

O QUE OS COMBATES PODEM NOS DIZER SOBRE AS IDENTIDADES JORNALÍSTICAS?¹



FÁBIO HENRIQUE PEREIRA

Université Laval, Quebec - QC - Canada

University of Brasilia, Brasilia - DF - Brazil

ORCID: 0000-0002-2867-0167

DOI: 10.25200/BJR.v19n3.2023.1652

Recebido em: 27/11/2023

Desk Reviewed em: 28/11/2023

Editor de Desk Review: Laura Storch

Aprovado em: 15/12/2023

Como citar este artigo: Pereira, F. H. (2023). WHAT CAN FIGHTING TELL US ABOUT JOURNALISTIC IDENTITIES? *Brazilian Journalism Research*, 19(3), e1652. <https://doi.org/10.25200/BJR.v19n3.2023.1594>

RESUMO – Neste ensaio, argumentamos que o engajamento dos jornalistas, suas lutas, revelam as dinâmicas de construção das identidades profissionais. O jornalista, quando se engaja em um combate, tem a intenção de dizer algo sobre si, para si (para o grupo profissional) e para os outros (atores que participam do combate público). Os combates do jornalismo revelam a forma como o grupo profissional (ou parte dele) busca gerir as relações com atores concorrentes ao mesmo tempo em que exprime um discurso público sobre sua prática, sua identidade. Os combates do jornalismo também revelam as alianças, temporárias ou permanentes, que os jornalistas estabelecem no interior do grupo, mas também com atores externos, que partilham dos mesmos interesses. Combater é também participar da construção de um problema público, por meio da conversão de certas questões/situações específicas ao grupo profissionais em um tema de interesse da sociedade.

Combate. Identidade. Grupo profissional. Discurso identitário. Sociologia profissional do jornalismo.

WHAT CAN FIGHTING TELL US ABOUT JOURNALISTIC IDENTITIES?

ABSTRACT – In this essay we argue that journalists' engagements, their fights, reveal, indeed, the dynamics of how their professional identities are constructed. By engaging in a struggle, the journalist seeks to state something about himself, for himself (and his profession group) and for the others (actors that participate in this public combat). The journalism fights reveal the way the professional group (or part of it) tries to manage its relationship with rival actors at the same time it expresses a public discourse about its practice, its identity. The journalism fights reveal the temporary or permanent alliance journalists establish within the professional group, as so with external actors who share the same interests. Fighting is also participating in the construction of a social problem, by converting some issues/situations specific to the professional group to a subject that interest the whole society.

Key words: Fighting. Identity. Professional group. Identity discourse. Journalism professional sociology.

¿QUÉ NOS PUEDEN DECIR LOS COMBATES SOBRE LAS IDENTIDADES PERIODÍSTICAS?

RESUMEN – En este ensayo, sostenemos que el compromiso de los periodistas, sus luchas, revelan la dinámica de construcción de sus identidades profesionales. Cuando el periodista entra en combate, él pretende decir algo sobre sí mismo, para sí mismo (para el grupo profesional) y para los demás (actores que participan en el combate público). Las luchas del periodismo revelan la forma en que el grupo profesional (o parte de él) procura gestionar las relaciones con sus competidores mientras expresa un discurso público sobre su práctica y identidad. Los combates del periodismo también revelan las alianzas, temporales o permanentes, que los periodistas establecen dentro del grupo, pero también con actores externos, que comparten los mismos intereses. Combatir es también participar en la construcción de un problema público, a través de la conversión de determinadas cuestiones/situaciones propias del colectivo profesional en un tema de interés para la sociedad.

Palabras clave: Combate. Identidad. Grupo profesional. Discurso identitario. Sociología profesional del periodismo.

1 Introdução

A literatura profissional e acadêmica sobre o jornalismo não costuma dar a devida atenção ao papel dos combates na construção das identidades. Muitas vezes, engajar-se (publicamente ou não), tomar partido, participar de uma luta costuma ser visto como uma prática minoritária, quase desviante, no contexto dessa atividade – muitas vezes relegada a uma jornalismo *partisan* ou ao que

se convencionou chamar de ativismo midiático (Andrade & Pereira, 2022; Grohmann et al., 2019). Esse relativo descaso se ancora em uma perspectiva bastante difundida no campo sobre a evolução do grupo profissional. Ela defende a ideia de uma evolução quase linear da profissão, de uma prática combativa e opinativa rumo a um jornalismo de informação, apartidário, atravessado pelos valores da objetividade e da imparcialidade (Deuze, 2005; Marcondes Filho, 2000; Seabra, 2002).

