimentos éticos

A presente pesquisa respeitou os preceitos éticos de acordo com Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde.

Esta Resolução afirma que algumas pesquisas não serão registradas nem avaliadas pelo sistema Comitê de Ética em Pesquisa / Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CEP/CONEP), se não atenderem ou se não forem caracterizadas, segundo alguns preceitos, como por exemplo, que seja uma pesquisa que objetiva o aprofundamento teórico de situações que emergem espontânea e contingencialmente na prática profissional, características seguidas fiel e integralmente por este estudo.

A mesma Resolução ainda requer que os sujeitos participantes da pesquisa não sejam revelados através de seus dados coletados, o que também está de acordo com o presente estudo. Essa garantia foi estendida e explicada para todos os sujeitos participantes da pesquisa, estando assegurada e documentada pelo Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE (apêndice B).

Ademais, as entrevistas foram gravadas com o material da própria pesquisadora que se comprometeu a armazenar o conteúdo por um período de 5 anos após o término da pesquisa, conforme a referida Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016, do Conselho Nacional de Saúde. Com as devidas precauções, o estudo não ofereceu riscos diretos ou indiretos aos participantes.

4.1.4 Metodologia do processamento análise dos dados

Todas as entrevistas foram transcritas integralmente no formato de arquivo Word. Por ser uma pesquisa que busca a identificação por meio da oralidade, optou-se pela análise de conteúdo temático proposta por Bardin. Esse conteúdo elabora um conjunto de técnicas de análise da comunicação, com processos sistemáticos da declaração do conteúdo exposto no discurso, conseguindo assim realizar a inferência nos discursos (Bardin, 2016).

A análise temática busca identificar os centros de sentido expostos no material analisado, com assimilação da frequência de aparição, sendo significativo para o objetivo de análise do estudo. Assim, a análise temática parte da associação

com o tema, convertendo-se a uma unidade de significação, com o comprimento variável, que corresponde a regra do recorte de sentido, dependendo do interesse da análise que será realizada (Bardin, 2016).

Na utilização da análise temática proposta por Bardin, é necessário que se cumpram etapas de ordem cronológica, essas são definidas como: pré-análise; codificação do material; tratamento dos resultados; inferência e interpretação (Bardin, 2016).

Durante a fase da pré-análise são desenvolvidas e organizadas as operações para realizar a análise em si, ocorrendo, então, a definição do corpus da análise; por conseguinte, o material é organizado e as entrevistas são transcritas, conferidas e autorizadas. Após, ocorre uma minuciosa leitura do material a fim de identificar os pontos que convergem e que são significativos para o tema (Bardin, 2016).

Em seguida, é realizada a codificação e os dados brutos são transformados em conteúdo e separados por tema, com codificação das entrevistas. Essa é a fase mais longa, pois dedica-se a um inventário que isola, codifica e marca em todo o texto as unidades de registro, sendo o tema um segmento ou trecho do discurso (Bardin, 2016).

Logo após, ocorre o processo de categorização, em que os textos que foram desmembrados conforme suas unidades, são alocados por temas, diferenciação, reagrupamento, gênero e com os critérios que o pesquisador previamente definiu. Os resultados se tornam bases para inferências, sendo assim, os achados temáticos são procedentes da análise que associados com o material disponível na literatura, corroboram com os resultados presentes na pesquisa (Bardin, 2016).

Sendo assim, o método ofereceu o suporte necessário para a organização das categorias e as temáticas foram estruturadas pelo referencial metodológico de Bardin (2016). Para explanar a compreensão, consideramos pertinente previamente fazer uma apresentação do perfil dos participantes, já coletados por meio do método, também como recurso dessa pesquisa.

4.1.5 Entrevista e perfil dos entrevistados

As entrevistas ocorreram ao longo do mês de maio de 2023. Utilizamos o método de entrevista em profundidade, com questões semi-estruturadas, sendo cinco delas realizadas através do *Google Meet*, um aplicativo desenvolvido pelo Google com foco na realização de videoconferências, e, uma presencial. As perguntas foram divididas em quatro blocos, e podem ser verificadas na íntegra no Apêndice A, deste estudo. O tempo de duração média foi de 15min, com variação máxima de 22h16min e mínima de 9h50min.

Consideramos os pedidos realizados durante a coleta, que se deu em volta da não inserção de certas informações principalmente no que dizia respeito a nomes de pessoas da gestão. Em referência a essas solicitações, avaliamos a pertinência e decidimos ocultá-los nas transcrições e na citação dos depoimentos já que estes não alteravam o sentido das narrativas se não constados.

Por conseguinte, ocultamos também o nome das unidades nos trechos analisados, para favorecer a ética da pesquisa. E esclarecemos que adotamos o uso do artigo “A”, para empregar a referência aos entrevistados. Conforme a explicação: A = A pessoa entrevistada, não fazendo distinção de gênero.

A pessoa entrevistada, para a qual adotaremos ao longo dessa pesquisa a nomenclatura de “E1”, é recém-formada (fevereiro de 2019), começou a atuar no âmbito da assessoria com um mês após a certificação (março 2019). Sua primeira experiência profissional foi como estagiária na produção de uma emissora de televisão. A assessoria em saúde no Hospital veio após a participação de um processo seletivo, ao fim do estágio.

Já, a “E2”, atuou como repórter por 12 anos, em uma emissora de TV. A Assessoria em saúde foi o mais novo e recente desafio profissional, tendo iniciado durante o período pandêmico.

De igual modo, a “E3” assumiu a função de assessora no Hospital no início da pandemia, antes atuava na produção de uma emissora de televisão. Essa foi sua primeira experiência na área de assessoria em saúde.

A “E4” atua na área de Assessoria desde a graduação em Jornalismo, quando realizou estágios na área, e todas as experiências profissionais foram em Assessoria de órgãos públicos ou privados, com mais de 10 anos de experiência.

Experiente também na área, a pessoa entrevistada “E5” atua no campo da Assessoria há mais de 10 anos, todos dedicados ao serviço público. E está no hospital desde a inauguração.

Com uma bagagem também considerável na área de assessoria, a “E6” iniciou a vida profissional após se formar em Jornalismo, como repórter, atuando em diversas empresas privadas, até chegar na esfera pública do Governo da Paraíba, atuando assim como outros entrevistados, há mais de 10 anos, na assessoria do Hospital.

Ao longo das entrevistas foi interessante perceber como as histórias individuais interseccionam-se umas com as outras, independente do tempo de experiência na área. Poderíamos quase dizer tratar-se de uma memória coletiva (Halbwachs, 1990). Além disso, alguns fatos já nos eram conhecidos devido a relação da pesquisadora com o tema.

4.2 ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

A análise das entrevistas baseada nas técnicas de Bardin (2016) e Becker e Strauss (2009), que resultaram na criação de categorias e subcategorias. A análise envolveu uma abordagem individual seguida da agregação de dados em “tabelas de verdade”, permitindo identificar similaridades e diferenças nos relatos. A pesquisa focou em temas como perfil profissional, rotinas de produção, mudanças durante a pandemia, combate às fake news, e relações com gestores e mídia local, com intuito de responder às questões e hipóteses levantadas nos objetivos.

Na análise também geramos uma Nuvem de Palavras com termos frequentes retirados do corpus textual, pelo que se observou que as palavras “rádio”, “assessoria”, “informação”, “TV” e “entrevista” destacaram-se, representando aspectos importantes do trabalho jornalístico durante a pandemia.

Em seguida trazemos as reflexões em três categorias, por nome: O Trabalho na Assessoria; Atuação na pandemia e Outros achados. Na primeira desenvolveu-se três subcategorias: Experiências anteriores, Treinamentos e Recursos. Já, na segunda tratamos: Adaptações, Combate à Fake news e Relacionamento com a mídia. Para além destes, pontuamos em Outros achados: Sobrecarga, Medo, Ansiedade e Burnout.

4.2.1 Categorização do conteúdo

Partindo de Bardin (2016), e com base nos estudos de Becker e Strauss (2009), para análise das entrevistas, estabelecemos categorias fundamentadas nas diferentes respostas coletas. Em um primeiro momento, cada entrevista foi analisada individualmente. Em uma segunda etapa agregamos os dados em “tabelas de verdade” de indução analítica, um instrumento lógico “que exhibe todas as combinações possíveis de um conjunto de propriedades para criar tipos” (Becker, 2008, p. 128). Essa operação nos permitiu identificar similaridades, interseções e diferenciações entre os relatos temporais (Strauss *et al.*, 1992). A partir desse procedimento pudemos identificar categorias e subcategorias para o estudo.

Observamos, assim, com foco nos objetivos da pesquisa (perfil profissional; rotinas de produção; mudanças decorrentes do período pandêmico; combate à fake news; entre outros), as estruturas organizacionais e relações com gestores e a mídia local, o fazer jornalístico; as transformações e relação do momento vivido com a carreira profissional (Pereira, 2011; Mick; Lima, 2021; Figaro; Nonato; Grohmann, 2013; Jorge, 2013; Lopes, 2013; Moreira; Oller Alonso, 2018; Pereira, 2019), conforme o Quadro 5:

Quadro 5 - Organização das categorias pelas áreas temáticas da análise

CATEGORIA	SUBCATEGORIA
O TRABALHO NA ASSESSORIA	<ul style="list-style-type: none"> ● Experiências anteriores ● Treinamentos ● Recursos
ATUAÇÃO NA PANDEMIA	<ul style="list-style-type: none"> ● Adaptações ● Combate à <i>Fake news</i> ● Relacionamento com a mídia
OUTROS ACHADOS	<ul style="list-style-type: none"> ● Sobrecarga Medo, ansiedade e Burnout

Fonte: elaboração própria (2024).

Postas as categorias, extraímos os textos destas, para uma representação visual da frequência das palavras apresentadas, objetivando compreender a importância e a relevância de determinados termos dentro de um contexto específico. Para isto utilizamos a nuvem de palavras, também conhecida como *word cloud*.

A nuvem de palavras foi criada a partir dos textos íntegros na subdivisão das categorias supracitadas. Utilizamos a ferramenta do site Free Wordcloud Generator³⁵, removendo-se os caracteres especiais, a exemplo de "ç", "~", etc. para melhor reconhecimento do sistema do site. Além disto, a remoção dos artigos e preposições “o”, “e”, “de” “para”, entre outros, também foram adotados.

Cabe ressaltar que a plataforma permite a seleção da frequência em que as palavras aparecem para que sejam agrupadas e organizadas graficamente em função da sua frequência, tendo neste caso, a escolha mínima de três vezes no corpus textual examinado (Camargo; Justo, 2013). A Imagem 4, a seguir, apresenta a nuvem de palavras.

³⁵ Disponível em: https://www.freewordcloudgenerator.com/generatewordcloud#google_vignette. Acesso em 16 jun. 2024.

atuação e em determinado grau, às consequências das atividades desempenhadas.

A pesquisa mostrará mais adiante que a palavra “doença” não está restrita às citações relacionadas ao coronavírus, mas ao estado de adoecimento dos próprios entrevistados, uma nova categoria criada e não descartada na análise deste estudo. Para além das supracitadas, a nuvem contém outras mais de 50 palavras frequentes, as quais serão analisadas dentro do contexto temático das 3 categorias: O Trabalho na Assessoria; Atuação na Pandemia, e Outros Achados.

4.3 CATEGORIA I – ATUAÇÃO NA ÁREA

Nesta categoria são apresentadas as falas dos assessores em que se verificou a trajetória profissional, seja iniciando a carreira na área de assessoria ou os caminhos percorridos até chegar à função atual. Assim como o cenário local que envolve recursos ofertados ou inexistentes para o desempenho da função, seja por meio de ferramentas físicas ou conhecimento empírico. Além do papel e a ligação da gestão superior junto à área de comunicação, segundo a visão dos entrevistados.

4.3.1 Experiência em Assessoria

Partindo do desejo de compreender o perfil do nosso objeto empírico – os assessores, buscamos questionar como surgiu a experiência com Assessoria. Curiosamente, talvez por tratar-se da pergunta inicial, alguns entrevistados atrelaram à fase de formação ou pós-formação, fazendo um resgate da própria trajetória acadêmica.

Minha vida como assessora de imprensa começou já na academia, quando eu ainda estudava, eu já estagiava na área da assessoria de imprensa. [...] Então, minha experiência na universidade foi com assessoria de imprensa. [...] Depois atuei em várias assessorias e aqui no Hospital eu já atuo há doze anos. (E4)

Em ato oposto, um dos entrevistados afirmou não ter passado pela experiência de vivenciar na graduação o contato com a área da assessoria.

