

OS ESTAGIÁRIOS DE JORNALISMO DO MPT

THE JOURNALISM INTERNS OF PUBLIC MINISTRY OF LABOR

LOS BECARIOS DE PERIODISMO DEL MPT

Maíra Schiavon Frutuoso Amaral Torres¹

Carlos Alberto Zanotti²

Resumo: Este trabalho propõe uma discussão acerca dos conceitos de jornalismo, assessoria de imprensa e jornalismo de advocacia cívica, com o objetivo de debater o caráter da atividade realizada pela Assessoria de Comunicação do Ministério Público do Trabalho de Campinas. O método de investigação é híbrido, pois associa pesquisas bibliográfica e documental a entrevistas semiestruturadas realizadas com cinco ex-estagiários do órgão. Os resultados apontam para a existência de uma assessoria não convencional.

Palavras-chave: Jornalismo. Jornalismo de Advocacia cívica. MPT.

145

Abstract: This study analyzes the role of journalism, press office, and civic advocacy journalism in the context of the work carried out by the Communication Office of the Regional Public Precinct of Campinas' Ministry of Labor. The hybrid method of investigation combines bibliographical and documental research to a series of semi-structured interviews conducted by five former interns of this Office. The results indicate the existence of an unconventional one, characterized by a combination of techniques.

Keywords: Journalism. Civic Advocacy Journalism. Public Ministry of Labor.

Resumen: El presente trabajo propone discutir dos conceptos periodísticos, asesoría de imprenta y periodismo de abogacía cívica, con el objetivo de debatir el carácter de la actividad realizada por la Asesoría de Comunicación del Ministerio Público de Trabajo de Campinas. El método de investigación es mixto, pues asocia la investigación bibliográfica y documental a entrevistas semi estructuradas realizadas a cinco antiguos becarios de dicho órgano. Los resultados apuntan la existencia de una asesoría no convencional.

Palabras-clave: Periodismo. Periodismo de Abogacía Cívica. MPT

Envio 08/08/2017

Revisão 08/08/2017

Aceite 28/01/2018

¹ Bolsista CNPq. PUC-Campinas. E-mail: maira.sfamaraltorres@gmail.com.

² Prof. Dr. PUC-Campinas. E-mail: zanotti@puc-campinas.edu.br.

Introdução

Para compor o cenário das atividades desenvolvidas por jornalistas na sociedade contemporânea, é importante discutir as perspectivas acerca de três elementos que se entrecruzam: o perfil profissional amparado na formação e nos estatutos legais; a doutrina para a atividade; e a realidade do mercado de trabalho. Neste sentido, há diferentes reflexões que buscam compreender o caráter da profissão, sempre sujeitas ao contexto histórico em que foram/são elaboradas. De um modo geral, seus estatutos são sempre construídos a partir de alguns os princípios básicos que caracterizam o trabalho do jornalista, cujo dever de ofício é “investigar, valorar, relatar e difundir a informação verdadeira” (Chaparro, 1994, p.36).

Segundo dois importantes trabalhos que se voltaram ao tema, o jornalismo pode ser observado como um mediador que viabiliza o direito à informação nos processos sociais (Chaparro, 1994, p.34); e o jornalista, “um agente neutramente distanciado para transmitir a informação com objetividade e ética profissional” (Kunczik, 1997, p.98). Ao que entendem os autores, são os princípios éticos que vão atribuir ou não credibilidade ao trabalho do jornalista.

A ética jornalística, por sua vez, pode ser entendida como um conjunto de valores que compõem um código moral individual, a ser seguido por quem desempenha a profissão. Em relação ao jornalismo, a Federação Nacional da categoria aponta:

É dever do jornalista combater e denunciar todas as formas de corrupção; divulgar todos os fatos que sejam do interesse público; lutar pela liberdade de pensamento e expressão; opor-se ao arbítrio, ao autoritarismo e à opressão; bem como defender os princípios expressos na Declaração Universal dos Direitos Humanos (FENAJ, 2007, art. 6º)

