



Jornalistas: uma identidade fluida, cambiante na pós-modernidade¹

Rafael Pereira da SILVA²

Universidade Federal de Juiz de Fora, MG

Resumo: O presente trabalho busca refletir sobre o jornalista profissionais focalizando uma perspectiva identitária em um período de mudanças e transformações em decorrência dos efeitos da pós-modernidade e da liquefação das instituições midiáticas. Por meio de uma abordagem cultural buscaremos empreender reflexões acerca da identidade cultural do jornalista profissional e expor como os efeitos da pós-modernidade têm provocado o deslocamento desse sujeito para outros espaços de produção noticiosos, e possibilitando uma eterna construção do jornalismo e sobre si mesmo.

PALAVRAS CHAVES: Identidade Cultural; Cultura profissional; Jornalismo; pós-midiático.

Introdução

Diversas pesquisas e reflexões têm sido realizadas no âmbito acadêmico da comunicação no Brasil sobre as transformações no fazer jornalístico e na constituição e consolidação do Jornalismo como campo de conhecimento científico no país. Esses estudos abarcam temas como a influência dos meios de comunicação de massa sobre a vida cotidiana; transformações nas formas de produção e veiculação da informação devido à inserção das novas tecnologias; mudanças no mercado e nas relações de trabalho, ocasionado pelos efeitos da globalização e relações de poder dentro da instituições. Temos ainda análises sobre as práticas de construção de sentido e representação no jornalismo, que perpassam as teorias do campo da comunicação, além dos critérios de noticiabilidade, e o papel social dessa profissão secular na sociedade democrática.

Como exemplos e contribuições de pesquisas realizadas em âmbito nacional poderemos citar o Grupo de Pesquisa Comunicação e Trabalho da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/USP), o Colóquio de

¹ Trabalho apresentado no GT de jornalismo do XVIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste – Bauru – SP – 03 a 05/07/2013.

² Mestrando em Comunicação e Identidade na Universidade Federal de Juiz de Fora. dom-rafasil@hotmail.com / domrafasil@gmail.com



Mudanças Estruturais no Jornalismo (Mejor), iniciado em 2011 e realizado pela segunda vez em 2013, e a análise sobre o perfil do jornalista brasileiro realizado pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em 2012, somado-se a isto, temos os trabalhos realizados em núcleos de pesquisa dos programas de pós-graduação, e os diversos trabalhos divulgados nas sociedades científicas como a Compós, a Intercom e a SBPJor, que periodicamente têm o jornalismo como tema central de suas investigações.

Nesta comunicação, temos como itinerário uma incursão nas transformações no campo jornalístico por uma abordagem cultural, buscando refletir sobre a identidade cultural dos profissionais dessa área, para isso, utilizaremos autores dos Estudos Culturais Britânico. Para Johnson (1999, p.19) “os Estudos Culturais podem ser definidos como uma tradição intelectual e política; ou em suas relações com as disciplinas acadêmicas; ou em termos de paradigmas teóricos; ou, ainda, por seus objetos característicos de estudo”. Sendo assim, pode-se afirmar que no centro de interesse dos Estudos Culturais estão as conexões entre a cultura, a história e a sociedade. Utilizamos também o conceito de campo de Bourdieu aplicado ao jornalismo como campo instituído na sociedade. Ao buscar referência nos estudos culturais, o intuito é refletir sobre as instabilidades do jornalismo sob a perspectiva do indivíduo, o jornalista, agente produtor da notícia, que se vê, cada dia mais, desvinculado, deslocado, dos veículos tradicionais de comunicação (jornal, rádio, televisão) e ocupando espaços em outras atividades e organizações, ocupando as atividades como assessor de imprensa e gestores em comunicação organizacional em instituições do setor público, privado, e terceiro setor, o que representaria de certa forma um ruptura na “tradição” conceito que segundo Hall (2006, p. 54) significa um conjunto de práticas [...] de natureza ritual ou simbólica, que buscam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, a qual, automaticamente, implica continuidade com um passado histórico adequado.