Desde que eu me formei durante a graduação eu não tive contato com assessoria, meu contato foi baixíssimo inclusive a disciplina de assessoria no curso foi bem complicada, ela foi dividida entre vários professores então a gente saiu com uma base muito prejudicada. [...] Então, durante a graduação, a minha experiência com assessoria foi bem baixa, eu saí da graduação sem perspectiva de trabalhar com assessoria porque eu não sabia o que era Assessoria, eu tinha uma ideia de como funcionava, mas eu não tinha uma prática, então só ouvia falar, mas não sabia como funcionava. (E1)

Estando em temporalidades distintas sobre a experiência em relação à área e a formação de jornalismo, a fala dos entrevistados corrobora para os debates acerca das estruturas curriculares dos cursos de jornalismo (Adghirni, 2005; Marques de Melo, 2009), uma vez que outrora o jornalista produzia exclusivamente para o impresso, ou para a televisão, ou para o rádio no máximo, estando as formações focadas nisso. No século XXI o profissional ocupa outros espaços e produz para diversas plataformas, apresentando assim a necessidade de ser habilitado para exercer competentemente esse trabalho.

Dos 6 entrevistados, detectamos que 4 possuem mais de 10 anos de formação, os outros 2, aproximadamente 5 anos. O E3, E1, e E2 afirmaram que a Assessoria de Comunicação é a segunda experiência profissional, sendo a anterior, dos três entrevistados, a produção de reportagem para TV. A Pesquisa do Perfil do Jornalista Brasileiro de 2012 e 2021, pontuada já nesta dissertação, já constatou, em seus resultados, a recorrente migração dos profissionais das redações para o campo da Assessoria. Assim como os demais colegas entrevistados, enquanto assessora atuante na área, a autora desta dissertação também faz parte dessa estatística, tendo trabalhado na TV Cabo Branco, afiliada à Rede Globo na Paraíba, nos anos de 2013 a 2019, saindo para assumir a supervisão de comunicação do Hospital Metropolitano.

No tocante ao início de carreira profissional já na área de assessoria, e ainda mais especificamente no serviço público, foram os E5 e E6. “Grande parte da minha experiência profissional é dedicada à comunicação pública. [...] Já totaliza em torno de 17 anos que eu trabalho na assessoria de imprensa do hospital” (E5).

Acreditamos ser pertinente ainda pontuar, sem adentrar no mérito da (AD) Análise de Discurso, segundo Michel Pêcheux e Laurence Bardin, mas posto à

temática da categoria em que analisamos, que os entrevistados 4, 5 e 6 ao longo das respostas apresentadas utilizam a nomenclatura: Assessoria de Imprensa. Em alguns casos para referenciar o local de atuação, parte como compreensivo, tendo em vista que estes trabalham ou trabalharam atuando sozinhos no ambiente. No entanto, quando referido à atividade desempenhada, consideramos um desacordo com os atuais estudos teóricos de Duarte (2018), sobre fazer assessoria de comunicação e não de imprensa.

Hipoteticamente à confusão de sentido do fazer assessoria, e nomear o que se faz, pode estar atrelado apenas a um ato de costume na pronúncia, contudo, embora possamos mais a frente detectar que os próprios se enxergam como profissionais multitarefas, corroborando para o uso do conceito de assessoria de comunicação, é um ponto da análise que não descartaremos, ademais se este, estiver atrelado a maneira que o profissional enxerga o ambiente institucional: amplo ou limitado.

Ainda de acordo com as respostas da experiência na Assessoria, nos saltou em destaque, ao que também consta na Nuvem de Palavras, a “prática”. Disse a E1: “[...] Assim que eu me formei, em fevereiro, em março eu comecei a trabalhar no hospital, bem crua, bem verde, e fui aprendendo na prática.”

Completo a E2: “Foi tudo novo porque eu não fazia assessoria até então [...]. Então era novo porque era pandemia e era novo porque era a primeira vez que eu estava fazendo assessoria na área de saúde, eu não tinha prática com nada”.

Observamos que no contexto das falas a palavra “prática” se entrelaça à experiência profissional, que as pessoas entrevistadas não tinham na área em específico. Estudiosos afirmam que a prática é um dos requisitos mais valorizados pelas empresas na hora de encontrar os candidatos ideais. Além disso, é uma forma de avaliar se o candidato passou por diversas situações, adquirindo o conhecimento necessário para atuar no ambiente de trabalho.

Se observamos a história, vemos que a área de assessoria não exige pré-requisitos para atuação. Não precisa de especialização, estágio ou qualquer outra exigência, em sua maioria, basta ser jornalista, ou formado em áreas afins da comunicação (marketing, publicidade, relações públicas etc.). Fechamos esse

subtópico com a reflexão das citações acima e levantamos os questionamentos: Qual a referência que os profissionais que chegam para atuar na assessoria tem? De onde eles extraem os ensinamentos? Os cursos das universidades estão dando o suporte necessário?

Pensamos ainda em qual passo a não experiência na área pode ter afetado as formas de combate às fake news, e o desempenho de outras atividades no campo da assessoria. Inferimos então o questionamento sobre o grau de responsabilidades dos contratantes em relação à atuação desses profissionais, o que tem ou não tem sido promovido para propiciar melhores condições de trabalhos, a saber como ponto de partida, o suporte por meio de orientações técnicas para o melhor desempenho da função.

4.3.2 Treinamento

De certo que o período pandêmico foi novo para todas as pessoas da terra, logo saber lidar com o novo não se ensina em manuais, se vive para criá-los. Contudo, não se limitando ao recorte de tempo da pandemia, mas considerando a atuação dos jornalistas em todo processo comunicacional, desde o início das atividades nos hospitais lotados, a pergunta que norteou a criação desse subtópico, trouxe luz à inquietação da pesquisadora, em investigar as possíveis familiaridades no tocante à inexistência de treinamento, no sentido de capacitação ou alinhamento contínuo com todos os envolvidos na mesma gestão de comunicação pública.

As palavras: “Não”; “Nunca”; “Nenhum”; foram pronunciadas por 99% das pessoas entrevistadas. Exceto uma, referindo-se já ter recebido algum tipo de treinamento sem precisar o quantitativo de vezes, e destacando o período da gestão terceirizada da unidade de saúde.

Quando eu vim pra cá era uma OS, era uma Organização Social que organizava o hospital e dava vários treinamentos. Quando a gente tem algum tipo de dúvida, eu recorro tanto ao próprio secretário da Secom, como à direção de jornalismo de lá. Agora se eu sei falar de um treinamento físico entre quatro paredes, eu acredito que eu tenha participado durante esses 12 anos de alguns poucos. Não me recordo quantos. Não vou dizer a você quantos. (E4)

Distante da dinâmica e proposta de um treinamento, entre os entrevistados encontramos aquele que afirmou ter participado de reuniões. “No começo a gente recebia algumas orientações através de e-mail, através de reuniões, de como trabalhar na assessoria de imprensa do hospital. Mas, eu aprendi tudo mesmo na prática, porque a teoria...”. (E5)

A E2, também afirmando não ter participado de nenhum tipo de treinamento, pontuou mais detalhadamente sobre o recebimento de orientações.

Não teve nenhum treinamento. O que teve foi orientação do tipo, como é o fluxo, entendeu? [...] Só essa orientação de fluxo, como é que deve ser feito; passar por quem; encaminha pra quem; dessa forma. Mas nada além disso, foi uma coisa muito simples, muito superficial mesmo. (E2)

Dado os estudos de Stasiak (2012) apresentados no Capítulo 2 dessa dissertação, vemos que a comunicação pública, quando alinhada, fortalece a imagem institucional. Para exemplificar essa necessidade, destacamos ainda a fala de uma das entrevistadas, sobre erros cometidos por falta de orientação.

Nunca recebi nenhum tipo de treinamento todos esses anos. Iniciamos a atuação nas redes sociais, e de 2020 para cá começamos a inserir os aniversariantes do dia, os funcionários e colaboradores da unidade, coisas que realmente não são institucionais para a marca do governo, mas o hospital tinha essa preocupação do macro, e inserimos. Então o que aconteceu? Recentemente a Sescom nos passou isso aqui (uma espécie de manual) pra dizer que tipo de publicação veicula nas redes sociais. Acho que eles perceberam que estava enveredando para o que cada um faz por si, uma coisa aleatória, então todos os assessores de hospitais da rede estadual, receberam. Mas em termos de treinamento de dizer: olha em determinada situação você faz isso ou aquilo, não. Nunca reuniram todos os assessores para uma capacitação. (E6)

De modo geral, desde o início dos anos 2000, as investigações do campo da Comunicação e Saúde enfatizavam que já havia pouco investimento na formação de equipes de comunicação que trabalhassem junto às instituições de saúde, e que as que existiam atendiam demandas trazidas por um nível central “sem política ou planejamento, funcionando ao modo de um ‘balcão’, ou seja, com atendimento de demandas pontuais” (Araújo, 2008, p.3).

Algo que eu senti falta foi a questão de um treinamento, sabe? Até reuniões que nunca tem. Eu acho que faz falta reuniões, pelo menos uma reunião mensal, de alinhamento de tudo, de expectativas, de

alinhamento de condutas, enfim, eu acho que precisava estar mais amarrando, sabe? Porque há muitas questões, né, quando envolvem responder com comunicação pública. Então, eu acho que o alinhamento seria algo muito bom. E a troca de experiências também com os outros colegas, sabe? Acho que seria muito produtivo. (E3)

Como resultado, por meio da unanimidade em concordância frente à relevância de receber treinamentos por parte da gestão superior direta (entende-se Sescom e Secom), indagamos se a não execução desses, pôde interferir na atuação dos assessores durante o período pandêmico. Aliado a isso, verificaremos no tópico seguinte, se ocorreu investimentos também com ofertas de recursos indispensáveis para o trabalho realizado.

4.3.3 Recursos

Neste subtópico observamos que investir em comunicação é um ponto longínquo, para a maioria das empresas (Duarte, 2018), sendo ainda mais acentuado nos serviços públicos de saúde, considerando, conforme a fala de uma das participantes da pesquisa, o grau de prioridade, entre compra de insumos que reflete diretamente na assistência do paciente, a equipamentos serem utilizados pelas Assessorias de Comunicação.

A comunicação é relevante, todo mundo sabe disso, mas ela não é o foco. Então tipo assim, ah, eu tô precisando de uma câmera, peço, mas tá precisando de um equipamento da UTI. Então assim, uma câmera nunca vai ser preferência, ali. [...] Então não tinha isso de vamos conseguir investir em alguma coisa. Ah, a gente queria fazer uma pauta externa, mas não tem carro. Porque o carro a prioridade é pegar sangue, é pegar leite, é pegar... Enfim, são assim, nunca é prioridade. [...] **80% do tempo a gente trabalha com material próprio.** (E1) (grifo nosso).

A última frase do texto em destaque da E1, somou-se a de todos os demais profissionais. Todos, sem exceção, afirmaram utilizar seus próprios celulares para produção de conteúdo, como por exemplo, a E2.

A unidade não tem equipamento para desenvolver o trabalho de imagem, de áudio, são os equipamentos próprios que a gente usa, são nossos equipamentos. Quem tem esse trabalho de rede social, eu acho que toda a unidade deveria ter seus equipamentos. (E2)

Acentuou-se ainda a falta de uma infraestrutura física mínima para o trabalho laboral, em uma das entrevistas, como confere a seguir:

Todo material é meu, o *laptop* é meu, o celular é meu, a linha telefônica é minha, na realidade nem tem sala de imprensa no hospital. Quando eu não trabalho remoto, vou para a unidade, não tenho sala. [...] Só vou quando tem um evento de lançamento, em algum momento que a minha presença seja imprescindível, mas normalmente o trabalho é remoto. Então quando eu tô lá eu fico na sala do diretor geral, na sala do diretor administrativo, até para botar um *laptop* na tomada é difícil, às vezes vou para a sala do jurídico, porque realmente não tem estrutura de comunicação, nenhuma, nunca teve. Nunca teve uma sala de comunicação, com computador, telefone, etc. E até no Hospital (nome ocultado), que atuei, no passado, também não tinha. (E6)

As demais unidades de saúde possuem uma sala para o desempenho das atividades da Assessoria, algumas conforme Quadro 2, no Capítulo 3, desta dissertação, contando com computadores, telefone fixo e televisor. Embora com esses recursos à disposição, a E4, suspirou: “Então, assim.. Nunca é como a gente queria que fosse. Sempre falta algo”.