Se as mídias são vistas como atores políticos (Durazo Herrmann, 2016) e se os jornalistas assumem papéis profissionais que muitas vezes revelam algum tipo de engajamento (Hanitzsch & Vos, 2018), por que falamos tão pouco dos combates do jornalismo? Na verdade, a literatura parece ter dado bastante ênfase nos interesses políticos das organizações de mídia, das suas relações com os grupos de poder ao mesmo tempo em que negligencia os interesses do grupo profissional de jornalistas. Por conta disso, os posicionamentos públicos dos jornalistas ficam em segundo plano. De certa forma, é como se o jornalista apenas reproduzisse, em seu discurso, o posicionamento editorial do seu veículo. Ou então, a sua postura de combate é personalizada: a expressão de um engajamento público é associada às preferências políticas de quem escreve, sendo classificada como atentado aos preceitos éticos da categoria. Essas duas explicações acabam por desconsiderar um nível intermediário, do grupo profissional dos jornalistas.

Neste ensaio, argumentamos que os combates do jornalismo não podem ser considerados apenas com base em uma leitura normativa, que coloca o engajamento dos jornalistas como prática desviante. Primeiro, porque a análise da identidade do grupo não pode se centrar apenas no exercício dos seus papéis profissionais, no contexto das redações (Örnebring & Möller, 2018). Os jornalistas são (também) atores sociais, com interesses políticos e corporativos que motivam (ou justificam) uma postura “militante” em certas situações. E sua participação no debate público orienta-se, em parte, em função desses interesses. Segundo, e mais importante: o engajamento dos jornalistas, suas lutas, revelam as dinâmicas de construção das identidades profissionais. O jornalista, quando se engaja, tem a intenção dizer algo sobre si, para si (para o grupo profissional) e para os outros (atores que participam de um combate público).

Assim, para pensarmos os combates dos jornalistas, devemos nos perguntar sobre o que eles combatem, como e com

quem eles combatem. Essas perguntas orientam este ensaio, que busca discutir, finalmente, de que maneira os combates nos ajudam a pensar as identidades jornalísticas. Antes de avançarmos, contudo, buscaremos questionar os argumentos da sociologia funcionalista, que tendem a minimizar (ou mesmo desqualificar) a dimensão dos combates no estudo do jornalismo profissional. Em seguida, com base em alguns exemplos do jornalismo brasileiro, mostraremos os elementos identitários que emergem de algumas dessas lutas. Nossas conclusões advogam pela necessidade de se incluir essa dimensão performativa dos combates no estudo das identidades jornalísticas.

72 O fim de um jornalismo de combates?

A história do jornalismo e dos jornalistas brasileiros – mas também de boa parte do jornalismo ocidental – tem sido construída com base na ideia de uma passagem quase linear de uma atividade militante e opinativa para um jornalismo de informação, preocupado com o relato dos fatos (Charron & De Bonville, 2016; Sodr , 1999). Essa narrativa tamb m est  vinculada   ideia de “profissionaliza o” (no sentido funcionalista do termo) dos jornalistas (Ruellan, 1993; Le Cam & Ruellan, 2004). Assim, v rios marcos hist ricos costumam ser evocados para periodizar as diferentes “fases” que marcam a evolu o dessa atividade no Brasil: a introdu o do lead ainda na d cada de 1930 (Albuquerque, 2009), a moderniza o das reda oes e a ado o do paradigma da objetividade (Ribeiro, 2003), a constru o do aparato legal que institui a forma o superior como requisito para ingresso na profiss o (Marques de Mello, 2002), ou ainda a ado o de um modelo de “jornalismo de mercado” nas reda oes brasileiras a partir dos anos 1980 (Hallin, 1996; Pereira, 2004). O resultado dessas v rias etapas do processo de profissionaliza o do jornalismo seria a constru o de uma identidade profissional majoritariamente descolada das diferentes formas de milit ncia e de engajamento pol tico – salvo em alguns extratos marginalizados do grupo, que costumam ser desqualificados pelo jornalismo hegem nico.