São esses princípios éticos que norteiam o fazer jornalístico, de onde se deduz que cada jornalista é moralmente responsável por aquilo que produz. Em obra na qual estudou a ação pragmática do fazer jornalístico, Chaparro (1994) defende que a atividade se caracteriza por uma combinação de fazeres conscientes combinados a intenções, próprias ou não (Chaparro, 1994, p.33). Para o autor, pode não existir uma relação de interdependência entre a atividade e quem a desempenha, uma vez que o profissional está subordinado aos valores que vigoram na publicação em que atua. A esse propósito, o pesquisador **Ciro Marcondes Filho**

(2002), ao escrever sobre os diversos meios em que o jornalista pode atuar profissionalmente (rádio, televisão, como repórter, documentarista, ombudsman), conclui que “jornalista é um ser muito diversificado, múltiplo, e jamais a categorização do ou da jornalista dirá muito sobre a profissão, suas mudanças e dilemas” (Marcondes Filho, 2002, p.53).

Marcondes Filho (2002, p.65) destaca também que não é possível atingir a estabilidade profissional sem “uma boa cabeça, uma capacidade de discernimento, critérios de julgamento, valores consolidados, em suma, uma base intelectual que suporte as turbulências da profissão”. Em crítica às escolas de jornalismo, o autor desaprova a tentativa de massificar o aprendizado, limitando-o aos ensinamentos puramente técnicos: “tentam produzir jornalistas em série, capacitá-los a redigir rapidamente uma lauda, a portar um microfone, uma câmera, um gravador portátil” (Marcondes Filho, 2002, p.65). Esta filosofia empregada por instituições de ensino, segundo entende o autor, transformariam o jornalista em comunicador, cuja função seria exclusivamente tornar as notícias cada vez mais acessíveis e atraentes.

Marcondes Filho não é o único a ver com certo pessimismo as metamorfoses das diversas etapas da formação jornalística. Leandro Marshall (2003) dialoga com o assunto sob o império do que chama de “era da publicidade”. Nesta conjuntura, ele encara o jornalismo como “a linguagem que codifica e universaliza a cultura hegemônica e legitima a lógica do mercado” (Marshall, 2003, p.23), através da pulverização e simplificação do conteúdo, o que fugiria de seu papel histórico de colaborar para a formação de uma opinião pública independente.

Além da própria formação do jornalista, há um outro elemento complicador na equação: três conceitos que caminham juntos, mas que diferem entre si. São eles: imprensa, empresa jornalística e jornalismo, segundo esclarece Jorge Cláudio Ribeiro (1994). Segundo define, imprensa remete à “divulgação periódica de notícias, feita normalmente através de revistas e jornais”; empresa jornalística diz respeito à “estrutura econômica destinada à comercialização do material impresso”; e jornalismo se refere ao “conjunto de técnicas, saber e ética voltado para a captação de informações” (Ribeiro, 1994, p.19).

Ao realizar uma análise sob a ótica de Ribeiro, é possível compreender que Marshall (1994), ao tecer crítica acerca do panorama jornalístico na “era da publicidade”, sugere ter havido uma indesejável fusão entre jornalismo e empresa jornalística. O fenômeno caminharia na contramão do progresso da imprensa no quesito qualidade, resultando no que atualmente se chama de jornalismo de referência (Zamin, 2014), muito diferente do “modo clássico de fazer

jornal”. O autor observa haver hoje uma perda de referência que leva a atividade a uma mistura de “linguagem, ideologia, estética, consumo, marketing e publicidade” (Marshall, 1994, p.44).

A cacofonia das redes sociais e o advento das chamadas “*fake news*”³ só fez aumentar a dificuldade de se encontrar sólidas referências para conceituar a atividade profissional no mundo contemporâneo. Um bom rastreamento neste sentido foi feito por Aguiar e Barsotti (2011, p.2), cujo mérito foi inserirem a contribuição do público na produção noticiosa.

Essa possibilidade tem reflexo direto na formação de jornalistas ou na adequação dos profissionais que buscam adaptar-se às necessidades do mercado, onde se deterioraram as relações de trabalho, e do qual participam jovens recém-formados que aceitam qualquer precarização com o objetivo de ascender profissionalmente. Os ambientes profissionais, por seu turno, “procuram cada vez mais por um profissional multiplataforma e polivalente” (Fígaro, 2009, p.11). A expectativa do mercado seria encontrar pessoas formadas e moldadas de acordo com o que buscam para contratar.