A inexistência de investimentos não é algo do cenário atual, ou do período pandêmico, tampouco envolve uma gestão em específico, mas passa de geração, como uma espécie de invisibilidade, ao que pode ser observado no trecho da E3: “Questão do investimento? Eu enfrento esse problema desde que o mundo é mundo, até hoje, de não termos tido nenhum tipo de investimento. O que a gente tem foi realmente pegando no dia a dia”.

A E3, acrescenta ainda, uma confissão que nos inquieta para a observação de causa-efeito da ausência de recursos.

E3: O meu celular virou o celular da empresa, e nem falo por questões de comunicação para mensagem, WhatsApp, etc; é de produção de conteúdo mesmo, porque até espaço em memória eu tive que comprar pra dar conta de tudo.

Concluimos esse tema por entender que para “*dar conta de tudo*”, os assessores, têm investido além do tempo, seus próprios recursos financeiros, isso sem contar o desgaste dos equipamentos pessoais utilizados como instrumentos de trabalho. Além da falta de investimento no setor, que conforme as falas dos mais

experientes está associada a uma questão histórica, corriqueiramente existente no cenário de atuação da comunicação. Por meio disso, surge um novo questionamento: a ausência de uma infraestrutura mínima, em alguns casos, e não poucos, têm sido a falha inicial para o insucesso em algumas atividades realizadas pelos assessores?

4.4 CATEGORIA II – LINHA DE FRENTE NA PANDEMIA

Nesta categoria são apresentadas as falas dos profissionais em que se verificou o desempenho de papéis múltiplos. Para além das atividades de jornalismo, os assessores desempenharam funções como designer, *social media* e fotógrafo. A remuneração não foi adequada ao acúmulo de funções, resultando em sobrecarga e insatisfação. Além da velocidade e a complexidade das mudanças durante a pandemia pontuadas pelos profissionais, as quais exigiram uma rápida adaptação ao trabalho desempenhado, com a oportunidade também para novos aprendizados.

4.4.1 Novos aprendizados

Neste subtópico apresentamos as principais mudanças ocorridas para adaptar-se ao novo momento de trabalho de comunicação no combate à pandemia. Entre os aprendizados, sobressaem o uso de tecnologias e a produção de vídeo. Mas entre estes também se incluem: conhecimento para operacionalização de novas ferramentas digitais; produção de artes gráficas e *fact-checking*³⁶.

Na pandemia os assuntos que trabalhávamos deram uma diminuída, porque teve a época de fechamento das coisas, então acidente de moto deu uma diminuída, acidente de carro deu uma diminuída, mas não deixou de ser trabalhoso. [...] As produções de vídeo chegaram e exigiram muito de nós. E era uma coisa muito rápida, né? A gente gravava um vídeo sobre um protocolo que hoje tinha sido lançado, no outro dia já amanhecia com outra novidade, já precisaria gravar outro vídeo, no outro dia já com outra novidade, já aparecia em outro vídeo,

³⁶ *Fact-check* trata-se da verificação de fatos (português brasileiro) ou verificação de dados ou ainda checagem de fatos (também referida pelo termo em inglês *fact-checking*) em jornalismo refere-se ao trabalho de confirmar e comprovar fatos e dados usados em discursos nos meios de comunicação e outras publicações.[1] Seu propósito é detectar erros, imprecisões e mentiras. Fonte: Agência Pública. Disponível em: <https://apublica.org/cheragem/2017/06/truco-o-que-e-fact-checking/> Acesso em: 20 juni 2024

então, a gente teve que se adaptar muito nesse período, né? Muito!.
(E4)

No setor de Assessoria da E4, observa-se no trecho: “*As produções de vídeo chegaram e exigiram muito de nós*”, que a produção desse tipo de material não fazia parte do roll de atividades desempenhadas. Além disso, a mudança na rotina decorreu pelo fato de o perfil de atendimento da unidade ter sido destinado também para os casos da Covid, entendendo que neste cenário, a cobertura da pandemia somou-se à atenção dedicada aos casos de urgência e emergência outrora mantidos.

Fato semelhante ocorreu na unidade de saúde de atuação da E3, que afirmou ter desenvolvido outras habilidades. “Eu precisei fazer artes para as redes sociais. [...] E aí, tanto a questão do design como edição de vídeo, legendas, tudo isso tive que adquirir, sabe? [...] eu tinha que dar um jeito e fazer isso”, (E3). O trecho faz referência não apenas à necessidade de criação de materiais em novos formatos, mas à “exigência” imposta pela fase situacional do período, de uma exacerbada produção de conteúdo. Afinal, a presença da marca/instituição no cenário digital era vista como de suma importância.

Mesmo que o assessor não tivesse um conhecimento prévio, foi preciso encontrar maneiras de adquirir novas habilidades para atender às demandas das redes sociais e imprensa local. Entre estes conhecimentos a elaboração de vídeos foi mais acentuada, e mesmo aqueles que já tinham em suas rotinas, o uso do recurso, afirmaram que a demanda foi intensificada.

Nós já realizamos cobertura de treinamentos, mas na pandemia tivemos que muitas vezes entrar dentro da UTI para cobrir algum que estivesse acontecendo lá [...] porque a gente gravava e transferia para os colegas da imprensa o que era necessário. Até nesse processo de repasse, tivemos que aprender novos modos de transferência para não baixar a resolução do arquivo. (E4)

No trecho: “[...] *tivemos que muitas vezes entrar dentro da UTI*”, destacamos, que esta pesquisadora, na condição profissional da comunicação, também adentrou, por diversas vezes nas UTIs e Enfermarias exclusivas para atendimento às pessoas acometidas pelo novo coronavírus, objetivando a produção de material informacional

e histórico, e se faz conhecer que para realização desse trabalho, também estão contidos outros aprendizados necessários, que influenciam à proteção segura, sendo eles a paramentação e desparamentação.

Vestir a roupa adequada, colocar capotes, sapatos, luvas, máscaras e protetores facial, assim como retirá-los corretamente, envolveu um processo de aprendizagem fundamental para a proteção da saúde, e resguardar a vida de nós profissionais da comunicação também. A cada novo dia, um novo aprendizado. E isso também foi sentido pela E1, que pontuou: “Não teve uma chave que virou assim. Foi tudo bem gradual, então foi acontecendo. Todos os dias a gente aprendia uma coisa nova, aprendia a mexer em um novo equipamento e assim seguia”, (E1).

Nesse processo de aprendizagem destacou-se ainda o trabalho de *fact-checking* para verificação de dados.

Tivemos que aprender a checagem de informação, de redobrar a atenção em relação a esses cuidados. Não podia passar números errados porque não era só isso, eram números de vidas. Então foi preciso redobrar a atenção também em relação às informações repassadas em relação a cuidados de saúde, [...] Não era só uma demanda externa essa questão da verificação, pra *fake news*, etc. Era [...] tudo que se transmitia ou publicava. (E2)

Foi unânime entre as entrevistadas o trabalho com a checagem de dados. E5 pontuou: “Eu consultava um médico, mas lia o que tinha saído pela OMS, ou Fiocruz. Uma fonte a mais pra minha fonte, que já era segura, mas pra ter certeza mesmo”. Outra afirmou, “até hoje a gente vive nesse ciclo de checagem”, (E3).

Observa-se, então, que os aprendizados adquiridos, durante o período pandêmico, ocorreram pela necessidade de atuação em dois grandes demandantes: a imprensa local, para geração de conteúdo, e as redes sociais. Frente à essa produção de conteúdo, para outros, aliou-se ainda a técnica de checagem iniciada também no período pandêmico que permanece até os dias atuais.

4.4.2 Trabalho remoto

Antes de apresentar os achados desse subtópico, consideramos ser necessária uma nota. O trabalho remoto não é um fenômeno que teve início na era da pandemia. De acordo com os estudos de Barrero et al (2021) a parcela de

trabalhadores remotos no total da população ocupada dobrava a cada 15 anos antes de 2020. Mas o crescimento desta prática durante a pandemia foi equivalente a 30 anos de crescimento pré-pandêmico.

Contudo, a modalidade *home-office* foi maior acentuada no ano de 2020, justamente para o controle da pandemia. Entre as medidas de prevenção, estava o distanciamento social, com restrição de circulação, fechamento de escritórios, comércio, escolas e faculdades. Por outro lado, serviços considerados essenciais, como farmácia, setor alimentício, entre outras, mantiveram o seu funcionamento.

De igual modo, toda a rede de atenção à saúde, como agências, laboratórios, setores de pesquisa, e hospitais, mantiveram seu funcionamento, e nessa atuação, os profissionais da área de comunicação inseridos nesse universo seguiram em suas jornadas.

Por meio dessa pesquisa, podemos observar que os assessores de unidades referências para tratamento da Covid-19 em sua maioria não aderiram a modalidade de trabalho remoto, porém dois dos seis entrevistados, afirmaram ter exercido o trabalho a partir do seu lar.

Até então eu nunca tinha trabalhado remotamente, *home office*, nunca tinha feito, né? E passei a fazer e apesar de muitas pessoas pensarem, ah, mas *home office* é muito bom, ele na verdade determina que você trabalhe mais. [...] no presencial você cumpre seu horário e volta para casa. O *home office demanda* 24 horas, e isso era real. (E2)

Destacamos ainda uma que já atuava dessa forma.

Eu trabalho de casa, quando tem necessidade que vou cobrir algum factual. E assim... pelo menos lá no hospital a orientação era que a gente não ficasse na unidade no momento da pandemia, até para não se contaminar. Então quem estava na linha de frente: enfermeiro, médico, e tal, tinha que estar lá, mas a gente que estava na retaguarda, poderia manter-se mais distante, então a gente realmente usou muito o trabalho remoto. (E6)

Visto que a maioria dos entrevistados afirmaram não ter trabalhado remotamente, destacamos a ênfase nas respostas quando questionados a respeito

do tema. O E1, disse: “Estávamos ali, faça chuva ou faça sol, tenha risco, não tenha risco, sem a máscara, com a máscara, estava todo mundo lá”.

Já o E5, completou: “Eu nunca deixei de ir trabalhar no hospital. Todo dia eu vinha, acessando ou não à ala Covid, mas estava dentro do hospital”. E, somando-se a estes, a E3: “Sempre trabalhei presencial na unidade. [...] a gente tava lá, tinha que tá né? O nosso trabalho era essencial”.

Observamos que não houve consenso na política de comunicação da saúde estadual, no que concerne à modalidade de trabalho dos jornalistas nas Assessorias, ficando à critério do gestor local, a tomada de decisão.

Ademais com os dados apresentados nesse subtópico, realizamos um comparativo de dois trechos da Entrevistada 6 (trabalhou na modalidade remoto) e da Entrevista 3 (trabalhou presencialmente), ao que segue: Trecho 1: E6: “[...] quem tava na linha de frente: enfermeiro, médico, e tal, tinha que estar lá, mas a gente que estava na retaguarda, poderia manter-se mais distante”. Trecho 2: E3: “[...] a gente tava lá, tinha que tá né? O nosso trabalho era essencial”.

Surgem-nos pontos de reflexões futuros: É possível entender que a fala da E6, ao considerar seu papel profissional como “retaguarda” no processo de combate à pandemia, dar-se pela não vivência diária no hospital? Ou os discursos que a cercaram durante o período a fez reverberar a afirmação? Além disso, o segundo trecho da E3: “tinha que tá né?”, abarca o sentido do cumprimento do dever social?

Assim sendo, conforme apontado nos objetivos da pesquisa, entre as mudanças decorrentes do período pandêmico, o trabalho remoto foi realidade para apenas duas assessorias, nas demais seguiu-se normalmente. Na condição de profissional também atuante em assessoria na época, é possível afirmar que estar mais próxima das fontes oficiais foi de fundamental importância para agilizar as respostas das demandas que surgiam, sobretudo no combate à fake news.

4.4.3 Combate à *fake news*

Diante da enxurrada de informações que diariamente circulava com respeito à doença e seus desdobramentos, a *fake news* foi acentuada como já mostrado no capítulo 2, deste estudo. Englobando uma parte principal da pesquisa, buscamos

saber dos assessores se houve situações que envolveram de maneira mentirosa a unidade atuante, e em caso positivo quais as formas de atuações.

