



# ESPAÇOS DE TRABALHO COMO LOCAIS DE FORMAÇÃO DA IDENTIDADE JORNALÍSTICA<sup>1</sup>

## WORKSPACES AS PLACES FOR SHAPING JOURNALISTIC IDENTITY

Fábio Henrique Pereira<sup>2</sup>

Thales Lelo<sup>3</sup>

Gabriela Silva Meneses<sup>4</sup>

**Resumo:** O artigo analisa como jornalistas brasileiros ocupam, descrevem e avaliam seus espaços de trabalho em contexto de crescente popularização do home office. O estudo é baseado em pesquisa empírica realizada com 35 jornalistas e inclui fotografias, diários e entrevistas semiestruturadas. Os resultados evidenciam que os espaços de trabalho dos profissionais que atuam remotamente são marcados por traços de personalização e improvisação escassos nos escritórios daqueles que atuam em redações e repartições públicas. Tais diferenças sinalizam para estratégias distintas de apropriação da materialidade e modos diversos de conceber o próprio trabalho. O artigo oferece contribuições metodológicas ao estudo do jornalismo ao combinar elementos da sociologia visual a dados produzidos por meio de entrevistas e diários. Além disso, articula operadores analíticos da sociologia dos gostos e demonstra a relevância dos espaços físicos na formação da identidade profissional.

**Palavras-Chave:** Jornalismo. Espaço. Identidade.

**Abstract:** This article examines how Brazilian journalists engage with, describe and evaluate their workspaces in the context of the home office's increasing popularity. The study is based on empirical research with 35 news professionals. It comprises photographs of their workspaces, diary materials, and semistructured interviews. The findings show that the workspaces of journalists operating in virtual newsrooms are characterized by unique elements of personalization and improvisation, often lacking in the offices of those working in traditional newsrooms and public settings. These differences highlight distinct strategies for appropriating materiality and diverse ways of conceiving one's own work. This paper makes methodological contributions to journalism studies by integrating elements of visual sociology with data derived from diary materials and interviews. Furthermore, it employs analytical frameworks from the sociology of taste and underscores the relevance of workspaces as critical sites for developing professional identity.

**Keywords:** Journalism. Place. Identity.

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2025.

<sup>2</sup> Chaire de Journalisme Scientifique Bell Globemedia na Université Laval e professor associado ao Departamento de Informação e Comunicação da Université Laval. Doutor em Comunicação pela Universidade de Brasília. E-mail: [fabio-henrique.pereira@com.ulaval.ca](mailto:fabio-henrique.pereira@com.ulaval.ca)

<sup>3</sup> Professor Adjunto do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais. Doutor em Ciências Sociais pela Universidade Estadual de Campinas. E-mail: [thaleslelo@ufmg.br](mailto:thaleslelo@ufmg.br)

<sup>4</sup> Doutoranda em Comunicação no Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília. Mestra em Comunicação pela Universidade de Brasília. E-mail: [gabismenesess@gmail.com](mailto:gabismenesess@gmail.com)

## 1. Introdução

Ao menos desde a década de 1950, reconhece-se a importância dos espaços físicos de trabalho para a formação da identidade dos jornalistas (BREED, 1955). Tradicionalmente, o ambiente da redação foi classificado como lócus de socialização aos códigos de conduta das empresas de comunicação, às deontologias do ofício e aos processos editoriais (RUELLAN, 2011). O convívio diário com colegas e superiores sedimentaria um senso de pertencimento do novato a uma comunidade que partilha dos mesmos princípios e valores. O próprio gosto pelo jornalismo (HENNION, 2004, 2011) estaria ligado à sua realização em um ambiente compartilhado, descrito pela literatura e manuais da área como cacofônico e até insalubre (MARI, 2023).

A repercussão das materialidades ao jornalismo vai além das redações, e inclui da localização dos prédios em que estão abrigadas as empresas de comunicação (USHER, 2015), aos objetos cotidianos que historicamente viabilizaram o exercício do ofício, a exemplo do ar-condicionado (MARI, 2023), de computadores, televisores e da mobília utilizada nas estações de trabalho (LE CAM, 2015; MORAN; USHER, 2021). O surgimento da Internet e a subsequente popularização das plataformas digitais trouxeram mudanças significativas nessas materialidades, acelerando o processo de sedentarização do jornalismo (cf. PEREIRA, 2004).