Ora, essa narrativa hist rica e linear esconde as v rias situa oes em que os combates dos jornalistas colaboraram (e ainda colaboram) na constru o do *ethos* profissional do grupo. Na verdade,

para além desses vários *turning points*, desses momentos de ruptura paradigmática, a história do jornalismo e dos jornalistas é marcada por momentos de continuidade, de negociação e de resistência em que traços de um jornalismo de lutas são resgatados e reapropriados na construção do ser profissional (Moura et al., 2015; Pereira, 2011; Ruellan, 2017). Explorar essas lacunas que desafiam essa narrativa hegemônica sobre a história do jornalismo permite, nesse sentido, entender os vários momentos em que os jornalistas se engajaram publicamente e como eles buscaram gerir as contradições entre os interesses político (em um sentido mais amplo do termo) e corporativo do grupo.

A atuação de parte dos jornalistas contra a ditadura militar de 1964-1985 é particularmente reveladora desse processo de tensionamento entre duas ordens do discurso identitário. Por um lado, aquele que descreve e defende a profissionalização do grupo e a modernização das redações e da indústria cultural brasileira (Ribeiro, 1994). Por outro, os discursos que participam da construção de um imaginário de resistência ao regime e ao cerceamento das liberdades individuais pelos jornalistas que atuavam na mídia hegemônica, mas sobretudo na imprensa alternativa (Abreu, 2005; Kucinsky, 2003). Essa aparente contradição aparece de forma bastante evidente na trajetória de figuras como Mino Carta, Samuel Wainer e Alberto Dines, descritos, ora como modernizadores do jornalismo brasileiro, ora como representantes de um jornalismo de combates (Abreu et al., 2003). Da mesma forma, a introdução de um modelo de “jornalismo de mercado”, logo após processo de redemocratização do país, levou a um relativo expurgo das redações da geração precedente de jornalistas e que assumiam um *ethos* mais combativo, engajado, politizado (Kucinsky, 1998). Ao mesmo tempo, parte desses antigos combatentes se deslocaram para os mundos da política, da literatura, da universidade, e, mais tarde, das mídias independentes, como parte dos processos de dispersão e segmentação da prática jornalística.

3 Os movimentos de segmentação do jornalismo

O jornalismo nunca foi uma profissão homogênea. De fato, o grupo profissional é composto de vários segmentos (Bucher &

Strauss, 1961), cada um dispendo de um conjunto de práticas, carreiras e valores que lhes são característicos. No bojo desses movimentos de clivagem, modalidades de jornalismo mais ou menos combativo subsistem. A existência desses vários segmentos nos permite tensionar a definição canônica proposta por Barbie Zelizer (1993) em torno de uma “comunidade interpretativa” que reuniria os jornalistas. Na verdade, há várias comunidades e diferentes formas de se falar do grupo profissional e de como o grupo trata a realidade social. Existem vários jornalismo.

Por isso, é preciso desconstruir a ideia de que o jornalismo de combate deve ser visto sob o prisma extraordinário ou do desvio. O que nos interessa, do ponto de vista dos estudos sobre as identidades profissionais, é entender tanto as circunstâncias que levam os jornalistas a assumirem uma postura combativa, como as práticas de rotulação empregadas por outros segmentos do grupo profissional (Becker, 1963) para se apropriarem ou desqualificarem certos tipos de engajamento jornalístico. Ou seja, esse movimento envolve tanto os interesses dos atores que reivindicam certa legitimidade para as suas lutas, como os detratores, que relegam essas práticas a um tipo de jornalismo marginal ou desviante.