Com exceção da E2, que afirmou: “Tinham situações de exagero, mas de fake news não”. Os demais assessores afirmaram haver atuado para desmentir informações falsas, alguns destes, inclusive, destacando a grande quantidade que houve na época, a exemplo da E4: “A questão das fake news foi bastante forte nesse período pandêmico, muito forte aqui no hospital, [...] a gente sofre muito, porque já ficou tão banalizada”.

Para se ter uma melhor leitura sobre as formas de atuação, solicitamos que os participantes da pesquisa citassem situações em que foram necessários posicionamentos, exemplificando a(s) temática(s) e quais métodos utilizaram para o combate. A saber:

Então, logo no início surgiu uma *fake news* que o hospital (nome ocultado), estava atendendo pacientes com Covid no meio dos pacientes que estavam sem Covid, que tinham negativados. Então a gente teve que combater isso [...] com vídeos, notas, e o que pudéssemos fazer. Nem sempre naquela alta qualidade, mas com o que tínhamos de melhor possível, produzimos, porque o importante era a mensagem [...] Porque quando você lê uma matéria desse tipo você pensa que o hospital (nome ocultado) recebe casos de Covid e trata no meio de todo mundo. [...] Mas o hospital tinha um rigoroso teste de Covid todos os dias com todos os pacientes, e essa *fake news* surgiu mais de uma vez e lá vai a gente desmentir. Cansa né?. (E4)

Sempre acontecia. Era relacionado ao estado de saúde do paciente que deu entrada, a falta de equipamento, falta de medicamento, falta de assistência. Acho que a dinâmica do interior é muito diferente. Só quem trabalhou com comunicação no interior e trabalhou na capital consegue entender a dinâmica. Porque as coisas que surgem lá têm um impacto diferente. A política é muito aquecida. As questões são para bater na instituição, mas porque estão mirando para atacar o gestor. [...] A gente rebatia, mas nem sempre, sabe? Porque tinha realmente coisas que surgiam ali e cresciam no whatsapp [...] É muito difícil você conseguir fazer esse combate. (E1)

Teve principalmente quando começou a surgir a vacina. Aparecia muito caso de ‘Fulano está na UTI hospital (nome ocultado) morrendo e tomou a vacina’. E não era bem assim. Sempre houve essa tentativa de tirar a credibilidade da vacina ali de início. Eu sempre preferi trabalhar com NOTA, mas nem sempre a gente sabia como falar

melhor daquele assunto que estava circulando, pra dar a resposta, e às vezes também era muito técnico, então foi natural ir colocando o diretor pra dar entrevista, porque ele era muito bom, sabia falar bem sobre vários assuntos. (E6)

Se espalhou na cidade que o nosso diretor na época teve Covid e foi internado. Mas as informações iniciais na mídia era que ele tinha sido entubado, estava grave, mas ele não chegou a ser entubado, ele chegou apenas a ser internado. Então, teve que fazer uma nota, distribuir com a imprensa, dizendo que ele apenas tinha dado entrada na ala Covid, mas que não estava entubado, estava numa enfermaria. [...] teve um impacto grande porque ele era diretor do hospital na época, né? Então por ele ser diretor, naquela época, todo caso que envolvia autoridade, pessoas conhecidas, chamava atenção, né? [...] Eu acredito que não circulou a verdade sobre a internação dele como a história dele estar entubado. Sempre a primeira notícia é mais forte, né?. (E5)

Esse combate de *fake news* foi bem duro, pra nós que tivemos uma epidemia também de *fake news* com relação à doença, e nesse sentido a gente diariamente precisou desfazer *fake news*, era difícil isso [...] muitas vezes, a gente enquanto assessor, pedia aos médicos para dar entrevista, pra desfazer uma *fake news* que tinham criado. [...] Era a vacina que dava infarto, que não funcionava, enfim. Então, tudo isso foi difícil [...] E eu costumo dizer que se nós não tivéssemos uma comunicação tão eficiente nesse século 21, teria sido pior. (E3)

Observa-se que a maioria dos assessores que atuaram nesse combate utilizaram principalmente os recursos de: NOTA e produção de vídeo para a mídia. E, destaca-se ainda, a relação com os porta-vozes e fontes confiáveis (os especialistas), para os esclarecimentos necessários à população.

Atentamos ainda para as falas das entrevistadas E4, E3 e E1 que se referiram ao combate às fakes news como: cansativo, duro e difícil. A E5, vem corroborar com o sentimento das demais, pontuando que a circulação da notícia verdadeira em detrimento da falsa, não circula na mesma proporção.

Quando questionados sobre a produção dos conteúdos para desmentir as falsas notícias, os principais desafios foram: o curto tempo para a resposta; o alto volume de notícias falsas; a demora no feedback da aprovação do conteúdo pela gestão. E entre estes destacamos o último, visto que as assessorias não só

respondem diretamente à gestão local, assim como aos órgãos superiores do Estado. Verifica-se ainda:

E1: Vimos que ganhamos mais quando passamos a produzir vídeos, porque se distribuía no whatsapp muito rápido, mas até chegarmos um momento de dizer: ok, pegamos o ritmo, foi um processo lento, porque primeiro a gente teve que trabalhar a gestão para nos ajudar nisso. E tinha toda aquela coisa de passar pela SES, estar dentro da linha da Secom, com legendas obrigatórias, sabe? E enquanto isso a *fake news* se espalhava mais e mais, por isso que não sinto que todo o combate foi suficiente.

O trecho “trabalhar à gestão” faz referência ao *media training*, que consiste em capacitar os porta-vozes de uma instituição sobre como se portar diante da imprensa (Duarte; Faria, 2011). O planejamento e a execução do treinamento dos porta-vozes, além de importante para a boa imagem da instituição perante a sociedade, também representam uma grande responsabilidade para os profissionais da assessoria de comunicação. O *media training* é essencial "tanto para ajudar as fontes a se apresentarem de maneira adequada quanto para a imprensa (e a sociedade) ter a melhor informação possível" (Duarte; Faria, 2011, p. 370).

Posta essas questões, concluímos que foram diversas as temáticas trabalhadas pelos os assessores no combate à *fake news*, desde a falta de atendimentos, equipamentos, medicamento e assistência, ainda enfrentaram a fase da descredibilidade da vacina, o que contribuiria, e contribuiu para que aquele momento viesse a ser sanado.

Ademais, as formas de atuação revelam dificuldades enfrentadas, como antes pontuadas, que têm ligação direta à falta de recursos e treinamentos para viver tais momentos de crise. E, não encerrando as investigações sobre o combate à *fake news*, buscamos saber como se deu o relacionamento com a mídia, também durante essa fase pandêmica, a ser apresentada no subtópico seguinte.

4.4.4 Relacionamento com a imprensa local

Desde a criação da atividade em assessoria que se relaciona bem com a mídia é ponto de destaque para o sucesso do trabalho do assessor (Duarte 2001).

Nesse subtópico encontramos realidades comuns entre si, e um consenso, de que a imprensa local demandou muito às assessorias, sendo mais do que o inverso, como era anteriormente o costume, para oferta de pautas.

As entrevistadas 1, 2, e 3, afirmaram ter atuado em produção de TV, o que para elas, facilitava esse relacionamento. E2: “Como eu fui produtora de uma TV local por cinco anos, eu tinha muita essa relação com os colegas, né? Então, eu estava sempre em contato com eles”.

A E3, completou: “Eu tenho a facilidade de conseguir uma entrevista na mídia que eu creio que tem mais impacto, e aqui ainda é a televisiva, seguida de Rádio e de Portal.”

Pudemos notar que no tocante às demandas, com exceção da E3, todos os demais afirmaram que o Rádio é o veículo que mais demanda às assessorias na localidade. E2: “E aqui, assim, especialmente tem duas rádios que sempre, sempre nos cedem espaço, então a gente tem uma boa relação com eles [...] na situação da Covid na cidade, eles procuravam mais do que hoje”. Essa procura, na fala dos entrevistados, se referia principalmente a falas de especialistas.

E5: “Como ficou mais restrito devido ao período de Covid. Então eles precisavam mais da gente pra passar material para eles. A gente coletava as entrevistas com especialistas, e repassava”. Embora, o contato para esclarecimentos sobre alguma denúncia envolvendo à unidade, também acontecesse, mas conforme alegou a E1: “[...] era em situações pontuais”. Não ficando claro para nossa pesquisa, se estavam atreladas à *fake news*, ou não.

Quando se tratou de *fake news* e relacionamento com à imprensa, a E1, discorreu:

[...] a gente entra numa dinâmica de ter que lidar com jornalismo profissional e lidar com jornalismo que não é profissional. [...] O jornalista que tem uma formação, ele tem um compromisso ético que é totalmente diferente. Então, ele entende que... Ah, eu não vou falar isso na rádio não. Ou, eu entendo que eu tenho que ter um diálogo com a assessoria antes, tenho que fazer uma solicitação formal, eu entendo que existe direito de resposta, sabe? [...] O que existia muito na época (pandêmica) era: Eu (apresentador do rádio) vou falar no ar o nome da pessoa e se ela (assessora) mandar, tudo bem, se não

mandar, amanhã eu entro no ar falando mal. Que é o que acontecia, com frequência. E ia pro ar e pronto, sabe? Então além de tudo a gente tinha que fazer um processo ali de radioescuta pra poder ouvir e já dar uma defesa. Então eu acho que envolve muito essa questão do jornalismo feito por profissionais e do jornalismo feito por não profissionais. [...] eu não vou afirmar que alguns deles produziam fake news, mas beirava a isso. (E1)

Observamos a partir das experiências relatadas pelos entrevistados, a diferenciação que estes pontuam entre o jornalismo feito por profissionais formados, e por profissionais apresentadores/locutores, sem o senso crítico, exercício da ética, e dimensão da capacidade do rádio como difusor para fomento da opinião pública. Ainda dentro do depoimento, constatamos que houve emissoras específicas na qual não foi possível manter um bom relacionamento, mas justifica-se pela postura adotada pelos produtores ou aqueles que conduzem os veículos, não tratando-se do esforço da figura do assessor.

Ademais, em sua grande maioria o trabalho dos assessores foi de muita parceria com os produtores e demais profissionais da imprensa. Ainda em relação ao período da pandemia, em 2021 o Grupo Comunique-se³⁷ promoveu uma pesquisa³⁸ com a participação de 827 assessores para avaliar a relação com os jornalistas de redação e apontar as principais percepções sobre tais profissionais. Entre os resultados, com relação à possível dependência das redações do trabalho dos assessores de imprensa, “a maioria afirmou que ‘Sim’, as redações são dependentes das assessorias (52,4%). ‘Algumas redações’ (39,5%) e ‘Não são dependentes’ (8,1%) eram as outras alternativas possíveis na questão” (Comunique-se, 2024).

Vale ressaltar, na pesquisa inversa, que ouviu os jornalistas de redação, sobre os assessores, estes também em sua maioria (50,8%) afirmaram que os assessores são primordiais. Contudo, observamos, enquanto profissional atuante na área de assessoria, que a linha do “primordial” é bastante tênue. Por vezes, o trabalho desenvolvido extrapola os limites do ajudar, e passa a ser feito o trabalho do outro. Apresentaremos na categoria seguinte, os argumentos para essa última afirmativa,

³⁷ Empresa que oferta serviços no âmbito da comunicação corporativa, tais como: mailing jornalístico, disparador de e-mails, Clipping online e gerenciador de contatos (CRM). Disponível em: <https://www.comunique-se.com.br/historia/> Acesso em: 16 mai 2024.

³⁸ Disponível em: <https://www.comunique-se.com.br/blog/jornalistas-e-assessores-de-imprensa/> Acesso em 16 mai 2024.

em que os assessores destacaram o sentimento de sobrecarga, pelo quantitativo de demandas atendidas.

4.5 CATEGORIA III – OUTROS ACHADOS

De certo que as categorias anteriormente apresentadas já contemplavam os objetivos do nosso estudo, mas como as pesquisas também possuem a característica de apontar para novos lugares, consideramos pertinente explicar de forma complementar ao problema de pesquisa.

Essa última categoria foi instituída a partir dos sentimentos comuns que afloraram no resgate da memória dos assessores durante as entrevistas. No primeiro subtópico, intitulado: Sobrecarga, observamos as consequências da mudança de rotina e adaptações que ocorreram durante o período investigado.