Para o sociólogo Anthony Giddens temos como resultado direto da globalização a emergência de uma ordem social pós-tradicional. Isto é, um tempo em que a tradição, enquanto exemplo de conduta, perde espaço, e os sujeitos passam a escolher sobre seus destinos, sem a obrigação de seguir os valores e modos tradicionais. Nas palavras de Giddens: “Uma ordem pós-tradicional não é uma ordem na qual a tradição tenha desaparecido – longe disso. É uma ordem em que a tradição muda de status. As



tradições³ devem explicar-se, tornam-se abertas à interrogação ou ao discurso.” (GIDDENS, 1994, p.39). A emergência do fenômeno da pós-modernidade e seus efeitos, como objeto de estudos das ciências sociais, ocupa função norteadora por estar diretamente relacionada à questão das identidades. Não há como discutir o processo global sem a referência ou discussão dos sistemas de referência que nos localizam em uma determinada região ou a um determinado posicionamento dos sujeitos no mundo, isso vale para identidades nacionais, coletivas e individuais.

Contextualizando o cenário

A expansão do jornalismo começou no século XIX juntamente com a expansão da imprensa, mas conquistou maior espaço no século XX a partir do surgimento de novos meios de comunicação social, como o rádio e a televisão (TRAQUINA, 2005). Atualmente, vivemos uma nova revolução no jornalismo devido a Era da Informação e do Conhecimento, que exige uma série de novas transformações e adaptações dos antigos meios de comunicação, ao mesmo tempo em que abrem novas perspectivas, positivas e negativas sobre o futuro dos meios de comunicação e do próprio jornalismo.

O conceito de empresa mudou profundamente nas últimas décadas. A concentração de renda e as constantes crises do sistema capitalista trouxeram uma reorganização do cenário econômico, orientando o desenvolvimento e o uso das tecnologias no sentido da otimização da produção e do uso da mão-de-obra, reduzindo despesas; aumentando a produtividade e concentrando ainda mais as riquezas produzidas. No caso do jornalismo como profissão, à aquisição de novas tecnologias, foi ocasionando, paulatinamente, a redução de postos de trabalho e a extinção de determinadas atividades, como o copydesk e o revisor; e o aumento da produtividade e da lucratividade para os donos de empresas. A profunda desestruturação do mercado de

³ A tradição também pode ser entendida como o conjunto de bens culturais que se transmite de geração em geração no seio de uma comunidade. Trata-se de valores, costumes e manifestações que são conservados pelo fato de serem considerados valiosos aos olhos da sociedade e que se pretende incutir às novas gerações. A tradição, por conseguinte, é algo que se herda e que faz parte da identidade cultural e social.



trabalho, com a precarização da mão-de-obra, o desemprego estrutural e o aparecimento de novos perfis profissionais tiveram reflexos significativos no fazer jornalístico.

O final do século XX foi um período de grandes mudanças no mundo do trabalho do jornalista. As empresas de comunicação transformaram-se em conglomerados de mídia; métodos, processos de trabalho e novos meios de produção reorganizaram as rotinas produtivas e os modos do “fazer” jornalístico. A informação tornou-se um produto supervalorizado na sociedade de consumo e passou a ser customizada de acordo com determinado “público-alvo” tendo por base a informação/commodity. As mudanças, nas esferas tecnológicas, nas rotinas produtivas e nas relações de trabalho, criaram novas práticas e conformaram novos perfis para os profissionais de comunicação, sobretudo do jornalista (FIGARO; LIMA; GROHMANN, 2010, p. 1)

A crise das corporações midiáticas, principalmente, os veículos impressos, tem provocado um deslocamento no campo de atuação do jornalista profissional, para Ernest Laclau (1990 apud Hall 2006, p. 16) uma estrutura deslocada é aquela cujo centro é deslocado, não sendo substituído por outro, mas por uma multiplicidade de centros de poder, no caso do jornalismo aceitamos que por muito tempo, os veículos tradicionais de comunicação eram esse centro norteador para os jornalistas profissionais, hoje com as novas mídias e tecnologias teríamos uma multiplicidade dos centros de produção noticiosos. Centros de produção que se dão em organizações que não tem a informação noticiosa como seu principal produto. Entretanto, o processo de reorganização e transição de posturas e condutas organizacionais nos indicam caminhos promissores para o entendimento da dinâmica interativa das organizações com a sociedade contemporânea. As empresas modernas constituem-se, hoje, como instâncias de articulação de interesses e objetivos dos mais variados atores, ou seja, fontes das mais diversas intenções e ações de indivíduos que, reunidos em prol de propósitos comuns e com recursos disponíveis, passam a intervir em contextos sociais, econômicos, políticos e culturais, Lima; Bastos (2012, p. 5081 in OLIVEIRA; LIMA, 2012). Essas organizações têm na informação noticiosa a sua principal ferramenta de diálogo com a mídia e a sociedade e por isso se apropriam de profissionais da mídia e de suas técnicas.