Quanto às capacidades técnicas para realizar pesquisa, apuração, crítica e edição de conteúdos, “nem sempre os jovens profissionais estão preparados para tal nível de responsabilidade” (Fígaro, 2009, p.12). Além dessas características tradicionais para a atividade, o mercado também está exigindo do profissional, segundo apurado pela autora junto aos profissionais da área, noções de marketing e administração.

148

Jornalismo no plural

No Brasil, é possível observar majoritariamente o modelo de jornalismo que Kunczik (1997) denomina de ocidental, representado por uma “visão idealista” de que existem dois tipos diametralmente opostos: “o jornalismo objetivo e neutro, distanciado passivamente dos eventos que trata; e o jornalismo ativamente comprometido, participativo e socialmente engajado, que promove causas” (Kunczik, 1997, p.97). Para o autor, contrapor esses dois tipos não faria sentido, uma vez que necessariamente não se excluem de forma mútua.

O jornalismo objetivo e neutro assemelha-se ao modelo de jornalismo que o pesquisador Paolo Mancini (2013) classifica como liberal. Ele se configuraria como uma atividade

³ Fake news são notícias falsas que aparentam ser verdadeiras, e que, pela escala em que podem ser produzidas, colocam em xeque todas as demais notícias, pela dificuldade em comprovar a veracidade e precedência do que é produzido (Rais, 2017).

independente dos poderes econômico e político, com autonomia profissional voltada à produção informativa, e cumprindo o papel de vigilante das questões sociais (“*watchdog*”). Para o autor, esta perspectiva norte-americana seria globalmente predominante por dois motivos.

O primeiro diz respeito à localidade: tais características de liberalismo foram proclamadas em manuais de jornalismo em língua inglesa, que na época de implantação das faculdades de jornalismo era o idioma “quase-oficial” (Mancini, 2013, p.7) de acadêmicos e profissionais, o que levou à difusão mundial de um conceito formado na Inglaterra e EUA. O segundo motivo é que estes manuais foram usados em diversos países para ensinar jornalismo; portanto, os estudantes e futuros profissionais aprenderam a praticar o modelo estadunidense de jornalismo, independentemente das realidades locais, que necessariamente não condiziam com as condições políticas requeridas pelo jornalismo liberal, como a existência de sociedades de democracia liberal.

Retomando Kunczik (1997), o autor entende que nos dois modelos de jornalismo ocidental, objetividade e neutralidade podem coexistir com a participação e o engajamento profissional. De acordo com ele, um profissional de imprensa pode ser objetivamente imparcial, e no entanto, sentir-se engajado com uma reportagem acerca de determinado tema. É o que acontece com o chamado jornalismo de advocacia cívica, conforme aqui apurado.

O jornalismo de advocacia cívica, conhecido pela sigla de JAC ou CAJ (*civic advocacy journalism*), surgiu como uma resposta social à falta de representatividade das camadas populares no sistema de mídia, no contexto do pós-autoritarismo da década de 1980 na América Latina. Esse modelo parte do princípio de que é fundamental que a imprensa atue como plataforma de representação de interesses da sociedade, e que promova o debate coletivo, para que, a partir dos registros dos problemas relatados, seja possível que a comunidade se conscientize e que o governo sugira soluções para os problemas apresentados. “Eles [os que praticam o CAJ] objetivam promover mudanças na mídia através de uma variedade de ações coletivas, incluindo advocacia, educação, mobilização, protesto, campanhas e outras ações”⁴ (Waisbord, 2009, p.7).

Para que a prática jornalística seja considerada “de advocacia cívica”, é necessário que existam instituições dispostas a ensinar as estratégias de suprimento (*sourcing*), treinamento

⁴ Tradução livre dos autores para: “*They aim to promote changes in the media through a variety of collective actions, including advocacy, education, mobilization, protest, campaigns and other actions*”.

(*training*) e crítica de imprensa (*press criticism*), segundo Waisbord (2009, p.12) aos jornalistas ou comunicadores sociais. “*Sourcing*” seria o ato de conseguir e preservar contatos (de pessoas, organizações, ou instituições) para obter informações sobre os problemas sociais ou coletivos e divulgá-los nos meios de comunicação. “*Training*” equivale ao treinamento e orientação de jornalistas para que realizem coberturas de forma coerente e aprofundada, além do treinamento de outras organizações da sociedade civil para que possam tornar-se fontes de informação. E “*press criticism*” refere-se à “crítica da cobertura noticiosa para mostrar à mídia onde há possibilidades de melhoria” (Rempel, 2016, p.4).