Já as palavras “medo” e “ansiedade” foram frequentemente pronunciadas, como apresentado a seguir. Para além dessas, uma terceira, e com significado ainda mais profundo para as pontuações das atividades desempenhadas no ambiente de trabalho, a palavra “Burnout”, referendada à Síndrome de Burnout, um distúrbio psíquico de carácter depressivo, precedido de esgotamento físico e mental intenso, definido por Herbert J. Freudenberger como "(...) um estado de esgotamento físico e mental cuja causa está intimamente ligada à vida profissional". (Freudenberger, 1974, p. 159).

4.5.1 Sobrecarga

Toda a produção de conteúdo relatada pelos entrevistados, como vídeo, artes gráficas, foto, texto, entre outros, demandou sem sombra de dúvidas dedicação, por parte dos assessores e, inevitavelmente, resultou em uma sobrecarga. Conforme já apresentado nesta dissertação, a pesquisa: O Perfil do Jornalista Brasileiro de 2021, aponta para o aumento da jornada de trabalho nos últimos 10 anos. Não obstante os assessores entrevistados nessa pesquisa, relataram que a sobrecarga é existente e foi maior acentuada no período da pandemia, como se vê nos trechos:

Imagino que não seja só minha impressão, mas conversando com os colegas assessores, um sentimento comum que temos é a

sobrecarga. No caso do (nome do hospital ocultado) a dificuldade é primeiro que eu sou sozinha, né. Então todo trabalho fica apenas para mim, e o trabalho de assessoria não é só o trabalho de assessoria de imprensa, a gente, por exemplo, faz de um tudo pouco para produzir os materiais [...] Então é uma demanda gigantesca. (E6)

O fato de o profissional trabalhar sozinho no setor de comunicação, se posiciona como preponderante sobre os aspectos mencionados. Mas, não obstante, mesmo os assessores que dividem tarefas, em equipe, afirmaram sentir-se sobrecarregados.

Ainda referente à sobrecarga nos deparamos com a soma de uma espécie de desvalorização das atividades desempenhadas por uma das entrevistadas, no campo de atuação. Tendo vivido não apenas o acúmulo de atribuições de outras áreas afins, mas também, de cargos distintos.

A sobrecarga é grande [...] tanto é que durante a pandemia eu tive que acumular cargos. Eu coordenei outros setores porque o hospital estava precisando naquele momento e a sua função não era vista como tão relevante ali, sabe? Então eu trabalhei com recepção, eu trabalhei com maqueiro, eu trabalhei com controle de acesso, porque era tipo assim, a comunicação não tem o que fazer aqui. Mas era foto, era vídeo, era texto, tudo que precisava internamente, era arte, e ainda não viam o trabalho. Mas na assessoria você é assim. Você é designer, você é social mídia, você é jornalista, você é fotógrafo e, além disso, tinha que acumular com outras equipes. Então, realmente, dentro do hospital, em si, é muito complicada a comunicação. (E1)

Há pelo menos três frases que destacamos no trecho acima. A primeira (“*Eu coordenei outros setores porque o hospital estava precisando naquele momento*”) revela um contexto de desvalorização ao trabalho desempenhado pelo profissional de comunicação, ao que se confirma: “[...] e a sua função não era vista como tão relevante ali”. Esse depoimento traz de maneira exacerbada o desconhecimento sobre o papel tão relevante que é o da assessoria de comunicação – assim como o de outras profissões – na estrutura da organização. Ainda mais pela amplitude de atividades desempenhadas durante o período pandêmico, descrito pela própria profissional: “[...] Mas era foto, era vídeo, era texto, tudo que precisava internamente, era arte, e ainda não viam o trabalho”.

Como desfecho desse cenário sobressai ainda na fala da entrevistada, a afirmação: “Mas na assessoria **você é assim** (grifo nosso). *Você é designer, você é social mídia, você é jornalista, você é fotógrafo*”. Posto isso, indagamos, para reflexões futuras, sobre em que momento do universo de atuação dos profissionais essas incorporações recebem validações para naturalidade do discurso?, sendo não somente encontrada na fala da E1, mas de outras duas: E2 e E3.

A E4, chega a afirmar também, “[...] Eu quase me considerei um repórter de televisão, porque comecei a fazer entrevistas, vídeos para imprensa. Tudo passou a ser produzido totalmente por mim. [...] eu me sentia de fato sobrecarregada.”

É possível concluir a partir das afirmativas supracitadas que o trabalho do jornalista assessor vem passando por fortes modificações, e que estas, em determinada medida, sobretudo durante o período da pandemia, tem refletido em uma sobrecarga. Seja pelo alto volume para cumprimento da demanda característica da função, seja por incorporações de outras atividades que não estão diretamente ligadas ao papel do profissional.

Posto isto, encerraremos a análise e interpretação dos dados, com outros achados, relativos aos sentimentos de medo, ansiedade e *burnout*, pontuado pelos assessores.

4.5.2 Medo, ansiedade e Burnout

Durante a pandemia, o medo se tornou uma emoção ainda mais intensa para as pessoas. Foi comum encontrar a presença desse sentimento nas falas dos entrevistados para esta dissertação. Eles afirmaram sentir medo por receio do desconhecido, pela iminência de contágio da doença e pelas consequências futuras para suas vidas. Tendo sido inevitável para a maioria deles, o medo da morte, como por exemplo, descreveu a E5: “A gente passou pelo sentimento do medo de morrer, porque era quase uma sentença de morte no início, que ninguém conhecia a doença”, acrescentou a E3: “A gente tinha muito medo de vir trabalhar [...] Então o que a gente tentou fazer? Tentou controlar primeiro a gente, principalmente quando não tinha vacina ainda. Mas era a todo instante o medo de morrer ali presente.”

Compartilhando do mesmo sentimento, a E1 detalhou cenas vivenciadas que foram acentuando o medo da morte:

[...] Às vezes, era isso, era um medo, que a gente vai morrer. Víamos funcionários do hospital, que tiveram Covid, ficar muito mal e serem tratados dentro do próprio hospital, no próprio setor em que eles trabalhavam, e isso mexia muito com a gente. Era bem impactante, algumas cenas mais pesadas. Por exemplo, passar no corredor do necrotério e ver dois caixões em cima da calçada, porque o necrotério tá lotado, sabe? E, acontecia também de eu estar chegando no hospital pra começar o dia, e tipo, entrar no corredor porque vai descer um corpo de Covid. Tinha que parar ali no corredor, e lá vem o corpo passando, você tinha que estar afastado e tudo mais. E você quer demonstrar respeito por aquela pessoa que você nem conhece, você se solidariza ali, sabe? Era o pai de alguém, ou um filho, um esposo. Isso é perturbador, desculpa (pausa - emoção aflorada). [...] você fica com um choque. Está passando um corpo aqui, eu estou respirando o ar, que está trazendo, era uma loucura mesmo. (E1)

Estudos mostram que essa corriqueira exposição a cenas fortes gera estresse e ansiedade (Torales; *et al*; 2020). Pfefferbaum, Betty e North (2020), no estudo "*Mental health and the Covid-19 pandemic.*" publicado no *The New England Journal of Medicine*, discutiram o impacto da pandemia na saúde mental. O resultado aponta para o medo da infecção, a perda de rotinas diárias e as incertezas econômicas, como causas para o aumento do estresse e ansiedade.

De igual modo, a ansiedade também foi citada por dois dos entrevistados, ao qual destacamos a fala:

Eu entrava em área vermelha, entrava em UTI, falava com o médico, gravava com o médico, que muitos tinham contato com a ala Covid, dava o plantão lá, então isso terminou despertando em mim uma ansiedade. Eu cheguei a passar uma semana sem conseguir quase dormir devido à crise de ansiedade. [...] Eu tive que passar pelo tratamento aqui com o psiquiatra do hospital, entrar em medicamento para controlar essa crise de ansiedade. (E5)

Para além dos sentimentos vivenciados, por consequência, o adoecimento psíquico foi apresentado na fala da E3, que expressou ter sequelas da intensa jornada de trabalho, aliada à sobrecarga, e desenvolvido *burnout*.

[...] eu tive inclusive *burnout*, pelo acúmulo, tanto a atmosfera de muita cobrança da imprensa, a tensão que a própria pandemia trazia e que o próprio trabalho em saúde faz, que você tem que sempre estar atento a tudo, né? E tem coisas que fogem ao nosso poder, que era, por exemplo, a gestão federal na época. [...] A gente teve o período de estar com remédios para intubação para 15 dias. Então assim, eu ia dormir pensando nisso, eu acordava pensando nisso, e tava ali sempre alerta, com medo de que houvesse alguma crise, e que a gente precisasse responder por isso. (E3)

Concluimos que a intensificação do medo se deu principalmente pelas potenciais consequências fatais da doença. E, que o sentimento, assim como a ansiedade, foi marcante entre os profissionais que estavam em contato direto com os setores Covid-19. Além de que o impacto psicológico, dado pelas contínuas cenas traumáticas, como ver caixões e corpos de vítimas da Covid-19, contribuiu significativamente para o estresse e ansiedade entre os entrevistados.

Vemos ainda que o esgotamento emocional e físico resultou em *burnout*, especialmente devido à sobrecarga de trabalho e às pressões adicionais durante a pandemia. Posto isso, inferimos que os assessores enfrentaram não apenas dificuldades relacionadas a estruturas físicas, ferramentas de trabalho, e ausência de capacitação, mas também a pressão de uma resposta rápida em um contexto de recursos limitados e incertezas, aumentando o desgaste mental e emocional.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quais foram os desafios enfrentados pelos assessores de comunicação nas instituições de saúde da Paraíba durante a pandemia de Covid-19, e como essas experiências influenciaram suas práticas e estratégias de combate à desinformação? A questão inicial que norteou o nosso estudo partiu de uma inquietação da pesquisadora, a fim de conhecer outras realidades, tendo em vista que enquanto profissional da área, também atuante no mesmo grupo de comunicação pública do Estado, vivenciou diversas experiências, sobretudo na frequente prática de desmentir inverdades veiculadas nas mídias tradicionais e redes sociais digitais.

Para além de uma curiosidade, a questão buscou aprofundar os estudos teóricos, fomentando uma análise e reflexão sobre as práticas de jornalismo, que vêm sendo estudadas ao longo dos anos. Contudo, resultante do levantamento bibliográfico realizado para um estado da arte dessa pesquisa, pudemos observar, a priori, que o campo da assessoria, em relação a outros, tem sido pouco debatido no âmbito acadêmico, e ao filtrarmos para a atuação durante o período pandêmico, se reduz ainda mais o quantitativo de estudos.

Ancorando em conceitos e definições no campo da Comunicação, com ênfase na pesquisa em jornalismo e assessoria; além de Comunicação e Saúde; desinformação e *fake news*, apresentamos ao longo do capítulo 1 e 2 um mapeamento de um conjunto de textos consultados que esperamos ter contribuído para a compreensão de cada ponto dos objetivos: geral e específicos elencados, a serem somados às entrevistas realizadas, que detalhamos nestas considerações finais.

Com ênfase na comunicação pública, tendo em vista o universo em que estão inseridos nosso objeto empírico da pesquisa, os assessores, abordar a contextualização da saúde e sua ligação ao campo de comunicação, jornalismo e assessoria, nos propiciou uma melhor leitura quanto ao desempenho dos poderes federativos, estaduais e municipais no tocante aos direitos de acesso à informação e efetividade da prática em políticas públicas.

Com foco no contexto pandêmico podemos inferir que a ausência de medidas preventivas e ações de combate à pandemia, por meio do posicionamento do presidente da República da época contribuiu em certo grau para a crise de comunicação em todo o país, e fomento da *fake news*. Como visto neste estudo, o então presidente incitou e promoveu o uso de medicamentos não comprovados pelos órgãos de saúde, aglomeração quando o momento era de distanciamento social, violência contra jornalistas, gerando descrédito das fontes oficiais de informação, entre outros.

Partindo dessas ações que assolaram o país, e afunilando para o estado em que estão localizados os hospitais que os assessores atuaram no período pandêmico, verificou-se por meio das entrevistas a relevância em construir um saber histórico quanto à leitura política da época vivida, ademais, em contraponto, pudemos constatar o destaque do Consórcio Interestadual de Desenvolvimento Sustentável do Nordeste (Consórcio Nordeste), em que os nove estados da região trabalharam de maneira alinhada e com base na ciência, no período da pandemia, assim sendo também, agindo para promoção da disseminação de informação que salva vidas, por meio da criação do programa de TV Giro Nordeste, o direcionamento exclusivo de temáticas sobre saúde envolvendo o combate ao vírus, também no programa de rádio, além das notas técnicas e demais produtos de comunicação produzidos para benefícios da população. Tais esclarecimentos objetivaram trazer luz para as instâncias superiores ligadas direta ou indiretamente ao trabalho dos assessores participantes desta pesquisa.