Esse processo ficou ainda mais marcado no contexto da pandemia da COVID-19, em que o trabalho remoto se converteu em medida necessária para a prevenção da doença (MAARES; BANJAC; NÖLLEKE, 2023). Mesmo encerrada a emergência sanitária, muitos jornalistas permaneceram no regime de *home office* por razões que vão da precarização dos vínculos laborais (com a popularização de contratos em tempo parcial ou como *freelancers*) ao corte de custos com energia e locação de salas comerciais por empresas de mídia, em especial *startups*.

Em face do exposto, este artigo pretende examinar como os jornalistas brasileiros ocupam, descrevem e avaliam seus espaços físicos de trabalho, em contexto de crescente popularização do trabalho remoto. Busca-se comparar a distribuição física dos objetos e o investimento afetivo dos profissionais que atuam em redações e escritórios com aqueles que migraram para o *home office*. Entende-se que a identidade dos jornalistas e o seu gosto pela profissão são também sedimentados nas locações em que o trabalho acontece.

Este estudo se baseia em pesquisa empírica realizada com 35 jornalistas espalhados pelas cinco regiões do Brasil e incluiu 35 entrevistas semiestruturadas, 43 fotografias de mesas de trabalho e 33 diários com autodescrição de rotinas. Os dados foram examinados por meio de análise temática textual e visual (ATTRIDE-STIRLING, 2001).

Os resultados evidenciam que os espaços de trabalho dos jornalistas que atuam em *home office* são marcados por traços de personalização e improvisação escassos nos escritórios de profissionais que atuam em redações e repartições públicas. Tais diferenças sinalizam para estratégias distintas de apropriação da materialidade e modos diversos de conceber o trabalho e a identidade profissional subjacentes às percepções compartilhadas sobre o exercício remoto e presencial do ofício.

A pesquisa oferece contribuições metodológicas ao estudo do jornalismo ao combinar elementos da sociologia visual aos relatos de respondentes produzidos por meio de entrevistas e diários. Além disso, articula operadores analíticos da sociologia pragmática dos gostos à análise dos vínculos afetivos que jornalistas estabelecem com suas carreiras e identidades profissionais. Por fim, evidencia a importância de se examinar objetos pouco explorados pela sociologia do jornalismo (a exemplo das mesas de escritório) como espaços “meso” de formação de identidade.

## **2. Revisão de literatura**

### **2.1. Espaços de produção jornalística**

O reconhecimento das materialidades que conformam o jornalismo, também classificada como uma “virada material” na sociologia da profissão (ANDERSON; DE MAEYER, 2015) foi alavancada por dois fenômenos correlatos. De um lado, a introdução de uma série de novas tecnologias nas redações (e.g., computadores, impressoras, celulares), lançou luz sobre a importância de se estudar as reverberações dos objetos técnicos nos processos editoriais (PRIMO; ZAGO, 2015). Por outro lado, a popularização da Teoria Ator-Rede (TAR), proposta por Bruno Latour e colaboradores nos idos de 1980, revelou-se pertinente ao exame “das inovações tecnológicas e das novas ferramentas técnicas introduzidas nas redações” (ANDERSON; DE MAEYER, 2015, p. 5), tendo sido aplicada aos estudos em jornalismo já na primeira década dos anos 2000.

Pesquisas precedentes nesta seara se enfocaram, por um lado, em ambientes macro, a exemplo dos prédios que abrigam empresas de mídia (USHER, 2015) e nas próprias salas de redação (LE CAM, 2015). Por outro lado, as análises micro sociológicas se concentraram em objetos específicos, a exemplo do ar-condicionado e de seu papel na modernização de redações (MARI, 2023), ou de quadros com premiações, fotos dos donos dos veículos de mídia e até mesmo canecas com o logo das empresas (MORAN; USHER, 2021). Não obstante as contribuições que esta literatura oferece ao entendimento de como espaços físicos repercutem no próprio exercício do jornalismo, até o momento pouca atenção foi conferida ao nível “meso” da configuração espacial: as mesas de escritório e locações alternativas usadas pelos profissionais para exercerem diariamente o seu trabalho. Entendem-se estas acomodações como objetos “meso” porque conectam um conjunto de dispositivos menores (e.g., computadores, impressoras, porta-retratos, blocos de notas) ao universo macro do ambiente de trabalho. São essas locações que os profissionais “personalizam” e “equipam” para desempenhar suas funções, vez que são frequentemente os recintos em que mais permanecem ao longo do dia.