O jornalismo é considerado uma profissão cujo desenvolvimento está muito conectado com os desdobramentos e valores da modernidade: a economia de mercado e seu triunfo, a democracia. Nesse sentido, quando suas ancoragens modernas entraram em crise, viu-se balançado não apenas em virtude das inovações tecnológicas, mas pelo que estas significaram no cenário de rupturas de elementos balizadores do fazer, pensar, agir, sentir, julgar na modernidade. Como argumenta Laclau, as sociedades modernas



não têm nenhum centro, nenhum princípio articulador ou organizador único (1990 apud Hall 2006, p. 16).

O certo é que a modernidade tardia ou pós-modernidade como prefere alguns autores e, todos os fatores que traz consigo, como a globalização e a compressão do tempo-espço, está deslocando o campo de atuação do jornalismo profissional. De fato, esta mudança não surge agora, mas se complexificação na atualidade. A questão aqui é, esse deslocamento estaria provocando uma nova identidade? A do jornalista-assessor ou reafirmaria a identidade existente (sendo o trabalho do jornalista fora das redações considerado como uma nova especialidade do próprio jornalismo)? Já que as práticas e os conceitos daquilo que seria o jornalismo se manteriam à esses profissionais mesmo fora do seu campo originário. Como é possível verificar, estamos em um ambiente fluido, cambiante, onde jornalismo midiático e pós-midiático⁴ convergem e atuam juntos na produção de notícias, nesse cenário jornalistas e jornalismo transformam-se, redefinem-se, reconfiguram seus papéis sociais e assumem novas funções. Por essa razão, justifica-se a premência de discutir sua identidade.

Cultura, campos e identidade profissional

Para Traquinas (2008), a sociologia da comunicação aponta claramente para a tese de que a compreensão das notícias implica um conhecimento da cultura⁵ jornalística, portanto não é possível fazer uma leitura dos textos da mídia, sem uma compreensão dos profissionais que são os agentes especializados do campo jornalístico (Bordieu, 1998. Já segundo Felipe Pena (2012) os jornalistas são os principais beneficiados com as reflexões sobre a sua atividade, sendo, portanto, fundamental os estudos críticos sobre a profissão, nesse sentido analisar as mudanças no perfil e consequentemente na identidade profissional do jornalismo, faz-se relevante para compreender a própria notícia.

Nesse intuito de compreender um pouco mais sobre a cultura profissional o fazer jornalístico, a identidade profissional e a própria notícia, nosso argumento aqui é

⁴ Por jornalismo Pós-midiático, nos referimos aqui como o trabalho executado pelos profissionais formados em jornalismo que atuam em assessoria de imprensa e assessoria de comunicação, trabalho este que segundo pesquisa realizada pela UFSC em 2012, chega a 40% destes profissionais.

⁵ Quando nomeamos a “cultura jornalística” pretendemos referenciar o conjunto de valores mais ou menos partilhados que os movem e que a sociedade afiança, partindo do princípio que devem ter capacidade de racionalizar o seu próprio trabalho, elaborar estruturas de socialização para os recém-chegados e projetar a sua atividade no espaço social.



que o “Estado de Arte” dos estudos em jornalismo abrangem dois grandes eixos, o Estrutural, com as análises das transformações no fazer jornalístico em decorrência das novas tecnologias e as mudanças no ambiente redacional-organizacional; o outro eixo Conceitual compreenderia os estudos sobre a criação de sentidos, teorias, critérios de noticiabilidade e valores-notícia, gêneros jornalísticos, ou seja, uma parte mais semântica do jornalismo.

Seguindo este argumento, esses dois eixos estariam atuando, gradativamente, sobre o perfil dos jornalistas em determinados momentos da história, provocam mudanças conjunturais, como a adaptação a novos meios e novas tecnologias. Um bom exemplo é a identidade que os jornalistas assumem em relação ao meio ao qual estão vinculados, ou seja, radiojornalismo, telejornalismo e jornalismo impresso. No entanto, na contemporaneidade a velocidade com a qual se dá essas transformações tem causado mutações de uma forma mais abrangente, não apenas nas características do meio e no perfil dos profissionais, tem-se uma ruptura e o deslocamento dos profissionais de jornalismo para outros campos, o que acarretaria em uma crise de identidade. Como argumenta o crítico cultural Kobema Mercer, “a identidade somente se torna um questão quando está em crise, quando algo que se supõe como fixo, coerente e estável é deslocado pela experiência da dúvida e da incerteza”(MERCER, 1990, apud Hall, 2006, p. 9).