Esse tensionamento está presente, por exemplo, em debates contemporâneos sobre o que se convencionou chamar de midiativismo. Independente do posicionamento político dessas mídias independentes, o que nos interessa aqui é a crítica feita por jornalistas mainstream que, muitas vezes, classificam esse tipo de prática como não-jornalística. Também nos interessa a reação dos próprios midiativistas, que assumem uma forte dimensão reflexiva e performativa sobre seu trabalho e suas identidades, ambicionando construir uma “nova gramática” do jornalismo (Andrade & Pereira, 2022). No fundo, mais do que discutir se os jornalistas devem ou não se engajar, a pergunta que importa para esses dois grupos é: de que forma e em que contextos os jornalistas devem combater? E as respostas veiculadas por eles e captadas pelos pesquisadores de sociologia do jornalismo oferecem indícios interessantes sobre a relação entre combates, identidades e segmentos na profissão.

4 As circunstâncias dos combates

Nos estudos sobre as identidades jornalísticas, mais importante do que discutir a existência ou não de um jornalismo de combate, é analisar as circunstâncias nas quais os jornalistas decidem se posicionar, de que forma eles se engajam, as causas que motivam esses combates, e a forma como argumentos de caráter corporativo se misturam à defesa do interesse público nessas situações. Ou seja, mais importante do que discutir o mérito desses combates é entendê-los como posicionamentos identitários, formas coletivas de o Nós, jornalistas (Ruellan, 2011) falar de si próprio ao mesmo tempo em que se ocupa da gestão discursiva do seu território profissional.

Por isso, as diferentes formas de luta de parte dos jornalistas contra a ditadura militar no Brasil e em defesa de redemocratização – e os discursos públicos que foram enunciados durante (e sobretudo depois) desse evento – devem ser tomados como parte de um movimento de gestão de uma identidade que vinha sendo pressionada pelos movimentos de modernização dessa atividade. Face à pressão dos discursos profissionalizantes, havia o interesse do grupo em preservar parte do prestígio político-intelectual que historicamente marcou sua identidade (Pereira, 2011).

Mais tarde, quando alguns segmentos do jornalismo aderiram à luta pela defesa do diploma, em resposta à decisão do Supremo Tribunal Federal de acabar com a sua obrigatoriedade como um pré-requisito para acessar o mercado de trabalho e exercer a profissão no Brasil, essa mesma tensão identitária reaparece. Por um lado, os argumentos de natureza corporativa vão evocar os efeitos do fim do diploma no mercado de trabalho, sobretudo em termos de precarização e perda de legitimidade profissional. Por outro, esses debates não deixam de ser associados à defesa do interesse público e da qualidade da informação, à ideia de que a sociedade, de modo geral, seria a maior prejudicada pelo fim da obrigatoriedade do diploma. Essa estratégia, como veremos a seguir, não só garante certa continuidade ao discurso identitário dos jornalistas, como fortalece e legitima a inserção no debate público de uma luta de natureza aparentemente corporativa (Pereira & Maia, 2016).

Mais recentemente o forte engajamento dos jornalistas nos debates sobre as fake news nos revela como, em uma situação de diluição das fronteiras laborais e de aparente questionamento da

autoridade jornalística, parte do grupo se mobiliza para reforçar a importância de elementos de sua ideologia profissional. Assim, do ponto de vista do jornalismo, o problema da desinformação seria uma consequência da circulação e do consumo de conteúdos não-verificados (por jornalistas profissionais, é claro), sobretudo nas redes sociais (Moretzsohn, 2019). Nesse sentido, o grupo se utiliza de um elemento bastante estável do seu discurso identitário (a produção de um discurso “verdadeiro” sobre os fatos) para lidar com uma situação de aparente crise de legitimidade, com o aparecimento de novos atores interessados no trabalho de mediação do espaço público. É preciso destacar que esse movimento de reafirmação e fechamento das fronteiras em contextos de “crise” é bastante recorrente ao longo da história do jornalismo, como mostram os trabalhos de Costa (2005), Philibert (2017) e Ruellan (2011) – ver também Moura et al. (2015).

5 Os companheiros de luta

Nós combatemos sempre com alguém. De certa forma, os combates exprimem a configuração de alianças no interior de um espaço social ou profissional entre atores e segmentos, mas também com participantes externos ao grupo. Assim, independente da pertinência da causa ou dos resultados de uma luta, esta exprime, por meio de uma relação do nós versus eles, as táticas, as concorrências e rivalidades, o jogo de interações, e os interesses de certos grupos de atores em se associarem ou se distinguirem.