Com essa base teórica inicial, prosseguimos para o alcance dos objetivos da seguinte forma: tomamos a perspectiva de uma pesquisa da observação participante (Iacono, Brown; Holthan, 2009; Tedlock, 2005; Serva e Jaime Júnior, 1995; Angrosino, 2009). Enquadrando-se, segundo Adler e Adler (1987), no modelo de Observação Completa. Somando-se à técnica de entrevista em profundidade, (Duarte, 2008) para coleta dos dados, integrando o conjunto de pesquisa qualitativa. Concluimos que a metodologia aplicada à pesquisa no tocante à observação participante facilitou a compreensão de aspectos sociais que resultaram de conhecimentos tácitos e pontos de vista informais raramente exteriorizados, não explicitados em entrevistas e tampouco em questionários. Vimos ainda que a entrevista foi mais do que uma simples troca de perguntas e respostas, tratou-se de

uma interação social em um espaço seguro para que os entrevistados expressassem vulnerabilidades e desafios enfrentados. Além disso, o ambiente da entrevista, muitas vezes íntimo e focado, encorajou uma sinceridade difícil de alcançar em outros contextos, possibilitando uma exploração genuína dos sentimentos e pensamentos a cada questão levantada. Também não desconsideramos que o fato da pesquisadora trabalhar na mesma rede possibilitou essa relação de confiança, inclusive na seleção de temas mais delicados dos depoimentos.

Após sanada essa primeira etapa, aplicamos os resultados na análise baseada nas técnicas de Bardin (2016) e Becker e Strauss (2009), que resultaram na criação de categorias e subcategorias, pelas quais atingimos os objetivos, desencadeando em vários resultados. Assim, para uma melhor compreensão das contribuições desta pesquisa, organizamos, inicialmente, os principais resultados tomando como referência cada um dos objetivos.

1. Considerações sobre os objetivos

- *Objetivo específico 1: Discutir o perfil dos assessores*

Para alcançar esse objetivo buscamos primeiramente definir o perfil do assessor de forma teórica. Assim, após uma revisão bibliográfica adotamos a definição de assessor de comunicação, tendo em vista que o profissional atualmente, por mais que trabalhe em uma Assessoria de Imprensa, desenvolve múltiplas tarefas, muitas delas características de outros profissionais da área de comunicação.

Ainda baseado em estudos, nos deparamos com os achados da pesquisa sobre o Perfil do Jornalista Brasileiro 2021, nela foi pertinente observar que a atuação dos jornalistas em assessorias no Brasil cresceu. E, os dados para o Nordeste, apontam como a 5ª área em que os jornalistas desempenham suas funções, reafirmando assim a relevância de investigações na área.

Posto isso, por meio da Categoria I – Atuação na área, desta dissertação, concluímos que todos os assessores possuem formação em Jornalismo, mas há grande diferenciação nos anos. Três assessores atuantes consideram-se maduros, com mais de 15 anos de formados, outros 2 com menos de 5 anos, tendo, inclusive,

durante a entrevista, um destes afirmou iniciar a carreira profissional “*bem crua, bem verde*”. O 6º assessor possui cerca de 10 anos, com experiência em produção de TV.

Conforme os resultados que também são pontuados, mais adiante, em outro objetivo específico, observamos que os recém-formados optam e utilizam o recurso do vídeo para respostas às demandas de produção de conteúdo, já os considerados maduros na área, ainda preferem o uso de NOTAS.

Para as discussões desse perfil de assessores, consideramos, ainda, a formação desses profissionais para atuação na área, em particular a visão que cada um tem sobre a sua formação acadêmica. Acredita-se que a academia subsidia a base teórica necessária para agir no exercício diário, e que a parte prática, advinda de um estágio, por exemplo, não se faz necessária.

Com o aprofundamento dos questionamentos nas entrevistas, e após análise dos dados, concluímos também que esses profissionais, independente da década em que se formaram, possuem um perfil desejoso ao contínuo aprendizado. Cabe ressaltar que os entrevistados para esta pesquisa, unanimemente, consideraram necessária a participação em treinamentos que subsidiem o fazer jornalístico cada vez mais dinâmico na área. Por outro lado, nas suas respostas não pontuaram, nem demonstraram terem realizado tal feito por iniciativa própria, ficaram limitados apenas aos treinamentos oferecidos pelo contratante, no caso, o assessorado.

Por fim, atingimos a confirmação da hipótese já esperada que o termo “profissional multifacetado”, adotado por Bueno (2014), para definir o perfil dos assessores de comunicação no Brasil, se revela nos assessores da rede estadual da Paraíba, sendo mais do que nunca estrategistas e gestores de crise na comunicação.

Estes compõem a lista de profissionais aguerridos para o enfrentamento de dificuldades – atuam com recursos limitados, no tocante a ferramentas de trabalho (celular, computador, infraestrutura mínima); dificuldades organizacionais (falta de orientações e manuais para a tomada de decisão necessária), e por último e mais forte, o enfrentamento de dificuldades psíquicas, como estresse, ansiedade, medo e *burnout*, pontuados ao longo do estudo.

- *Objetivo específico 2: Conhecer as rotinas de produção e mudanças decorrentes do período pandêmico;*

“Não teve uma chave que virou assim. Foi tudo bem gradual [...] Todos os dias a gente aprendia uma coisa nova, aprendia a mexer em um novo equipamento e assim seguia. Certeza que esse momento foi um aprendizado pra toda vida”, E1. Escolhemos abrir os resultados dos objetivos específicos 2, com esse memorável depoimento.

A pandemia da Covid-19 modificou quase que todas as vivências da face da terra. Os processos de trabalho foram alterados, e o mais comum entre estes foi o distanciamento social, refletindo em trabalho remoto. Quando investigamos essa questão no estudo, descobrimos outros dados relevantes.

O primeiro deles nos mostrou uma questão desconhecida. Uma das assessoras atuava desde antes da pandemia na modalidade *Home office*. Para esta não havia sequer um espaço físico (sala) dentro do escopo da unidade de saúde. O trabalho era todo desenvolvido com material próprio. A entrevistada alegou ainda só ir à unidade quando a sua presença era indispensável, caso contrário, o trabalho era realizado à distância. A situação não mudou em nada durante a pandemia.

Em contraponto, a transferência do presencial para o trabalho remoto foi realidade para a E2, que alegou ter sua rotina alterada no sentido de aumento da demanda, posto que para ela o *home office* *“[...] determina que você trabalhe mais”,* complementando que as demandas se davam basicamente nas 24 horas do dia, expressando metaforicamente o transposto da carga horária diária. Já os outros 4 assessores alegaram a continuidade do trabalho presencial, ressaltando o aumento da jornada, através das demandas que surgiam mesmo após o horário de saída do hospital.

Afirmamos, com isto, que não houve consenso na política de comunicação da saúde estadual, no que concerne à modalidade de trabalho dos jornalistas nas Assessorias, ficando a critério do gestor local, a tomada de decisão. E fazendo uma correlação com as atividades desempenhadas, a pesquisadora deste estudo enquanto também profissional atuante na área, afirma que a agilidade para respostas às demandas que surgiam na época foi de fundamental importância estar

mais próximos das fontes oficiais, sobretudo em relação ao combate à *fake news*, evidenciando assim o trabalho presencial. Portanto, não discordamos da modalidade adotada, só consideramos a relevância da presença dos assessores nos postos de trabalho.

Isto posto, consideramos que apresentar essa mudança na rotina fez diferença mais adiante na pesquisa. Assim vimos respostas, como por exemplo, a produção de conteúdo em vídeo que demandou mais dos profissionais que estavam presentes diariamente nas unidades.

Entre as mudanças na rotina dos profissionais das assessorias de comunicação, provocadas pelo período da pandemia, podemos destacar o uso das novas tecnologias, como a produção e edição de vídeo.

Vimos também que os hospitais, com exceção do Hospital de Clínicas, criado para atender às vítimas da Covid-19, já possuíam seu perfil de atendimento, com isso as pautas eram criadas em torno dos assuntos ligados a estes pacientes. Mas com a pandemia a agenda foi completamente alterada, tendo exigido dos assessores também um maior tempo de dedicação à leitura de assuntos sobre a doença e seus desdobramentos, assim como um maior relacionamento com a mídia local.

Com esses resultados, um último ponto de evidência apresentamos para as considerações desses objetivos. Além das mudanças supracitadas, concluímos, por meio da fala dos entrevistados, que houve uma inversão no relacionamento com os produtores e demais profissionais da imprensa local. Antes, os assessores, cumprindo o seu papel de atuarem como intermediários entre os assessorados e a sociedade, ofertando pautas e produzindo releases com a finalidade de alcançar espaços nos veículos de comunicação, passaram a ser mais procurados e demandados pela imprensa.

Na ânsia de lançar informações atualizadas sobre os casos, números de mortos, número de altas, tratamentos, entre outros assuntos, a imprensa passou a entrar em contato com os assessores para coletar as informações. E assim, demandavam diariamente bastante tarefas aos assessores – uma vez que ir até o

hospital não era recomendado – entre elas, a captura de sonoras por áudio e também por vídeo para os veículos de TV.

- *Objetivo específico 3: caracterizar a natureza do trabalho jornalístico desenvolvido por assessores no combate à desinformação*

Diante da avalanche de informações circulando a todo tempo com relação ao novo coronavírus, percebemos o quanto o trabalho do jornalismo foi fundamental, subsidiando dados e apresentando fatos em detrimento das fakes news, além de outras ações. Desse modo, neste objetivo específico, após as interpretações dos dados apresentados nos capítulos deste estudo, caracterizamos a natureza do trabalho jornalístico desenvolvido pelos assessores o qual envolve entender como esses profissionais atuaram para combater as notícias falsas, cumprido também por meio de várias estratégias e práticas o papel social do jornalismo no combate à desinformação durante a pandemia. Alguns desses principais aspectos foram:

1. **Verificação e Correção de Informações:** Os assessores atuaram de forma ativa no combate às *fake news*, fazendo uso de métodos como o *fact-checking* (verificação de dados) com fontes confiáveis e especialistas das unidades de saúde locais. O esforço constante para corrigir informações falsas ou imprecisas foi essencial para garantir que o público tivesse acesso a fatos baseados na ciência.
2. **Produção de Conteúdo Confiável:** Seja por meio de vídeo, release, sonoras para programas de rádio, entre outros, os assessores trabalharam na construção para disseminação de informações claras e precisas, seguindo os critérios éticos da profissão e técnicos pertinentes ao conteúdo, mas com uma linguagem traduzida, humanizada, visando alcançar todos os públicos. Isso ajudou a fornecer conhecimento fundamentado em fontes confiáveis, tais como entrevistas com médicos e especialistas, ajudando a legitimar a cobertura jornalística e a dar credibilidade à informação.
3. **Relação com a Mídia:** Os assessores colaboraram estreitamente com veículos de comunicação como rádios, TVs e portais de notícias, na entrega de produtos – entrevistas, dados e demais informações. O rádio e a TV, em particular, foram mencionados como os meios de comunicação que mais

demandaram, portanto, entendemos que desse modo também contribuíram para disseminar informações corretas e refutar boatos, junto ao público.

4. **Educação do Público:** Com produção de artes gráficas, materiais de vídeo ou texto, os assessores utilizaram o jornalismo educativo durante o combate à desinformação, junto à Comunicação Institucional do Governo do Estado, esclarecendo o público sobre os riscos da desinformação e as consequências do consumo de notícias falsas, além de orientar sobre como verificar fontes confiáveis.
5. **Treinamento para Porta-voz:** O media training, apesar de não ter sido citado por todos os participantes, esteve presente entre as práticas desenvolvidas pelos profissionais, com o objetivo de capacitar os porta-vozes da instituição para o repasse correto da mensagem, pois não só o que se diz, mas como se diz, é relevante para a absorção da mensagem por parte do público.

Essas ações são apenas as principais que pudemos elencar na categorização proposta para alcançar o objetivo. Observamos que todas elas foram essenciais para proteger o público da desinformação e para promover uma comunicação responsável e orientada ao bem-estar coletivo, alinhada ao papel social do jornalismo.