Para entendermos melhor essa transformação e o conseqüente deslocamento do ambiente redacional que tem se intensificado na contemporaneidade recorreremos ao conceito de campo de Pierre Bourdieu:

Um campo é um espaço social estruturado, um campo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço - que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças. Cada um, no interior desse universo, empenha em sua concorrência com os outros a força (relativa) que detém e que define sua posição no campo e, em conseqüência, suas estratégias (Bourdieu, 1997, p. 57).

O conceito de campo é basal para a compreensão das relações entre agentes sociais em sua atividade ou profissão, no que diz respeito a valores e disputas de poder aí envolvidos e, também, para refletir sobre as práticas sociais como lugares de produção simbólica. O que pretendemos com este conceito é indicar que ao deslocar-se dos meios de comunicação tradicional para atuar em empresas e organizações o jornalista assume uma outra posição de sujeito, no entanto Ferreira; Carvalho (2011)



retomam (Adghirni, 2004), para dizer que as fronteiras entre os campos da comunicação e da informação, no Brasil, parecem desafiar as demarcações mais tradicionais (ou os referenciais europeus) que os localizam como esferas distintas. Enquanto o primeiro concerne ao contexto da comunicação em instituições públicas, privadas, terceiro setor etc, o segundo abarca o jornalismo - o processo de produção, circulação e consumo de notícias no campo das mídias.

Bourdieu (1997 e 2005), para apreender mecanismos das práticas dos jornalistas, define campo jornalístico como um microcosmo que tem leis próprias, marcado por sua posição no mundo global e pelas atrações e repulsas que sofre da parte de outros microcosmos. O sociólogo atenta para fatores mais internos à prática, e com isso, discute a autonomia ambígua e a dupla dependência do campo jornalístico em relação aos campos econômico e político e destaca a influência «incessantemente ampliada» do jornalismo, continuamente sujeito à pressão da lógica comercial, sobre os cidadãos comuns, sobre os próprios jornalistas e também sobre os demais campos sociais – o das ciências sociais, os outros campos científicos, e com ainda mais força sobre o campo cultural, dos artistas e escritores. Nessa perspectiva mesmo atuando em diferentes espaços jornalista e jornalistas-assessores estariam sob as mesmas leis de produção. Para Traquina (2008), a profissionalização da atividade jornalística conduziu à formação de uma comunidade guiada por valores e interesses próprios e composta por elementos culturais que fornecem um modo específico de ser/estar, agir, falar e, principalmente, de ver o mundo (TRAQUINA, 2008, p. 77). Já para Fábio Henrique Pereira (2007) mesmo que não pertençam à mesma instituição, jornalistas e assessores interagem entre si e colaboram na produção do noticiário. As duas atividades estariam ligadas à mesma necessidade social de dar transparência e visibilidade às fontes de informação.

Jornalistas e Jornalistas-assessores no contexto da identidade Cultural

Para falarmos em identidade cultural precisamos compreender que, a identidade, por muito tempo foi relegada a uma questão de segunda ordem, hoje, emerge sobre um panorama “agonístico” onde as certezas plantadas no mundo cartesiano, pré-moderno, foram profundamente questionadas, paulatinamente, durante todo o período moderno. Vivemos um tempo de um sujeito de identidades fragmentas e múltiplas que põe em questão uma série de certezas firmadas. Stuart Hall aponta



mudanças e rupturas na modernidade tardia, as quais estariam conduzindo o sujeito humano a um processo de “deslocamento”, em que as identidades deixam de ser essenciais e permanentes para se tornarem uma espécie de “celebração móvel”. O autor argumenta que:

As velhas identidades, que por tanto tempo estabilizaram o mundo social, estão em declínio, fazendo surgir novas identidades e fragmentando o indivíduo moderno, até aqui visto como um sujeito unificado. A assim chamada “crise de identidade” é vista como parte de um processo mais amplo de mudança, que está deslocando as estruturas e processos centrais das sociedades modernas e abalando os quadros de referência que davam aos indivíduos um ancoragem estável no mundo social (HALL, 2006, p. 7).