A luta de parte dos jornalistas contra a ditadura de 1964 não pode, portanto, ser dissociada das coalizões que eles construíram com outros segmentos de militantes, ativistas e intelectuais (Kucinsky, 2003) e que frequentemente partilhavam dos mesmos espaços de sociabilidade (Pereira, 2011). Engajar com esses grupos de atores marca não só um posicionamento político (pela defesa da democracia, etc.), mas um movimento de aproximação identitária.

Da mesma forma, os debates que se sucederam ao fim da obrigatoriedade do diploma de jornalismo levaram a clivagens no interior do grupo entre uma certa elite profissional (contrária à formação obrigatória para exercício da profissão) e parte da base da pirâmide salarial que se aliou a segmentos do meio sindical, acadêmico e a parlamentares de esquerda em torno de uma Proposta

de Emenda Constitucional (PEC 206/2012) que advoga pelo retorno dessa obrigatoriedade. Ao ampliar essa rede de alianças, o grupo buscou associar o seu pleito à defesa mais ampla dos interesses da sociedade, na medida em que jornalistas seriam responsáveis por “definir e constituir fenômenos sociais, contribuindo assim para se formar a opinião pública a respeito dos fatos e acontecimentos da vida” (Brasil, 2012, p. 8).

Finalmente, nos debates sobre fake news, os jornalistas têm frequentemente se associado a atores dos meios científico, político e jurídico, visando denunciar os efeitos negativos da difusão desse tipo de conteúdo na sociedade. No caso específico da pandemia de covid-19, as alianças entre jornalistas e cientistas para denunciar o problema de desinformação científica foram particularmente importantes, na medida em que esses dois atores compartilhavam de interesses comuns, mas também de valores similares em relação à ideia de credibilidade da informação. Nesse sentido, uma espécie de interdependência parece ter sido constituída entre esses grupos de atores, que viram suas autoridades epistêmicas ameaçadas pelo cenário de infodemia (Oliveira, 2020)

6 E que os combates podem nos dizer sobre as identidades jornalísticas?

Os engajamentos, os combates do jornalismo são um recurso importante no processo de construção identitária. Eles revelam a forma como o grupo profissional (ou parte dele) busca gerir as relações com atores concorrentes ao mesmo tempo em que exprime um discurso público sobre sua prática, sua identidade. Participar de um combate é, portanto, uma forma de o grupo falar de si mesmo, de legitimar sua identidade para um público mais amplo. Ao mesmo tempo, esses combates permitem dar coesão ao grupo. Primeiro, porque essas lutas exprimem a defesa de interesses a princípio da esfera corporativa. E, segundo, porque permitem aglutinar segmentos muitas vezes distintos (ou mesmo concorrentes) no interior espaço laboral em torno de uma causa.

Os combates do jornalismo revelam as alianças, temporárias ou permanentes, que os jornalistas estabelecem no interior do grupo, mas também com atores externos, que partilham de interesses comuns. Essas coalizões têm uma dupla função. Por um lado,

facilitam o acesso ao debate público, reforçando a pertinência social de causas aparentemente circunscritas aos interesses dos jornalistas. Assim, o sucesso de alguns combates depende da capacidade desses coletivos de atores de associarem suas reivindicações à defesa de valores como a liberdade individual, a verdade, a qualidade da informação e o compromisso com o interesse público. Por outro lado, a escolha dos “companheiros de luta” revela o desejo dos vários participantes de exporem publicamente elementos dos seus discursos identitários, por meio da associação com outros grupos que partilham de valores e interesses comuns. A análise dessas alianças nos permite, assim, revelar e compreender os movimentos permanentes de abertura e fechamento da fronteira profissional (Ruellan, 1997), ou seja, parafraseando um ditado: “diga-me com quem combates e eu te direi quem és”.