Desconhece-se estudo sobre a temática centrada em país do Sul Global, a exemplo do Brasil. A bibliografia existente está toda baseada no Hemisfério Norte, a exemplo dos Estados Unidos (USHER, 2015; MORAN; USHER, 2021; MARI, 2023), Áustria (MAARES; BANJAC; NÖLLEKE, 2023), França, Canadá e Bélgica (LE CAM, 2015). Observar essa dinâmica a partir do contexto brasileiro pode enriquecer essa literatura à medida em que o país foi severamente impactado tanto pela crise nos modelos de negócio da imprensa quanto pela pandemia da COVID-19. Essa exploração pode elucidar como as materialidades refletem na constituição da identidade jornalística e no gosto pela profissão. Neste sentido, possibilita ir além da análise das conexões entre tecnologias e trabalhadores contemplada pela perspectiva da TAR.

## 2.2. Afetividade e gosto pela profissão

As condições materiais desempenham papel importante na construção de um vínculo afetivo dos jornalistas com a sua prática. A sociologia do jornalismo já reconhece o papel desse tipo de engajamento como uma dimensão importante do trabalho jornalístico, na medida em que ela motiva a adesão pela profissão (cf. TRAVANCAS, 1992) e o ingresso e permanência na carreira, a despeito da crescente precarização no setor e deterioração das condições laborais

(DEUZE; WITSCHGE, 2018; LINDÉN et al., 2021). Nesse sentido, o gosto pelo jornalismo pode ser entendido como um engajamento emocional dos seus praticantes derivado tanto do prazer obtido pelo exercício dessa atividade (LINDÉN et al., 2021), como do estilo de vida que ela oferece (LE CAM; RUELLAN, 2017). Do ponto de vista das empresas de mídia, essa paixão é considerada recurso estratégico que permite a exploração emocional do trabalho dos jornalistas (LINDÉN et al., 2021).

A forma como essa afetividade se conecta à materialidade do espaço de trabalho, contudo, tem sido pouco tratada pela literatura da área. Para preencher essa lacuna, adotamos a perspectiva da sociologia pragmática dos gostos de Antoine Hennion (2004, 2011; Cf. TEIL; HENNION, 2024). Tal abordagem considera, por um lado, a dimensão social do gosto por determinado objeto ou prática. Por outro, também se interessa pelo vínculo que o amador estabelece com o objeto degustado. O gosto depende, portanto, dos “retornos” que esse objeto oferece, “do que ele faz e do que ele faz fazer” (HENNION, 2011, p. 262).

Além do objeto (a prática jornalística) e do coletivo de praticantes (os jornalistas), a proposta de Hennion também considera os dispositivos materiais e espaciais. Estes introduzem um conjunto de mediações que delimitam e definem a forma como os indivíduos se relacionam com uma prática (HENNION 2011). Observar o trabalho jornalístico por meio desses dispositivos permite restabelecer a natureza performativa do gosto. Esta abordagem é operacionalizada pela observação das diversas situações em que a afetividade se constrói, por exemplo, no cotidiano da produção jornalística (e.g., ao redigir um texto, fazer uma entrevista) e nas sensações e emoções que ela desperta (LE CAM; RUELLAN, 2017). Mas também deve ser analisado o papel dos dispositivos materiais: a disposição da mesa de trabalho e dos objetos que a compõem; o uso do computador para redigir e editar um texto; a utilização de telefones celulares para o registro de fotos e vídeos, ou para contatar uma fonte; o recurso aos vários dispositivos de edição e design na preparação e a montagem do noticiário; entre outros.

### **2.3. Identidade jornalística**

O jornalismo, enquanto prática social, tem experimentado transformações de ordem econômica, tecnológica e profissional, que repercutiram nas normas e convenções, nas atividades e na identidade profissional (DEUZE, 2005). Essa identidade é resultado de interações nas quais os jornalistas negociam seus status e papéis sociais junto a outros atores que integram seu universo profissional. Evolui ao longo da história, sendo permeável às

transformações, ao mesmo tempo que apresenta traços de permanência. Assim, a identidade jornalística merece ser examinada sob a perspectiva histórica, coletiva e organizacional (Cf. LE CAM; PEREIRA; RUELLAN, 2019).