Diretrizes

Publicada em 2009, as atuais diretrizes curriculares dos cursos de jornalismo propõem estrutura, projeto pedagógico e perfil para formandos e egressos da área. Com a recomendação do uso de “metodologias que privilegiem a participação ativa do aluno na construção do conhecimento e a integração entre os conteúdos” e promovam a “integração teoria/prática e a interdisciplinaridade entre os eixos de desenvolvimento curricular” (Relatório Da Comissão De Especialistas Instituída Pelo Ministério Da Educação, 2009, p.14), o documento projeta foco na teoria e técnica das especificidades do jornalismo, com atenção à prática profissional em meio ao ambiente regido pela convergência tecnológica, aprofundamento de compromissos, valores, autonomia profissional e inclusão às “rotinas de trabalho do jornalista em assessoria a instituições de todos os tipos” (Relatório Da Comissão De Especialistas Instituída Pelo Ministério Da Educação, 2009, p.14).

O item relativo à assessoria de imprensa (ou comunicação) acima mencionado tem gerado polêmica, entre jornalistas e relações públicas, desde que implantado no início dos anos 1970, uma vez que em outros países as funções de porta-voz são, de um modo geral, desempenhadas por egressos de Relações Públicas (RP). Na Resolução nº2 (2013), no entanto, lê-se:

O aluno deverá cursar conteúdos teóricos e técnicos que contemplem: [...] estudos de políticas, planejamento e gestão estratégica da comunicação, assessorias de comunicação e estratégias de relacionamento com as mídias; [...] (Câmara De Educação Superior, 2013, p.4)

Ferraretto e Ferrareto (2009), na tentativa de delimitar as incumbências de RP e jornalismo, propõem a divisão da área de Assessoria de Imprensa entre as competências de jornalismo, relações públicas e publicidade e propaganda. Ao jornalismo ficaria a tarefa de orientar o assessorado acerca de quais fatos divulgar a cada meio de comunicação, ou seja, de reconhecer o que é notícia, produzi-la em linguagem própria e divulgá-la com envio de releases. Também lhe caberia participar do estabelecimento de estratégias de comunicação e atender às solicitações de outros jornalistas. Em questão de produção de conteúdo, ao assessor-jornalista também competiria elaborar *press-kits*⁵, *house-organs*⁶, impressos variados e outros produtos jornalísticos, como fotografias, vídeos, programas de rádio ou televisão. É ele também quem realiza a *clipagem*⁷ e o *mailing-list*⁸.

Os profissionais de RP, por sua vez, coordenariam festividades para funcionários, congratulações em acontecimentos especiais e outras atividades de cunho social, esportivo, cultural, relativo a concursos, eventos e cerimonial. Seriam eles que também se preocupam com a criação, o planejamento e a execução de programas de integração internos e externos. Realizam pesquisas de opinião e de público; e em parceria com a assessoria de imprensa (jornalistas), definem estratégias de comunicação e produzem peças institucionais.

Embora a atividade esteja presente nos currículos de jornalismo, afirmar que assessoria de imprensa é sinônimo de jornalismo seria desconsiderar alguns dos principais fundamentos da doutrina jornalística, como a busca da verdade factual e a obrigação de ouvir todos os lados envolvidos num determinado conflito. O assessor de imprensa, ao que compete sua doutrina profissional, tem compromisso somente para com a versão de seu assessorado. “A origem do profissional e o uso de técnicas jornalísticas não implica que a assessoria de imprensa seja

⁵ “*Press Kit*: conjunto de fotos, textos, cópias de documento e outros materiais para a divulgação de determinadas atividades ligadas ao cliente”.

⁶ “*House-organs*: veículo impresso ou eletrônico, dirigido para públicos definidos (interno/externo) de forma gratuita. Serve para educar, informar, motivar funcionários, promover o sentimento comunitário, e defender posicionamentos”.