Combater é também participar da construção de um problema público, por meio da conversão de certas questões/situações específicas ao grupo profissional em um tema de interesse da sociedade. Por isso, podemos dizer que, no processo de promoção de um problema, os jornalistas atuam não apenas como mediadores do debate público e gatekeepers da agenda midiática, mas também assumem – e com frequência – o papel de “empreendedores de causa” (Aubin et al., 2022), interessados na justificação e na popularização de uma situação problemática (a censura, a repressão política, a desinformação, etc.) junto à opinião pública.

Estudar os combates do jornalismo implica, portanto, em se desprender da oposição estéril entre militantismo/profissionalismo para buscar descrever e analisar de que maneira os engajamento públicos, as lutas empreendidas pelos jornalistas, revelam um movimento permanente e incessante, de reforço e de renovação do discurso identitário do grupo para si e para a sociedade.

NOTAS

- 1 Parte do conteúdo deste artigo foi apresentado, pela primeira vez, na conferência de abertura dos *Rencontres internationales de recherche sur le journalisme/ Encontros internacionais de pesquisa sobre jornalismo*, de 8 a 10 de dezembro de 2022, em Bordeaux (França)

REFERENCES

- Abreu, A. A. (2005). A mídia na transição democrática brasileira. *Sociologia, Problemas e Práticas*, (48), 53-65. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10071/193>
- Abreu, A. A., Lattman-Weltman F., & Rocha D. (Orgs.). (2003). *Eles Mudaram A Imprensa: Depoimentos Ao Cpdoc*. FGV.
- Albuquerque, A. (2009). A modernização autoritária do jornalismo brasileiro. *Alceu*, 10(20), 100-115. Recuperado de http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/media/Alceu20_Albuquerque.pdf
- Andrade, S., & Pereira, FH. (2022) Uma nova utopia jornalística: engajamento e gosto na Mídia NINJA (Brasil). *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 47(1), 67-98. DOI: 10.1080/08263663.2022.1996701
- Aubin, F., Neveu, E., & Paes, P. de S. (2022). Journalists and media construction of public problems: Introduction. *Sobre Jornalismo*, 11(2), 22–29. DOI: 10.25200/SJ.v11.n2.2022.497
- Becker, H. S. (1963). *Outsiders*. Free Press.
- Bucher, R., & Strauss, A. (1961). Professions in Process. *American Journal of Sociology*, 66, 325-334. DOI 10.1086/222898
- Brasil (2012). *Proposta de Emenda à Constituição N.º 206-A, DE 2012* (Do Senado Federal). Recuperado de www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1327629
- Charron, J., & De Bonville, J. (2016). *Natureza e transformação do jornalismo*. Insular.
- Costa, C. (2005). *Pena de aluguel. Escritores-jornalistas no Brasil: 1904-2004*. Cia das Letras.
- Deuze, M. (2005). What is journalism?: Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, 6(4), 442-464. DOI: 10.1177/1464884905056815
- Durazo Herrmann, J. (2016). Media, State and Society in Bahia, Brazil. *Brazilian Journalism Research*, 12(2), 92–111. DOI: 10.25200/BJR.v12n2.2016.863
- Grohmann, R., Roxo, M., & Marques, A. F. (2019). Places of Enunciation and Disputes of Meaning of Journalistic Work in Alternative Arrangements to Media Corporations. *Brazilian Journalism Research*, 15(1), 200–221. DOI: 10.25200/BJR.v15n1.2019.1079

Hanitzsch, T., & Vos, T. P. (2018). Journalism beyond democracy: A new look into journalistic roles in political and everyday life. *Journalism*, 19(2), 146-164. DOI: 10.1177/1464884916673386

Hallin, D. (1996). Commercialism and Professionalism in American News Media. In J. Curran & M. Gurevitch (Orgs.), *Mass Media and Society* (pp. 243-264). Arnold.

Kucinsky, B. (1998). *Síndrome da antena parabólica. Ética no jornalismo brasileiro*. Perseu Abramo.

Kucinsky, B. (2003). *Jornalistas e revolucionários. Nos tempos da imprensa alternativa* (2ª ed). Edusp.

Le Cam, F., & Ruellan, D. (2004). Professionalisme, professionnalisation et profession de journaliste au Brésil, en France et au Québec: un essai de comparaison. In J. B. Legavre (Org.), *La presse écrite: objets délaissés* (pp. 53-69). L'Harmattan.