Os jornalistas integram uma coletividade, um grupo, pelo qual atuam na defesa dos seus interesses e na definição e gestão do seu território (RUELLAN, 1997). Nesse processo, constroem dispositivos (incluindo normas e códigos deontológicos) que permitem afirmar o caráter coletivo da identidade dos jornalistas em oposição a grupos concorrentes que desejam ocupar parte do espaço laboral (RUELLAN, 2011). Essa dimensão transparece nos movimentos associativos e nos movimentos de gestão e controle jurisprudencial do território profissional (PEREIRA; LE CAM, 2024).

Por sua vez, as organizações de mídia são vistas como espaços de negociação de identidades, marcados por disputas e tensões, mas também por acordos e formas de cooperação (ARRAES-MOREIRA; MALCORPS; MORAES VITORINO, 2019). Por isso, a materialidade das redações (ou de outros espaços onde se realiza a atividade jornalística) são instâncias de construção. “A organização espacial das áreas de produção oferece um quadro de trabalho (instituído pela empresa de mídia) que estrutura as representações da ocupação, as práticas profissionais dos empregados, e os processos de criação de notícias” (LE CAM; PEREIRA; RUELLAN, 2019, p. 4).

Neste contexto, Maares, Banjac e Nölleke (2023) mostram como os jornalistas negociam aspectos identitários ao adotarem o regime do *home office* no contexto da pandemia da COVID-19. Os autores destacam a centralidade da redação na constituição da identidade desses trabalhadores. Além de serem espaços de produção de sentido e circulação de poder, as redações cultivam um senso de pertencimento entre os jornalistas (MAARES et al., 2023). Conforme Usher (2015), o lugar é significativo por ser o ambiente onde as notícias são tradicionalmente produzidas, pela proximidade com outras instituições e pelo envolvimento entre jornalistas que compartilham objetivos, problemas e concepções semelhantes sobre a profissão.

Mesmo após o fim da emergência sanitária, o trabalho remoto ou híbrido se generalizou nas empresas de mídia. O exercício da atividade ocorre cada vez mais no ambiente doméstico com o auxílio de dispositivos tecnológicos. Isso tem implicações não só para a produção noticiosa, como também na forma como os jornalistas compreendem e negociam a sua

identidade. Diante de tais transformações nos modos de exercício do jornalismo, este artigo busca responder às seguintes questões de pesquisa:

**QP1:** *Como os jornalistas ocupam os seus espaços de trabalho?*

**QP2:** *Como os jornalistas descrevem e avaliam os espaços dedicados ao trabalho presencial e ao trabalho remoto?*

### **3. Metodologia**

Este estudo é baseado em investigação empírica de caráter qualitativo, compreendendo a realização de entrevistas semiestruturadas, diários com autodescrição de rotinas e fotografias de mesas de trabalho. Os dados foram tratados via análise temática visando responder às questões de pesquisa. Apesar de o *corpus* de estudo não ser representativo, ele acompanha indicadores sociodemográficos de jornalistas brasileiros. Toma-se por referência o *Perfil do Jornalista Brasileiro - 2021* (LIMA et al., 2022).

Ao compor a amostra, parâmetros contextuais nortearam a definição do que significa ser jornalista no país. Por razões históricas, essa categoria inclui pessoas que atuam em redações, *freelancers*, empreendedores, assim como assessores de imprensa e profissionais de comunicação pública e corporativa - algo que em outros países é entendido como trabalho de Relações Públicas (FREDRIKSSON; JOHANSSON, 2014). De fato, os dados do Perfil do Jornalista Brasileiro - 2021 indicam que 34,9% dos respondentes exerciam seu ofício fora das empresas de mídia tradicionais (LIMA et al., 2022).

O período de coleta de dados foi de 20 de março a 8 de agosto de 2023. Foram realizadas 35 entrevistas semiestruturadas, 33 diários com autodescrição de rotinas e enviadas 43 fotografias de mesas de trabalho de 34 informantes. O material foi textualmente transcrito e examinado via análise temática. No total, um volume de 324 páginas de documentos foi analisado.