⁷ “*Clipagem*, *Clipping*, ou *Taxação*: coletar e arquivar todo o material publicado sobre a instituição ou que possa interessar a ela”.

⁸ “*Mailing list*: Relações de todas as informações possíveis sobre os veículos de comunicação que interessam a uma assessoria e aos seus clientes. Contém dados como o nome do veículo, endereço, número de telefone ou fax, e-mail, lista de diretores, proprietários, editores, repórteres, chefes de reportagem, pauteiros e setoristas”.

jornalismo – uma profissão essencialmente crítica e independente, caracterizada pela atuação em veículos de comunicação autônomos” (Duarte, 2008, p.92).

Objetivo

A hipótese que originou este trabalho foi a existência de pontos comuns entre a atividade de jornalismo de advocacia cívica e as tarefas realizadas por formandos do curso de jornalismo no estágio fornecido pela Assessoria de Comunicação da delegacia regional do Ministério Público do Trabalho (MPT) de Campinas. O objetivo foi apurar as rotinas de trabalho e o grau de satisfação dos estudantes de jornalismo em relação ao estágio no MPT, solicitando-lhes que avaliassem a experiência à luz do currículo cursado e do panorama profissional contemporâneo. A importância das conclusões aqui levantadas reside em levantar deficiências nas grades curriculares e/ou inspirar adequações aos currículos de jornalismo das escolas brasileiras.

Metodologia

O trabalho aqui desenvolvido partiu de uma pesquisa documental (Gil, 1995, p.73), com consultas aos portais do MPT e do MPT-Campinas, e bibliográfica (Gil, 1995, p.71), a partir de livros e textos acadêmicos. Em seguida, foi elaborado um roteiro de entrevistas contendo quinze perguntas, que foram dirigidas a cinco de um total de nove ex-estagiários que passaram pela Assessoria de Comunicação do MPT-Campinas entre os períodos de 2012 a 2015, e que se motivaram a participar da pesquisa.

De forma semiestruturada, o roteiro de questões abordou temas como o ingresso na atividade e o período de estágio no MPT, buscando-se avaliar impressões acerca do jornalismo na atualidade e do trabalho ali desenvolvido. Buscamos ainda levar os estudantes de jornalismo a associar o trabalho que desenvolveram aos princípios do jornalismo de advocacia cívica, da Assessoria de Imprensa e em relação ao currículo cursado.

As respostas foram tabuladas no formato de um quadro referencial, conforme sugere Pádua (2000), possibilitando, assim, comparar as informações e detectar os pontos de convergência e divergência entre o que disseram os depoentes nas entrevistas individuais. No momento de análise, os dados foram submetidos à interpretação “a partir das diretrizes fixadas pelas hipóteses” (Pádua, 2000, p.81). Para expor neste relatório os resultados obtidos, foram

feitas relações entre as respostas dos entrevistados e a base teórica proposta a partir de três eixos temáticos: jornalismo, o estágio no MPT, e jornalismo de advocacia cívica.

Resultados Obtidos

A questão inicial buscou saber o que levou os estagiários do MPT-Campinas a escolher jornalismo como profissão. A resposta majoritária foi que gostavam de ler e de escrever e que se sentiam vocacionados a atuar profissionalmente na área de comunicação social. Um deles citou o “desejo de mudar o mundo” como sua motivação principal. Essa justificativa ilustra uma visão muito comum a respeito do exercício da profissão, seja entre os que desempenham ou os que não trabalham na atividade: a crença no “poder transformador” que a profissão tem sobre o meio social.

Esta particularidade é também citada na obra de Marshall (2003), que se refere à existência de um jornalismo engajado, idealista e revolucionário latente entre os séculos XVII e XIX. Hoje, afirma o autor, existiriam poucos remanescentes da era do jornalismo ideológico e de uma imprensa ativista e política, ambos praticamente extintos quando do surgimento de um modelo de imprensa “assumidamente capitalista” (Marshall, 2003, p.35) após sua transformação em bem de consumo na indústria cultural.

A ponderação de Marshall tem relação direta com o motivo pelo qual um dos agora egressos da faculdade de jornalismo afirmou que a profissão não corresponde ao que pensava dela. Ele afirmou que teve suas expectativas frustradas quando observou, nas leituras durante o curso, que o idealismo da profissão enquanto missão social cedeu lugar à lógica de mercado. Essa frustração será posteriormente discutida.