Marcondes Filho, C. (2000). *Comunicação & Jornalismo. A Saga dos Cães Perdidos*. Hacker Editores.

Marques de Melo, J. (2012). Indústria Cultural, Jornalismo, Jornalistas. *Intercom: Revista Brasileira De Ciências Da Comunicação*, 14(65). 20-29. DOI: 10.1590/rbcc.v14i65.1320

Moretzsohn, S. (2019). Chaff, wheat, filters, and bubbles: a discussion on fake news, journalism, credibility, and affections at network times. *Brazilian Journalism Research*, 15(3), 540-561. DOI: 10.25200/BJR.v15n3.2019.1188

Moura, D. O., Pereira, F. H., Adghirni, Z. L. (Eds.) (2015). *Mudanças e permanências do Jornalismo*. Insular.

Oliveira, T. (2020). Desinformação científica em tempos de crise epistêmica: circulação de teorias da conspiração nas plataformas de mídias sociais. *Revista Fronteiras*, 22(1), 21-35. DOI: 10.4013/fem.2020.221.03

Örnebring, H., & Möller, C. (2018). In the Margins of Journalism. *Journalism Practice*, 12(8), 1051-1060. DOI: 10.1080/17512786.2018.1497455

Pereira, F. H. (2004). Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão. *Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação*. Recuperado de www.bocc.ubi.pt/pag/pereira-fabio-responsabilidade-jornalista.pdf

Pereira, F. H. (2011). *Jornalistas-intelectuais no Brasil*. Summus.

Pereira, F. H., & Maia, K. (2016). El periodista brasileño frente al fin de la obligatoriedad del diploma para el ejercicio de la profesión: reordenamiento del repertorio de legitimación profesional. *Trabajo*

y *sociedad*, (26), 35-50. Recuperado de www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712016000100003&lng=es&lng=es

Philibert, J. R. (2017). *Le discours critique sur la presse en contexte de mutation du journalisme nord-américain: 1870 à 1910* [tese de doutorado, Université Laval]. Université Laval – Bibliothèque.

Ribeiro, A. P. G. (2003). Jornalismo, literatura e política: a modernização da imprensa carioca nos anos 1950. *Revista Estudos Históricos*, 1(31), 147-160. Recuperado de <https://periodicos.fgv.br/reh/article/view/2186>

Ribeiro, J. C. (1994). *Sempre Alerta: Condições e contradições do trabalho jornalístico*. Brasiliense.

Ruellan, D. (1993). *Le Professionnalisme du Flou. Identité et savoir-faire des journalistes français*. PUG.

Ruellan, D. (1997). *Les pro du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*. PUR.

Ruellan, D. (2011). *Nous journalistes. Déontologie et identité*. PUG.

Ruellan, D. (2017). A Professional. Or How to Recognize One. *Brazilian Journalism Research*, 13(1), 6–19. DOI: 10.25200/BJR.v13n1.2017.978

Seabra, R. (2002). Dois séculos de imprensa no Brasil: do jornalismo literário à era da Internet. In L. G. Motta (Org.), *Imprensa e Poder* (pp. 31-46). Ed. UnB.

Sodré, N. W. (1999). *História da Imprensa no Brasil* (4ª ed.). Mauad.

Zelizer, B. (1993). Journalists as interpretive communities. *Critical Studies in Media Communication*, 10(3), 219-237. DOI: 10.1080/15295039309366865

FÁBIO HENRIQUE PEREIRA. Titular da Chaire de journalisme scientifique Bell da Université Laval (Canadá) e professor permanente do Programa de Pós-graduação em Comunicação da UnB. É autor dos livros *Jornalista-intelectuais no Brasil* (Summus, 2011), *As diferentes maneiras de ser jornalista* (Ed. UnB, 2021) e *Un journalisme en ligne mondialisé: socio-histoire comparative* (com Florence Le Cam, PUR e Insular, 2022). Suas áreas de interesse são: sociologia do jornalismo, sociologia profissional dos jornalistas e sociologia dos problemas públicos. E-mail: fabio-henrique.pereira@com.ulaval.ca