Os dados apresentados neste estudo compõem uma pesquisa mais ampla sobre as negociações entre vida profissional e pessoal nas carreiras de jornalistas brasileiros. O projeto original foi submetido à apreciação do Comitê de Ética em Pesquisa da instituição executora e aprovado sob o número de registro 70429223.2.0000.5540 em 8 de setembro de 2023. Visando garantir a confidencialidade das fontes, seus nomes e quaisquer informações que permitissem a sua identificação (e.g., nomes de amigos e familiares, locais de trabalho), foram suprimidos

e substituídos por pseudônimos associados à sua distribuição regional. Os códigos para se referir aos participantes foram: C = Centro-Oeste; N = Norte; ND = Nordeste; S = Sul; SD = Sudeste.

Os métodos específicos de coleta e análise de dados são detalhados a seguir.

### **3.1. Entrevistas semiestruturadas**

Foram entrevistados 35 jornalistas das cinco regiões do Brasil. O roteiro de questões foi elaborado previamente e testado em quatro pilotos para eventuais ajustes antes de ser aplicado extensivamente.

Os informantes foram indagados sobre suas trajetórias e perspectivas para os próximos anos, suas estratégias de equilíbrio entre vida pessoal e profissional, e seus modos de uso diário das mídias digitais. Considerando que este artigo é excerto de pesquisa mais ampla, somente as respostas que permitiram averiguar as formas como os jornalistas ocupam, descrevem e avaliam seus espaços de trabalho foram consideradas.

Em termos de distribuição regional, a maioria dos entrevistados atuava no Sudeste ( $N = 16$ , 45,7%) e Nordeste ( $N = 7$ , 20%). Nas demais regiões – Centro-Oeste, Sul e Norte -, há o mesmo número de informantes em cada ( $N = 12$ , 11,4%). Em critérios de gênero, 62,85% ( $N = 22$ ) participantes se identificaram como mulheres, ao passo que 37,14% ( $N = 13$ ) se identificaram como homens. Referente à faixa etária, a maioria dos participantes estava no intervalo entre 31 e 40 anos ( $N = 13$ , 37,4%) e 23 a 30 anos ( $N = 9$ , 25,7%). Em se tratando de cor/raça, a maioria dos participantes são brancos ( $N = 20$ , 57,4%), seguido de pardos ( $N = 7$ , 20%), pretos ( $N = 5$ , 14,28%) e amarelos ( $N = 2$ , 5,71%). Por fim, em grau de escolaridade, a maioria dos participantes havia concluído o Ensino Superior ( $N = 13$ , 37,4%). Muitos também fizeram especialização ( $N = 12$ , 28,57%), mestrado ( $N = 8$ , 25,71%) e doutorado ( $N = 2$ , 5,71%).

Dado o caráter nacional do estudo, as entrevistas foram conduzidas de forma híbrida. Os participantes tinham liberdade para decidir o formato, seja chamada de vídeo, gravação de áudio, ou mensagem de texto. Esta flexibilidade foi adotada visando maior adequação às rotinas diárias dos jornalistas. Foram realizadas 21 entrevistas por videochamada, nove por gravações de áudio, quatro por mensagens de texto e uma por ligação convencional. No caso das entrevistas por videochamada, o material foi gravado somente em áudio para posterior transcrição. O tempo médio de duração das entrevistas em áudio e vídeo foi de 45 minutos.

### 3.2. Diários

Foi solicitado aos participantes que encaminhassem uma descrição de todas as suas atividades em âmbito pessoal e profissional ao longo de um dia, preferencialmente comercial (de segundas às sextas-feiras). A abordagem se baseou na metodologia proposta por Zimmerman e Wieder (1977). A escolha por este método levou em conta as dificuldades operacionais de empreender pesquisa etnográfica nos espaços íntimos dos jornalistas (local onde muitos trabalham) por longos períodos.

As fontes deveriam compartilhar voluntariamente, via mensagens de texto ou gravações de áudio, uma síntese de suas tarefas diárias divididas em três momentos do dia: manhã, tarde e noite. Os diários deveriam ser preferencialmente enviados no dia anterior ou após a entrevista. Dos 35 informantes, 33 contribuíram para esta etapa, descrevendo seu uso dos espaços de trabalho no decorrer de uma jornada.