Enquanto um dos entrevistados alegou ter suas expectativas atendidas em relação à profissão, os motivos citados por outros três envolviam problemas para se encaixar no mercado de trabalho e as condições de remuneração. Em sua obra, Kunczik (1997) disserta sobre a baixa remuneração do profissional jornalista, explicando existir o senso comum de que o jornalismo é uma profissão “livre”, sem “proteção à definição profissional” e sem “nenhum sistema padronizado de exames”. Por isso, desenvolver-se-ia a crença de que é uma profissão de fácil acesso. Por outro lado, essa dificuldade também pode ser encarada como uma consequência daquelas mudanças nas relações de trabalho, trazidas pela “era da publicidade”. Marshall

também aponta o baixo salário como um dos elementos que caracterizam a atividade, o que explicaria o motivo do duplo ou triplo emprego, considerado normal na área.

Para o processo seletivo da bolsa de estágio, todos se submeteram a uma prova que contava com perguntas sobre jornalismo e foram incumbidos de produzir um release. No período que vigoraram os estágios para estudantes de jornalismo no MPT-Campinas, eram oferecidas somente duas vagas anuais, cujo tempo máximo de permanência era de dois anos, a partir de quando os estagiários iam sendo substituídos à medida que deixavam a atividade. Dessa forma, alguns trabalharam em conjunto durante certo período, até que fossem sendo substituídos. Entre os atrativos para concorrer à vaga, sobressaíram-se a boa referência que a instituição sugeria e uma remuneração condizente com a circunstância.

As atividades por eles desempenhadas no período foram a produção de press releases e envio para determinados meios de comunicação, a atualização de mailing, o atendimento a jornalistas de outros veículos de comunicação, a produção de notícias para o portal do MPT, o acompanhamento de diligências e, em algumas oportunidades, o acompanhamento de audiências. Como atividades pontuais, realizadas em períodos específicos por alguns dos entrevistados, foram relatadas tentativas de implantar uma “TV MPT”, incentivos para produzir para a revista Labor⁹, criação e gerência de páginas próprias no Facebook, Instagram e Twitter, e a produção de vídeos institucionais e de um documentário sobre o trabalho infantil no futebol de base.

154

Sob o critério da divisão feita por Ferraretto e Ferrareto (2009), percebe-se que, no tocante à área de jornalismo, os estagiários desempenharam as atividades típicas de Assessoria de Imprensa, com exceção do acompanhamento de diligências e de audiências de julgamento, e produção de conteúdo institucional. Os primeiros dizem respeito a atribuições específicas daquele estágio, enquanto o terceiro enquadra-se nas funções geralmente desempenhadas por relações públicas.

Os estagiários do MPT entrevistados avaliaram que as atividades de Assessoria de Imprensa não correspondem aos estatutos previstos para o exercício do jornalismo stricto sensu, à exceção da produção de notícias para o portal. Todavia, reconheceram que os conhecimentos

⁹ A Revista Labor tem sua primeira edição no ano de 2013, e possui periodicidade irregular, sendo lançada apenas quando grandes temas que envolvem questões trabalhistas são levantados por acontecimentos marcantes, de interesse público. Até a presente data existem sete edições, todas disponíveis online através do portal do Ministério. Em modelo impresso, são feitos cerca de 5 mil exemplares a cada edição

assimilados na faculdade contribuíram para desempenhar satisfatoriamente suas funções, mesmo que voltadas para a área de Assessoria. Entre as competências mais importantes desenvolvidas no curso, citaram melhor reconhecer critérios de noticiabilidade, apurar fatos noticiosos, buscar transparência no exercício de informar e estruturar textos informativos em padrão jornalístico, caracterizados principalmente pelas técnicas da pirâmide invertida e do lide.

Na tentativa de propor uma reflexão pessoal, foi perguntado aos estagiários se acreditavam que o tipo de atividade desempenhada durante o período no MPT coincidia com os pressupostos do jornalismo de advocacia cívica. Eles disseram desconhecer este conceito. Quando explicado durante a entrevista, sob a ótica de Waisbord (2009), disseram ser possível estabelecer esta conexão.