- *Objetivo geral: investigar de que modo os assessores das instituições de saúde referência para o tratamento do novo coronavírus (SARS-CoV-2) atuaram durante a pandemia da Covid-19*

Retomando o papel estratégico do assessor, suas práticas, mudanças vivenciadas, articulações com outros profissionais da comunicação, e à luz dos conceitos, técnicas e ferramentas abordados neste trabalho, percebe-se que o modo de atuação dos assessores de comunicação se deu em pelo menos três vertentes: mediação de informações, resistência às limitações e sobrecargas, e desempenho de novas atribuições.

Referente ao primeiro, os assessores atuaram como intermediários entre as instituições de saúde e os veículos de comunicação, garantindo que informações precisas e atualizadas sobre o tratamento da Covid-19 fossem disseminadas ao público. Eles verificavam e organizavam os dados, transcrevendo alguns termos

técnicos, para uma linguagem próxima da população, e repassando toda e qualquer novidade acerca de tratamentos e formas de prevenção sobre o combate ao vírus.

Os participantes apontaram diferentes e em alguns casos similares motivos exemplificando a sobrecarga vivenciada imposta pelo cenário estrutural da organização e alta demanda externa. Concluímos que estes, ao realizarem as atividades com os poucos recursos que lhes eram ofertados, ou investindo do próprio bolso para aquisição dos recursos que corroboram para o desempenho das atividades, buscaram maneiras de mitigar as limitações e assim superá-las.

Por fim, uma avaliação qualitativa, vê-se um esforço de todos os participantes na tentativa de aprender o uso de novas tecnologias e ferramentas para a prática profissional, exigida na época, fortemente acentuada pela produção de vídeo, e desse modo, em particular, desempenharam outras funções.

Evidentemente que o estudo apresentado nestas páginas corresponde a somente um recorte do papel do assessor de comunicação atuante durante a maior crise na saúde dos últimos tempos, e que dentro destes mesmos casos estudados, novas pesquisas e análises teriam espaço para conclusões mais robustas e mais críticas sobre o assunto. Posto isso, pontuamos ainda mais três questões: 1) Além dos objetivos; 2) As Limitações; 3) Indicações para pesquisas futuras.

1) Para além dos objetivos

Destacamos aqui a importância deste estudo, a partir dos diferenciais e investigações que buscaram realizar, além dos resultados que não estavam previstos nos objetivos, mas que também trazem contribuições e aumentam a robustez da investigação empreendida. Nesse sentido, seguem os principais apontamentos:

- Fizemos reflexões teórico-conceituais na tentativa de pavimentar definições que se complementam no tocante ao período pandêmico e a correlação da atuação profissional, diante de um corpo bibliográfico em desenvolvimento, muito característico de objetos de pesquisas provenientes de temas emergentes;

- Evidenciamos a importância de um olhar voltado para as condições de trabalho que os assessores vivenciaram considerando as experiências relatadas, e

as já abordadas em outras pesquisas, como potencial investigativo no âmbito do jornalismo no Brasil e na Paraíba, a fim do fomento em melhorias dos órgãos competentes;

- Apontamos vários trechos de relatos dos participantes nas análises tanto para contribuir com o entendimento das reflexões que empreendemos, quanto para viabilizar que novas análises sejam feitas, colaborando com outras pesquisas;

- Reforçamos as evidências de que os assessores de comunicação investigados atuaram sim na linha de frente da pandemia, assim como diversos outros profissionais da área da saúde, sobretudo quando produziram conteúdos de dentro de UTIs e Enfermarias exclusivas para o atendimento às pessoas contaminadas pelo vírus.

2) Limitações

Embora as discussões suscitadas por esta pesquisa sejam de indubitável relevância, é necessário reconhecer que os resultados obtidos não podem ser amplamente generalizados. Tal cautela se faz necessária em razão das diversas limitações inerentes ao estudo, as quais merecem ser devidamente destacadas:

- Embora aponte reflexões que podem servir de base para outros estudos, os resultados se referem à amostra selecionada, que tratou exclusivamente os assessores atuantes nas unidades públicas de saúde referência para o tratamento da Covid-19 no Estado da Paraíba. Todas essas peculiaridades propagam a possibilidade de serem encontrados novos resultados a partir da seleção de outras amostras, referentes a localidades ou perfil de assessores.

- Na caracterização da nossa amostra, todos os assessores possuem vínculos empregatícios pelo governo do estado. Levantamos a possibilidade de algum resultado ter sido influenciado por essa questão, embora a escolha tenha ocorrido de forma consciente e foi considerada essencial para o objetivo da pesquisa;

- Os resultados estão atrelados às experiências dos participantes, obtidos de forma verbal, que têm relação com as visões de mundo pessoais, contextuais e que são dinâmicas e mudam com o passar do tempo;

- Não foi ouvido qualquer outro ator, se não os assessores, isto posto, pela aplicação do método, sempre há a possibilidade de falha em alguma etapa e/ou de resultados enviesados por variáveis não controladas.

Enfim, entendemos que as ideias discutidas aqui não são definitivas, nem as únicas opções viáveis. São apenas sugestões, abertas a novos estudos, que podem ser ajustados com base em outras perspectivas, novas leituras e trabalhos futuros que podem contribuir para a transformação do cenário atual do jornalismo.

3) Indicações para pesquisas futuras

O tema não se encontra esgotado, muito pelo contrário. Sendo tão atual e relevante para a academia, empresas, sobretudo os profissionais que sofrem tantas modificações em suas rotinas laborais, por consequência de novas formas de se comunicar, surgimento e aprimoramento de tecnologias, além das relações de trabalho e situações emergentes, este estudo pode servir para outras discussões, como também atuar com indicadores de pesquisas futuras. Desse modo, tendo finalizado os esforços reflexivos para a construção desta, baseados nos resultados, sugerimos alguns outros que julgamos importantes:

- Ressaltamos que pesquisas futuras podem investigar a experiência dos assessores frente às consequências do trabalho durante o período pandêmico nas áreas psíquicas (questões citadas, mas não aprofundadas nesta pesquisa);
- Outros podem aprofundar a investigação com exemplos de notícias combatidas buscando a compreensão, credibilidade e aspectos éticos percebidos;
- Pontuamos também que mais pesquisas possam investigar a força do Rádio na Paraíba, tendo sido apresentada nesta dissertação como uma mídia tradicional massiva de grande atuação e relevância no estado;
- Consideramos também as incorporações de outras atribuições ao trabalho dos assessores de comunicação. Evidenciando a sobrecarga de trabalho como um resultado relevante, sugerimos que seja mais investigada em vários contextos dentro do jornalismo, mas também em áreas diversas, como a sociologia e a psicologia.

A lista de sugestões para investigações futuras pode ser ainda mais ampla; contudo, destacamos aqui aquelas que julgamos de maior relevância. Não obstante termos atingido os objetivos delineados e abordado todas as hipóteses e questões formuladas, concluímos esta dissertação com mais indagações do que respostas. As inquietações que impulsionaram esta pesquisa foram apaziguadas, todavia, os resultados geraram novas interrogações. Tal fenômeno evidencia a vastidão da ciência, que continuamente nos revela que há sempre novos horizontes a serem desvendados e descobertas a serem realizadas.

REFERÊNCIAS

ALMANSA, A. **Assessorias de Comunicação**. São Paulo: Difusão Editora. 2010.

ANGROSINO, M. **Etnografia e observação participante**. Tradução de José Fonseca. Porto Alegre: Artmed, 2009.

BARRERO, J. M.; BLOOM, N.; DAVIS, S. J. **Internet Access and its Implications for Productivity, Inequality, and Resilience**. No. w29102. National Bureau of Economic Research, 2021.

BRAGA, A. C.; MAZZEU, F. J. C. O analfabetismo no Brasil: lições da história. **Revista on-line de Política e Gestão Educacional**, Araraquara, p. 24–46, 2017.

BRASIL. **Resolução nº 510, de 07 de abril de 2016**. Dispõe sobre as normas aplicáveis a pesquisas em Ciências Humanas e Sociais. Diário Oficial [da] República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 24 maio 2016. Disponível em: <http://bit.ly/2fmnKeD>. Acesso em: 20 jul. 2024.

BOURDIEU, P. **A miséria do mundo**. Tradução de Mateus S. Soares. 3a edição. Petrópolis: Vozes, 1999.

DUARTE, J. **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia – teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

DUARTE, J. Entrevista em profundidade. *In*: DUARTE, J.; BARROS, A. (Orgs.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2008.

DUARTE, J.; MENNA, A. Assessoria de imprensa: o caso brasileiro. **Intercom - Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, v. 24, n. 1, 2001.

DUARTE, J.; FARIA, A. M. Media training: capacitando fontes e porta-vozes. *In*: DUARTE, J. (Org.). **Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2011. p. 356-370.

DUARTE, J. Assessoria de Imprensa no Brasil. *In*: DUARTE, J. (Org.). **Assessoria de imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009, p. 81-102.

FENAJ. **Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros**. Brasília: Federação Nacional dos Jornalistas, 2007.

FENAJ. **Violência contra jornalistas e liberdade de imprensa no Brasil - relatório 2020**. Federação Nacional dos Jornalistas, 2021. Disponível em: https://fenaj.org.br/wp-content/uploads/2021/01/relatorio_fenaj_2020.pdf. Acesso em: 22 abr. 2024.

FERNANDEZ, M. V.; PINTO, H. A. Estratégia intergovernamental de atuação dos estados brasileiros: o Consórcio Nordeste e as políticas de saúde no enfrentamento à Covid-19. **saúde medes**, 6(2Sup), p. 211–225. <https://doi.org/10.18310/2446-4813.2020v6n2Sup211-225>. 2020

FIGARO, R.; NONATO, C.; GROHMANN, R. **As mudanças no mundo do trabalho de jornalistas**. São Paulo: Salta, 2013.

FREUDENBERGER, H. J. Staff burnout. **Journal of Social Issues**, v. 30, n. 1, p. 159-165, 1974.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, A.Cs. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010. 184p.

GODOY, A. S. Estudo de Caso Qualitativo. *In*: GODOI, C. K.; MELLO, R. B.; SILVA, A. B. (Orgs.). **Pesquisa Qualitativa em Estudos Organizacionais**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2010. Cap. 4. p. 115-146.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GLUER, L. M. **A nova assessoria de imprensa: panorama e perspectivas na sociedade informacional**. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – BH/MG Disponível em: http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_np05_gluer.pdf Acesso em: 22 ago. 2018

HARAKI, C. A. C. Estratégias adotadas na América do Sul para a gestão da infodemia da Covid-19. **Rev Panam Salud Publica**. 2021;45:e43. <https://doi.org/10.26633/RPSP.2021.43>.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. São Paulo: Summus, 2003.

LIMA, E. P. **Páginas Ampliadas: o livro-reportagem como extensão do jornalismo e da literatura**. São Paulo: Ed. Unicamp, 1995.

LUCENA, D.. **Patos de todos os tempos: a capital do Sertão da Paraíba**. João Pessoa: A União. 2015.

MOLINA, E. E; GARCIA, W. **Assessor de imprensa 2.0: novas atribuições em tempos de redes sociais**. 2013. XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste. Bauru-SP, 2013.

NASCIMENTO, C. A. **Assessoria de imprensa na era das mídias: rotina de produção e cultura profissional na comunicação do Governo do Estado da Paraíba**. Dissertação (mestrado em Jornalismo). Orientador: Cláudio Cardoso de Paiva. Universidade Federal da Paraíba, Centro de Comunicação, Turismo e Artes. João Pessoa, 2017. 149p.

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

NOBLAT, R. **A arte de fazer um jornal diário**, São Paulo: Contexto, 2002.

Organização Mundial da Saúde. **Comunicação de riscos em emergências de saúde pública: um guia da OMS para políticas e práticas em comunicação de risco de emergência**. Genebra: Organização Mundial da Saúde; 2018.

Organização Mundial de Saúde: **Declaração de abertura do Diretor-Geral da OMS no 2019 Novel Coronavirus**. Media Briefing. Disponível em: <https://www.who.int/es/director-general/speeches/detail/director-general-s-remarks-at-the-media-briefing-on-2019-novel-coronavirus---8-february-2020>. Acesso em 11 de outubro de 2022.