### 3.3. Fotografias

Esta estratégia metodológica se fundamenta nos estudos sobre cultura visual no jornalismo (LE CAM, 2015), com ênfase para as dimensões materiais e afetivas que incidem na atividade profissional (ANDERSON; DE MAEYER, 2015; MORAN; USER, 2021), i.e., o modo como o espaço de trabalho é emocionalmente investido de sentido pelos jornalistas por meio dos objetos que o compõe. Solicitou-se aos participantes que enviassem fotografias de suas mesas de trabalho, fossem elas em *home office* ou em redações e repartições públicas. O foco foram os espaços de trabalho, locais onde os informantes permanecem a maior parte de seu tempo devido à popularização do trabalho remoto e a disseminação de tecnologias digitais de apuração, produção e distribuição de conteúdo (BUNCE; WRIGHT, SCOTT, 2018; MAARES; BANJAC; NÖLLEKE, 2023).

Ao todo, 34 participantes concordaram em participar desta etapa. Foram enviadas 43 fotografias. Oito jornalistas encaminharam mais de uma imagem. Seis delas eram enquadramentos diferentes de um mesmo espaço físico, enquanto outras duas eram imagens de mesas de trabalho distintas, captadas por jornalistas que trabalhavam em regime híbrido à época da pesquisa. Além disso, nove participantes enviaram, juntamente com as fotografias, descrições em áudio ou texto do contexto em que a imagem foi capturada, detalhando aspectos

da composição física de seu local de trabalho. Este material foi incluído ao *corpus* e examinado em cruzamento aos demais dados coletados.

Os jornalistas foram orientados a enviar imagens exclusivamente do espaço físico em que trabalhavam, não incluindo no enquadramento outros indivíduos ou elementos visuais que permitissem identificar a empresa para a qual prestavam serviços (e.g., logos, flyers, banners). As imagens foram codificadas textualmente em uma tabela independente, suprimindo dados que possibilassem a identificação dos participantes.

### **3.4. Análise Temática**

Os dados das entrevistas, dos diários e das fotografias foram transcritos e agrupados em documentos padronizados com vistas a empreender uma análise temática do material (ATTRIDE-STIRLING, 2001). A codificação foi conduzida manualmente por meio da leitura do arquivo, identificando temas relacionados às perguntas de pesquisas. No caso específico das fotografias, cada imagem foi descrita textualmente, a partir dos objetos identificados por dois membros da equipe e pelas informações complementares enviadas pelos informantes. Eventuais discrepâncias na interpretação dos resultados foram debatidas até que se chegasse a um entendimento comum.

## **4. Resultados**

Esta seção está estruturada de modo a responder às questões de pesquisa. As primeiras duas subseções (4.1 e 4.1.1) atendem à QP1 (Como os jornalistas ocupam os seus espaços de trabalho?), enquanto as demais subseções (4.2, 4.2.1 e 4.2.2) se concentram em solucionar a QP2 (Como os jornalistas descrevem e avaliam os espaços dedicados ao trabalho presencial e ao trabalho remoto?).

### **4.1. Formas de ocupação dos espaços de trabalho**

Ao ocupar os espaços de trabalho, nas redações/repartições públicas ou em casa, os jornalistas escolhem disposições de objetos que exprimem os seus modos de experimentar a profissão. As fotografias revelam como esses sujeitos se identificam e expressam visualmente as suas práticas para o mundo exterior (LE CAM, 2015). Em todas as imagens, aparecem computadores desktops e/ou notebooks. Em muitos casos, há também outros equipamentos tecnológicos, como câmeras, celulares, tablets e caixa de som. Essa prevalência indica a

centralidade e a dependência desses objetos na produção jornalística. Trata-se também de uma forma de exprimir um discurso performativo em torno da inovação no jornalismo (particularmente no campo das tecnologias digitais) em que a presença desses dispositivos evoca uma retórica de modernidade.

Também chama a atenção a recorrência de objetos que não necessariamente teriam relação com o jornalismo, mas que expressam aspectos da identidade profissional. Esses objetos se repetem tanto nas imagens vindas de redações/repartições públicas, como nas fotos das mesas de trabalho de quem atua em casa. Praticamente em todas as fotografias há materiais de escritório, principalmente blocos de anotações, papéis, cadernos, canetas e *post its*. Também foi comum encontrar canecas, garrafas de água e copos descartáveis. Esse conjunto de objetos ajuda a compor a imagem da mesa de escritório como um espaço de trabalho e de exercício de uma atividade intelectual.