No entanto, as observações in loco apontaram que as atividades da Assessoria de Comunicação do MPT-Campinas não poderiam ser enquadradas, *stricto sensu*, enquanto tal. De fato, o MPT ministra cursos de *media training*, mas para o público interno, formado basicamente por procuradores e outros funcionários. Há também uma forma embrionária de “*press-criticism*”, já que observam temas ausentes na imprensa com a finalidade de sugerir e propor matérias; e o processo de *sourcing*, voltado a manter relacionamento com a imprensa e atualizar o *mailing* de interesse da instituição. A rigor, as atividades do MPT correspondem a uma Assessoria de Imprensa diferenciada, especialmente porque os funcionários da Assessoria de Comunicação atuam mais voltados à defesa dos interesses dos trabalhadores do que na divulgação institucional do órgão.

Durante as entrevistas, quatro egressos em jornalismo disseram ter ficado profissionalmente satisfeitos com o estágio ali realizado, muito em função de terem se sentido úteis por atuarem na defesa dos trabalhadores nos conflitos registrados com os interesses do capital. Citaram que o acompanhamento de diligências junto a procuradores do MPT contribuiu muito para tanto.

Ao avaliar o desempenho do jornalismo convencional na cobertura ou defesa de causas sociais, as observações de dois dos entrevistados foram de descrença. Afirmaram que atualmente o jornalismo submete-se a interesses empresariais, e que quando se ocupam de causas sociais, o fazem a partir de um viés ideológico compatível com suas linhas editoriais. É como atesta Fischer (apud REMPEL, 2016, p.1): “O jornalismo sempre age em defesa de uma

causa, ideia ou pessoa – às vezes de forma aberta, outras, de forma velada ou até inconsciente”; quando em sociedades orientadas pela economia de mercado, atuam ao lado do capital.

Todos os estagiários afirmaram terem tido carga elevada de trabalho durante as quatro horas diárias de estágio no MPT, seja pela quantidade de tarefas seja pelo fato de existir somente um Assessor de Imprensa que supervisionava e orientava a aprendizagem. Este fato, ao que atestaram, não impediu que demonstrassem satisfação com o acompanhamento de seu supervisor, que, segundo eles, era responsável por corrigir os erros gramaticais, conceituais e jornalísticos das notícias produzidas, além de direcionar os outros tipos de atividade. Também foi relatado pelos egressos que eles não eram tratados como despreparados, pois tinham espaço para sugerir e debater, e assim amadurecerem profissionalmente.

O trabalho aqui desenvolvido buscou associar a experiência obtida por ex-estagiários do MPT-Campinas a uma vertente singular que vem se abrindo no universo profissional com as potencialidades proporcionadas hoje pela internet, que é o exercício de uma prática jornalística engajada em causas sociais, não caracterizada como Assessoria de Imprensa convencional. As entrevistas realizadas deixaram transparecer que, neste sentido, os currículos precisariam ser aperfeiçoados, em especial para oferecer noções básicas de Direito e de organização social aos estudantes, já que uma das reclamações da Assessoria de Comunicação foi que os jornalistas profissionais constantemente confundem Ministério Público do Trabalho e Ministério do Trabalho.

Outro ponto a aprimorar seria a ampliação do debate que envolve o jornalismo de advocacia cívica, vertente profissional desconhecida pelos estagiários. Ao que entendemos, as faculdades precisam estar abertas a acolher a hipótese de que o chamado jornalismo liberal não é único exercício da profissão em condições de agregar satisfação pessoal e profissional a quem deseja atuar na área. Por fim, cabe considerar que a atividade desempenhada pelos estagiários do MPT-Campinas não se enquadra necessariamente como jornalismo de advocacia cívica, mas possui uma hibridização com a área, pois requer conhecimentos de jornalismo e de Direito, e busca lutar por uma sociedade menos injusta, ao menos nas relações de trabalho.

Referências

AGUIAR, Leonel; BARSOTTI, Adriana. **Jornalismo amador**: proposta para definir as práticas jornalísticas exercidas pelo público em ambientes interativos. Intercom – Sociedade Brasileira par Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XXIV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Recife, 2 a 6 de setembro de 2011. Disponível em: <<http://www.revistas2.uepg.br/index.php/pauta/article/viewFile/6081/3725>>. Data de acesso: 10 Jun. 2015.

BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. 4. ed., rev. e aum. São Paulo (SP): Ática, 1990. 2v (Básica universitária) ISBN 8508035977.

CÂMARA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. **Constituição** (2013). Resolução nº 2, de 27 de setembro de 2013. Ministério da Educação: Conselho Nacional de Educação. v. 1. Art. 6. §5. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=14243-rces002-13&category_slug=setembro-2013-pdf&Itemid=30192>. Acesso em: 18 jul. 2017

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Pragmática do jornalismo**: buscas práticas para uma teoria da ação jornalística. São Paulo: Summus, 1994.

DUARTE, Jorge (Org.). **Assessoria de Imprensa e Relacionamento com a Mídia**. 2. ed. São Paulo: Atlas Editora, 2008. 480 p.

FÍGARO, Roseli. **O perfil do jornalista e os discursos sobre o jornalismo**.: Um estudo das mudanças no mundo do trabalho do jornalista profissional em São Paulo. Nacional: Atlas Editora, 2013. 344 p.

FENAJ (Vitória). **FENAJ disponibiliza texto atualizado do Código de Ética**. 2007. Disponível em: <<http://fenaj.org.br/fenaj-disponibiliza-texto-atualizado-do-codigo-de-etica/>>. Acesso em: 10 jul. 2017

FISHER, Caroline. **The advocacy continuum**: Towards a theory of advocacy in journalism. Sage Journals. Journalism. Data de publicação: 12 Mai 2015. Disponível em: <<http://jou.sagepub.com/content/early/2015/05/12/1464884915582311.full.pdf+html>>. Data de acesso: 03 Set 2015.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5a. Ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo**: Norte e Sul. São Paulo: Edusp, 1997. 415 p.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. Florianópolis: Insular, 2001.

MANCINI, Paolo. **What scholars can learn from the crisis of journalism**. International Journal of Communication, vol. 7, 2013, pp. 127-136.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**: a Saga dos cães perdidos. São Paulo: Hackers, 2000.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Diretrizes curriculares nacionais para o curso de graduação em jornalismo**. Diário Oficial da União. Brasília, 1 out 2003. Disponível em: <file:///C:/Users/Novo/Downloads/rces001_13.pdf> . Acesso em: 30 ago 2015.

PÁDUA, Elisabete M. M. de. **Metodologia da Pesquisa**: abordagem teórico-prática. Campinas (SP): Papirus Editora, 2000.

RAIS, Diogo. **O que é "fake news"**. 2017. Artigo elaborado pelo Prof.Dr. Diogo Rais, da Faculdade de Direito da Universidade Mackenzie. Disponível em: <<http://portal.mackenzie.br/fakenews/noticias/arquivo/artigo/o-que-e-fake-news/>>. Acesso em: 30 jul. 2017

RELATÓRIO DA COMISSÃO DE ESPECIALISTAS INSTITUÍDA PELO MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Constituição** (2009). Diretriz Curricular nº Portaria Nº 203/2009, de 12 de fevereiro de 2009. Diretrizes Curriculares Nacionais Para O Curso de Jornalismo. p. 1-26. PDF. Art.. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br/dmdocuments/documento_final_cursos_jornalismo.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2017

REMPEL, Dorothea Michelle. **O Jornalismo de Advocacia Cívica Aplicado ao Funcionamento da ANDI – Comunicação e Direitos**. In: Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sudeste, 21º, 2016, Salto. PDF. Sp: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, 2016. v. 1, p. 1 - 15. Disponível em: <<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2016/resumos/R53-0044-1.pdf>>. Acesso em: 26 nov. 2016

RIBEIRO, Jorge Claudio. **Sempre alerta**: condições e contradições do trabalho jornalístico. São Paulo: Brasiliense, 1994.

WAISBORD, Silvio. **Can civic society change journalism?** The experience of civic advocacy journalism in Latin America. Brazilian Journalism Research – SBPJor, . Vol. 5, n. 1, 2009, p. 5-21.

ZAMIN, Ângela. **Jornalismo de referência**: o conceito por trás da expressão. Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia, Porto Alegre, v. 21, n. 3, p.918-942, 2014. Disponível em: <<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/16716/12570>>. Acesso em: 06 mar. 2015.