Em nossa perspectiva identitária e cultural pretendemos explicar sobre a idéia de uma identidade coletiva ligada a sistemas culturais específicos dos jornalistas. Como argumenta Traquinas (2008) fazendo referência a Zelizer (1993), estes profissionais se constituem em uma comunidade interpretativa, ou como diria Benedict Anderson, uma “comunidade imagina”, conceitos estes apropriados, que defenderiam que os jornalistas partilham de quadros de referência comuns, que devido às transformações e os deslocamentos de habitat natural, as mídias tradicionais, tem causado impactos em sua identidade cultural, profissional.

Este desafio de compreender as identidades aumenta à medida que se constata que se vive hoje uma era de intensificação das transformações identitárias. Nas últimas décadas, as sociedades têm experimentado rápidas mudanças, especialmente no que diz respeito aos efeitos da globalização. Segundo Zygmunt Bauman (2001), vivemos numa —modernidade líquida, na qual tudo é temporário, efêmero, líquido, porque não é capaz de manter a forma. Não há mais um enraizamento, pois tudo é desmontado a cada momento.

Já de acordo com Kathryn Woodward (2005), a identidade tem se destacado como uma questão importante nas discussões contemporâneas, no contexto das reconstruções globais das identidades nacionais e étnicas e da emergência dos novos movimentos sociais, os quais estão preocupados com a reafirmação das identidades pessoais e culturais. Esses processos colocam em questão uma série de certezas tradicionais, dando força ao argumento de que existe uma crise da identidade (WOODWARD, 2005, p. 67).

Para Woodward, —os processos históricos que, aparentemente, sustentavam a fixação de certas identidades estão entrando em colapso e novas identidades estão sendo forjadas, muitas vezes por meio da luta e da contestação política (WOODWARD, 2005, p. 39). São, portanto, identidades em constante construção.



As identidades não são nunca unificadas; que elas são, na modernidade tardia, cada vez mais fragmentadas e fraturadas; que elas não são, nunca, singulares, mas multiplamente construídas ao longo de discursos, práticas e posições que podem se cruzar ou ser antagônicas. As identidades estão sujeitas a uma historicização radical, estando constantemente em processo de mudança e transformação. (HALL, 2005, p.108).

O sujeito atual, nessas abordagens, não seria centrado nem unificado, mas fragmentado: sua identidade é constituída na relação com o outro, nas trocas culturais, na mediação social de símbolos, valores e sentidos. A identidade não mais poderia ser vista como pré-determinada de forma biológica, nem social.

A identidade torna-se uma —celebração móvel, formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam (...) à medida que os sistemas de significação se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiantes de identidades possíveis. (HALL, 1999, p. 13 apud COUTINHO, 2008, p. 93).

A identidade, portanto, necessita do outro para ser referendada, ou seja, não se constrói identidade para si e por si - são necessários processos de interação entre indivíduos numa sociedade e mecanismos de construção simbólica da alteridade. Essas identidades múltiplas e fluidas são modificadas de acordo com as situações de interação social. É um processo constante de construção e desconstrução, em que as situações interativas irão mudar os posicionamentos e, conseqüentemente, as práticas discursivas dos atores.

Assim, a identidade é realmente algo formado, ao longo do tempo, através de processos inconscientes, e não algo inato, existente na consciência no momento do nascimento. Existe sempre algo —imaginário ou fantasiado sobre sua unidade. Ela permanece sempre incompleta, está sempre —em processo, sempre —sendo formada. (HALL, 2000, p. 38).

Pereira (2007) argumenta que a identidade dos jornalistas não resulta da criação de uma unidade idêntica, inteiriça e “sem costuras”. Muito menos resulta de um “mito fundador” ou uma “função social”, que agrega ou repulsa outros status profissionais (os assessores de imprensa, por exemplo). Mas resulta de interações com dimensões mais concretas: o mercado de trabalho, a produção de bens materiais e o status social (RUELLAN, 1997 apud PEREIRA, 2007, p. 76).

Uma análise das identidades de jornalistas e assessores para da compreensão dessa dimensão sócio-histórica que perpassa esses espaços. Mas busca também situar os assessores como atores sociais que participam do processo de construção dessas



identidades. Por fim, torna-se essencial observar outras dimensões nem sempre visíveis do fenômeno (PEREIRA, 2007, p. 76.)

Falar em identidade cultural então é compreender um tempo de mudança onde o moderno pode coabitar com o tradicional a comunidade pode coabitar com a sociedade, não há uma anulação de uma modalidade antiga para a substituição de uma outra e sim uma realidade que permite que diferentes temporalidades ocupem o mesmo espaço e estas possam ser vivenciadas concomitantemente pelos agentes sociais.