Somente um dos entrevistados enviou uma foto em que aparecia um jornal impresso (SD7, homem, 54 anos, assessor de imprensa)<sup>5</sup>. Em outras fotos, a materialidade da produção apareceu de forma virtual na área de trabalho dos computadores. SD10 (homem, 40 anos, jornalista de sindicato) enviou uma foto com o monitor aberto no site de um jornal local. C2 (homem, 44 anos, editor chefe de um site de notícias), N2 (mulher, 24 anos, editora chefe de um site de notícias) e ND1 (mulher, 39 anos, repórter de redação) enviaram imagens em que o computador estava conectado em portais jornalísticos, potencialmente sinalizando para as rotinas de uma redação, que incluem o acompanhamento diário do noticiário.

Nessa mesma perspectiva, as imagens que aparecem nos computadores de outros participantes apontam para objetos virtuais que passaram a fazer parte do trabalho dos jornalistas. SD12 (mulher, 36 anos, chefe de assessoria de comunicação) enviou uma foto em que aparecia a página inicial do Gmail (gerenciador de e-mails da Google) no computador dela. S3 (mulher, 52 anos, produtora de conteúdo) estava com o *desktop* ligado no Instagram. Nas fotos de ND6 (mulher, 34 anos, editora) e SD15 (mulher, 38 anos, assessora de comunicação), foi possível visualizar o Whatsapp Web. Na imagem de ND3 (homem, 27 anos, assessor de

<sup>5</sup> O entrevistado enviou três fotos (três planos de uma mesma situação). Dois computadores: *desktop* (ligado, no WhatsApp web) e notebook (desligado). Em cima da mesa: caderno, calculadora, grampeador, calendário com foto de criança, controle de ar-condicionado, livro, garrafa térmica, xícara, jornal impresso, post it.

comunicação), um vídeo do Youtube. C4 (mulher, 41 anos, gestora) enviou uma foto em que aparecia o Microsoft Teams.

A ocupação dos espaços também indica um forte entrelaçamento entre as dimensões profissional e pessoal dos jornalistas, com a exposição de enfeites e plantas na mesa de trabalho; fotos de familiares (principalmente filhos); objetos relacionados às práticas culturais dos entrevistados, como uma foto do filme Senhor dos Anéis, um boneco do Baby Yoda e um pôster dos Beatles; e elementos evocativos do vínculo com o jornalismo, como premiações e um quadro com uma página antiga do jornal Folha de São Paulo.

#### **4.1.1. Diferenças nas ocupações dos espaços em *home office* e em redações/repartições públicas**

Observar as imagens dos espaços laborais também revela distinções importantes nos modos de ocupação das mesas de trabalho, sobretudo entre os jornalistas que atuam em redações/repartições em comparação a quem trabalha *home office*. Esses modos de ocupação revelam aspectos das modalidades de trabalho, associados à representação identitária e às rotinas desses jornalistas. Quem atua em redação/repartições públicas apresenta fotos em que elementos da vida privada estão presentes de forma reduzida e, em alguns casos, completamente ausentes. Já quem trabalha em *home office* geralmente possui mesas e ambientes mais personalizados (e.g., fotos de crianças, pôsteres, quadros, livros e plantas).

Na descrição da foto de ND1<sup>6</sup> (mulher, 39 anos, repórter), por exemplo, não há nenhum objeto que represente a vida privada da entrevistada, indicando se tratar possivelmente de uma bancada coletiva em uma sala de redação, utilizada também por outros jornalistas. Já na foto de SD14<sup>7</sup> (mulher, 37 anos, repórter *freelancer*), existem elementos em cima da mesa e do espaço ao redor que indicam uma maior imbricação do trabalho com a vida privada. Nota-se um porta retrato com foto da família e um enfeite infantil com o nome do filho escrito. Há skates, bola e cestos de brinquedos. O espaço de trabalho foi estabelecido dentro do quarto do

---

<sup>6</sup> Descrição: Foco no computador. Em cima da mesa, *desktop* (ligado, site da redação onde ND1 trabalha), bloco de anotações, copo descartável.