PARAÍBA. Decreto nº 41.430, de 15 de julho de 2021. Dispõe sobre a aprovação do Regimento Interno da Secretaria de Estado da Comunicação Institucional - SECOM - e dá outras providências. **Diário Oficial do Estado da Paraíba**. n. 17.411, João Pessoa, PB, 2021. p. 7-13. 16 jul. 2021.

PIMENTEL, P. P. **Serviço social e saúde: reflexões sobre a experiência de estágio supervisionado obrigatório no Hospital de Emergência e Trauma de Campina Grande - PB**. TCC (graduação em Serviço Social). Orientadora: Maria do Socorro Pontes de Souza. Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Campina Grande: 2019. 27 p.

SANTOS, A. L. M.; GRAFOLIN, T. M. Ética na comunicação em saúde: O papel da assessoria de imprensa durante um surto de Legionella. **Comunicação Midiática**, v. 12, n. 2, 2017.

SEQUEIRA, C. M. **Jornalismo investigativo: o fato por trás da notícia**. São Paulo: Summus, 2005.

SEKEFF, C. **Telejornal: do processo ao produto**. Teresina: Faculdade Santo Agostinho, 2005.

SOUZA, K R.; KERBAUY, M. T. M. Abordagem quanti-qualitativa: superação da dicotomia quantitativa-qualitativa na pesquisa em educação. **Educação e Filosofia**, v. 31, n. 61, p. 21-44, 27 abr. 2017.

STASIAK, D. *et al.* **Assessoria de Comunicação Integrada: uma experiência na área da Saúde**. XXXV Intercom. Fortaleza, 2012.

TAVARES, C.; OLIVEIRA, W. **Manual de Assessoria de Imprensa**. Fundação Oswaldo Cruz. Rio de Janeiro, 2008.

TORQUATO, G. **Comunicação nas organizações: empresas privadas, instituições e setor público**. São Paulo: Summus, 2015.

TUCHMAN, G. Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected. **The American Journal of Sociology**, v. 79, n. 1. The University of Chicago, jul. 1973, pp.110 - 131. Disponível em: https://www.jstor.org/stable/2776714?read-now=1&seq=1#page_scan_tab_contents. Acesso em: 05 maio de 2022.

VIVEIROS, C.; EID, M. A. **O signo da verdade**. Assessoria de imprensa feita por jornalistas. São Paulo: Summus Editorial, 2007.

YIN, R. K. **Estudo de Caso**. Planejamento e Métodos. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010. 248 p.

VIZEU, A. Lado Oculto do Telejornalismo. O newsmaking e o trabalho de campo. *In*: LAGO, C.; BENETTI, M. **Metodologia de Pesquisa em Jornalismo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2008.

ZIERT, J. **Assessoria de imprensa e a gestão de imagem por meio das redes sociais na internet**. Florianópolis: UFSC. 2016.

APÊNDICES

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DAS ENTREVISTAS SEMI-ABERTAS COM OS ASSESSORES

BLOCO 1 - Sobre a trajetória na Assessoria:

- Como foi o início da jornada na área de Assessoria no âmbito da saúde pública?
- Há quanto tempo atua na área?
- Quais as maiores dificuldades enfrentadas em uma Assessoria?
- Você passou por algum tipo de treinamento para exercer a função? Em caso afirmativo aponte as contribuições. Em caso negativo, aponte os déficits.
- Quais as principais atividades desempenhadas?

BLOCO 2 - Sobre a atuação profissional x Pandemia:

- Como era fazer Assessoria antes da Pandemia?
- Em que aspectos a sua rotina foi modificada?
- Você precisou buscar novos recursos para realizar um trabalho comunicacional enquanto assessor(a), devido ao cenário pandêmico?
- Identificou casos de *Fake News* ou Desinformação que precisaram ser combatidos envolvendo o nome ou imagem da instituição em que atua? Se sim, quais métodos utilizados?
- Considerando o período pós-vacina, e a baixa nos casos da Covid-19, como foi fazer assessoria neste período de baixa das infecções?

BLOCO 3 -Sobre a relação com a imprensa local:

- Quais os meios de Comunicação mais atuantes no município em que o Hospital está localizado?. Cite exemplos considerando a percepção da audiência aos programas mais evidentes no contexto local;
- Como é a sua relação com a imprensa? Quem demanda mais o quê?
- Quais os produtos resultantes dessa relação de parceria, principalmente considerando a atuação durante a pandemia?
- Qual a sua percepção acerca dos espaços midiáticos locais para as temáticas ligadas à área da saúde?

- Com que frequência os porta-vozes foram utilizados no período pandêmico, e quais os temas mais tratados na realidade vivenciada?

BLOCO 4 - Sobre sentimentos pessoais e profissionais:

- Ao recordar tudo o que passou, como se sente hoje? Cite ao menos uma memória afetiva que você guarda do período de combate à pandemia;
- Enxerga pontos de melhorias para a área que precisam ser destacados? Quais?
- Como você enxerga o futuro, considerando o fazer assessoria no âmbito da saúde pública?

APÊNDICE B — TERMOS DE LIVRE ESCLARECIDOS

	UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA UFPB CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES CCTA PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO PPJ	
---	---	---

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e participar na pesquisa de campo referente ao projeto de mestrado desenvolvido por Mayara Costa de França Dantas, discente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada pela Dra. Sandra Regina Moura, a quem poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do e-mail: _____

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais pretende alcançar o conhecimento das mudanças na rotina produtiva dos assessores de saúde das instituições públicas estaduais, referência para o tratamento às vítimas da Covid-19. Como se deu o processo de construção de notícia, junto à imprensa paraibana, bem como os possíveis ganhos e perdas dessa relação.

Fui também esclarecido(a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão de acordo com as normas éticas em pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde. Minha colaboração se fará de forma identificada, por meio de descrever a entrevista em profundidade semi-estruturada. Desta feita, atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo, conforme recomendações CONEP.

Paraíba, 05 de maio de 2023.

Assinatura do(a) participante: _____
CPF: _____

Assinatura da pesquisadora: Mayara Costa de França Dantas
CPF: _____



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e participar na pesquisa de campo referente ao projeto de mestrado desenvolvido por Mayara Costa de França Dantas, discente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada pela Dra. Sandra Regina Moura, a quem poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do e-mail: _____

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais pretende alcançar o conhecimento das mudanças na rotina produtiva dos assessores de saúde das instituições públicas estaduais, referência para o tratamento às vítimas da Covid-19. Como se deu o processo de construção de notícia, junto à imprensa paraibana, bem como os possíveis ganhos e perdas dessa relação.

Fui também esclarecido(a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão de acordo com as normas éticas em pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde. Minha colaboração se fará de forma identificada, por meio de descrever a entrevista em profundidade semi-estruturada. Desta feita, atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo, conforme recomendações CONEP.

Paraíba, 28 de maio de 2023.

Assinatura do(a) participante: _____

CPF: _____

Assinatura da pesquisadora: Mayara Costa de França Dantas

CPF: _____



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e participar na pesquisa de campo referente ao projeto de mestrado desenvolvido por Mayara Costa de França Dantas, discente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada pela Dra. Sandra Regina Moura, a quem poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do e-mail: _____

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

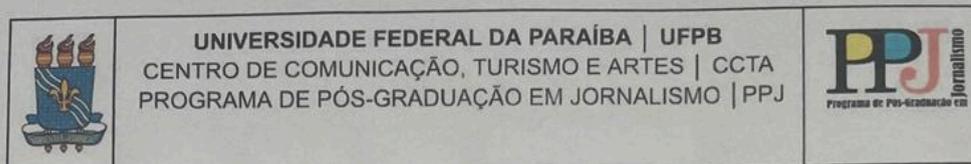
Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais pretende alcançar o conhecimento das mudanças na rotina produtiva dos assessores de saúde das instituições públicas estaduais, referência para o tratamento às vítimas da Covid-19. Como se deu o processo de construção de notícia, junto à imprensa paraibana, bem como os possíveis ganhos e perdas dessa relação.

Fui também esclarecido(a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão de acordo com as normas éticas em pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde. Minha colaboração se fará de forma identificada, por meio de descrever a entrevista em profundidade semi-estruturada. Desta feita, atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo, conforme recomendações CONEP.

Paraíba, 28 de maio de 2023.

Assinatura do(a) participante: _____
CPF: _____

Assinatura da pesquisadora: Mayara Costa de França Dantas
CPF: _____



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e participar na pesquisa de campo referente ao projeto de mestrado desenvolvido por Mayara Costa de França Dantas, discente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada pela Dra. Sandra Regina Moura, a quem poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do e-mail: _____

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais pretende alcançar o conhecimento das mudanças na rotina produtiva dos assessores de saúde das instituições públicas estaduais, referência para o tratamento às vítimas da Covid-19. Como se deu o processo de construção de notícia, junto à imprensa paraibana, bem como os possíveis ganhos e perdas dessa relação.

Fui também esclarecido(a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão de acordo com as normas éticas em pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde. Minha colaboração se fará de forma identificada, por meio de descrever a entrevista em profundidade semi-estruturada. Desta feita, atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo, conforme recomendações CONEP.

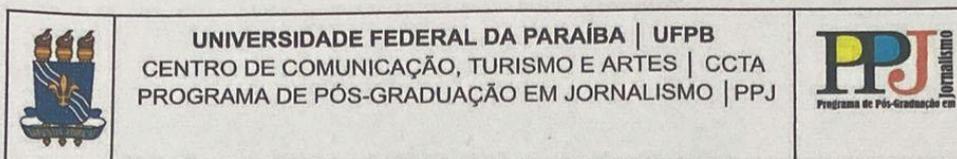
Paraíba, 25 de maio de 2020

Assinatura do(a) participante: _____

CPF: _____

Assinatura da pesquisadora: _____

CPF: _____



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e participar na pesquisa de campo referente ao projeto de mestrado desenvolvido por Mayara Costa de França Dantas, discente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada pela Dra. Sandra Regina Moura, a quem poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do e-mail: _____

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais pretende alcançar o conhecimento das mudanças na rotina produtiva dos assessores de saúde das instituições públicas estaduais, referência para o tratamento às vítimas da Covid-19. Como se deu o processo de construção de notícia, junto à imprensa paraibana, bem como os possíveis ganhos e perdas dessa relação.

Fui também esclarecido(a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão de acordo com as normas éticas em pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde. Minha colaboração se fará de forma identificada, por meio de descrever a entrevista em profundidade semi-estruturada. Desta feita, atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo, conforme recomendações CONEP.

Paraíba, 30 de maio de 2023.

Assinatura do(a) participante: _____

CPF: _____

Assinatura da pesquisadora: Mayara Costa de França Dantas

CPF: _____



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA | UFPB
CENTRO DE COMUNICAÇÃO, TURISMO E ARTES | CCTA
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO | PPJ



TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Declaro, por meio deste termo, que concordei em ser entrevistado(a) e participar na pesquisa de campo referente ao projeto de mestrado desenvolvido por Mayara Costa de França Dantas, discente do Programa de Pós-Graduação em Jornalismo (PPJ), da Universidade Federal da Paraíba (UFPB).

Fui informado(a), ainda, de que a pesquisa é orientada pela Dra. Sandra Regina Moura, a quem poderei contatar / consultar a qualquer momento que julgar necessário através do e-mail: _____

Afirmo que aceitei participar por minha própria vontade, sem receber qualquer incentivo financeiro ou ter qualquer ônus e com a finalidade exclusiva de colaborar para o sucesso da pesquisa.

Fui informado(a) dos objetivos estritamente acadêmicos do estudo, que, em linhas gerais pretende alcançar o conhecimento das mudanças na rotina produtiva dos assessores de saúde das instituições públicas estaduais, referência para o tratamento às vítimas da Covid-19. Como se deu o processo de construção de notícia, junto à imprensa paraibana, bem como os possíveis ganhos e perdas dessa relação.

Fui também esclarecido(a) de que os usos das informações por mim oferecidas estão de acordo com as normas éticas em pesquisa envolvendo seres humanos, da Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) do Conselho Nacional de Saúde, do Ministério da Saúde. Minha colaboração se fará de forma identificada, por meio de descrever a entrevista em profundidade semi-estruturada. Desta feita, atesto recebimento de uma cópia assinada deste Termo, conforme recomendações CONEP.

Paraíba, 30 de maio de 2023.

Assinatura do(a) participante: _____

CPF: _____

Assinatura da pesquisadora: Mayara Costa de França Dantas

CPF: _____