Considerações finais

Nessa perspectiva identitária em transformação, nosso objetivo ao discutir a identidade cultural é fugir do essencialismo, de que para ser jornalista é preciso estar ancorado aos meios de comunicação de massa, ainda mais em um momento de modernidade líquida, onde as instituições tradicionais cada dia mais se liquefazem.

A verdade é que como mesmo argumenta Lopes (2007) as fronteiras que delimitam atividade jornalística são cercadas de nebulosidades, tênues, movediças. O que pretendemos aqui é trabalhar sobre a identidade profissional sob uma perspectiva cultural, mostrando que: assim como as identidades de classe, gênero, étnia e de grupos, tem sido deslocadas, fragmentadas e reconstruída a identidade jornalística também passa por esse momento de reconstrução, ou como mesmo ressalta o pesquisado Joaquim Fidalgo a identidade jornalística esta em construção, resta nos estudar e aprofundar e compreender como essas mudanças afetam a percepção desses profissionais sobre si mesmo e sobre sua profissão.

Além disso, temos como intenção em um futuro próximo buscar respostas para entender como a relação de produção tem mudado cada vez mais com esse deslocamento do sujeito-jornalista e sua atuação em outras áreas de produção, como assessoria de imprensa e comunicação organizacional. Nossa incursão aqui é exploratória e preliminar, objeto que será desenvolvido com mais clareza e acuidade em um futuro próximo.

Referências Bibliográficas

ADGHIRNI,Z.L.. **O jornalismo entre a informação e a comunicação**: como as assessorias de imprensa agendam a mídia. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE



BOURDIEU, P. **As regras da arte: gênese, estrutura e campo literário**. São Paulo: Companhia das Letras, 1996^a.

_____. **Razões Práticas: Sobre a teoria da ação**. Campinas, São Paulo: Papyrus, 1996.

FIDALGO, Joaquim. **Jornalistas na busca inacabada de identidade**. In 4º Congresso Nacional da Sopcom (Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação), realizado na Universidade de Aveiro em 20-21 de Outubro de 2005. disponível em: <http://www.bocc.uff.br/_listas/tematica.php?codtema=93> . Acesso em: 22 de set de 2011.

FIGARO, Roseli; LIMA, Cláudia do Carmo Nonato; GROHMANN, Rafael. **Comunicação no mundo do trabalho: mudanças no perfil do jornalista profissional**. Disponível em: www.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho. Acesso em: 22 de set de 2011.

GIDDENS, Anthony. **A transformação da intimidade**. São Paulo: Ed. Unesp, 1994.

_____. **As conseqüências da modernidade**. São Paulo: Ed. Unesp, 1991.

HALL, Stuart **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 4 ed., 2000.

_____. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Org. Liv Sovik. Trad. Adelaine la Guardia Resende et. al. Belho horizonte: Ed. UFMG; Brasília: Representação da UNESCO no Brasil, 2003.

_____. **Quem precisa da Identidade?** In: SILVA, Tomás Tadeu (Org.). *Identidade e Diferença: a perspectiva dos estudos culturais*. Petrópolis: Vozes, 2005.

LIMA, Cláudia do Carmo Nonato. **O Jornalista em Pauta: mudanças no mundo do trabalho, no processo de produção e no discurso**, In: Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Anais eletrônico ...Curitiba, PR – 4 a 7 de setembro de 2009. Disponível em: http://busca.unisul.br/pdf/94950_Cynthia.pdf. Acessado em 22 mar, 2011.

MARCONDES FILHO, Ciro. **Comunicação e jornalismo**. A saga dos cães perdidos. 2º ed. - São Paulo: Hacker Editores, 2002.

PENA, Felipe. **Teoria do Jornalismo/** Felipe Pena,-3 ed. São Paulo: Contexto, 2012.

PEREIRA, Fábio Henrique. **Jornalistas e assessores: limites e perspectivas para um debate sobre as identidades profissionais**. In: *Gestão em Comunicação Empresarial: teoria e técnica*. Boanerges Lopes (Org). 2007. Juiz de Fora, Produtora de Multimeios.



TRAQUINA, Nelson. **O estudo do jornalismo no século XX**. São Leopoldo: Unisinos, 2001.

_____. **Teorias do Jornalismo – Vol. II: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional**. Florianópolis: Ed. Insular, 2008.