<sup>7</sup> Descrição: Em cima da mesa: notebook (desligado), monitor de desktop, porta-canetas com canetas e lápis, modem, luminária, porta retrato com foto de família (festa junina), enfeite infantil escrito o nome do filho. Embaixo da mesa: dois skates, lixeira, uma bola ao fundo. Do lado esquerdo, cestos com brinquedos.

filho pequeno, indicando um certo improviso para o desempenho das atividades em casa (ver Figura 1).

O improviso é outra diferença na composição dos espaços de trabalho em redações/repartições públicas e *home office*. Boa parte das imagens capturadas fora das redações/repartições públicas trazem indícios de ambientes improvisados, adaptados de forma a garantir condições de trabalho aos jornalistas. SD1 (homem, 42 anos, jornalista freelancer) enviou uma imagem em que uma mesa ao lado da sala de estar foi improvisada para se converter em escritório. Aparecem remédios, pilhas, notebook, canetas, copos infantis e uma garrafa de água descartável vazia. Ao fundo, está a sala de estar, com sofá, rack, TV, brinquedos e varanda. Esse elemento do improviso, além de indicar uma relação mais íntima entre vida laboral e vida privada, também dá indícios do modo precarizado que a produção jornalística é executada em *home office* devido à falta de espaço e de equipamentos adequados.



FIGURA 1 – Fotos das mesas de trabalho de ND1 e SD14<sup>8</sup>

#### 4.2. Descrição e valoração das locações de trabalho

A descrição que os jornalistas fazem de seus espaços de trabalho é mediada pelos afetos investidos na profissão e na forma como ela é executada. Em outras palavras, as emoções negativas ou positivas que certos locais de atuação despertam se vinculam ao modo como o

<sup>8</sup> A reprodução das imagens foi expressamente autorizada pelas participantes em 17 de fevereiro de 2025 mediante edição para suprimir elementos que pudessem identificá-las.

jornalista se identifica em dado momento de sua trajetória. Os depoimentos indicam certa ambivalência na relação com os locais de trabalho. Seja atuando remotamente, seja desempenhando suas funções em redações ou repartições públicas, os participantes sinalizam aspectos ao mesmo tempo positivos e negativos destes dois modelos de exercício profissional.

A seguir, são detalhados os componentes positivos e negativos do trabalho remoto e do trabalho presencial segundo as descrições feitas pelos informantes (Ver Quadro 1).

**Quadro 1**  
**Percepções acerca do trabalho remoto e do trabalho presencial**

<b>Local de trabalho</b>	<b>Aspectos positivos</b>	<b>Aspectos negativos</b>
<i>Home office</i>	Flexibilidade Silêncio	Extensão das jornadas Indistinção dos tempos dedicados ao jornalismo e a outras atividades Negociação dos espaços de trabalho Solidão
Redações e repartições públicas	Jornadas pré-estabelecidas Sociabilidade profissional	Inflexibilidade das jornadas Dificuldade de deslocamento ao trabalho

FONTE - AUTORES

#### **4.2.1. Percepções acerca do *home office***

Os jornalistas destacam como aspectos positivos do *home office* a flexibilidade e o silêncio, ao passo em que criticam a extensão das jornadas, a indistinção dos tempos dedicados ao jornalismo e a outras atividades, a permanente negociação dos espaços de trabalho e a solidão.

A flexibilidade de se exercer as funções a partir de casa é descrita como aspecto positivo do trabalho remoto, pois possibilita maior controle da jornada. Isto viabiliza, por exemplo, a interrupção momentânea do exercício das funções durante o expediente para resolver demandas alheias ao jornalismo. Conforme detalha C2 (homem, 44 anos, editor), o trabalho remoto

permite que eu tenha um controle um pouco melhor dos horários, mesmo estando em casa. Com as crianças [o entrevistado possui dois filhos adotivos em idade escolar] (...) eu sei que eu posso colocar uma matéria na manchete agora, me ausentar dez minutos (Entrevista).

Cumpre ponderar que, à exceção de uma entrevistada, todos os participantes que enfatizaram a flexibilidade como aspecto positivo do *home office* (três homens e seis mulheres) têm filhos em idade escolar, e migraram para este formato para dedicar mais tempo ao cuidado das crianças e participar mais ativamente do cotidiano delas, a exemplo de SD16 (mulher, 46 anos, jornalista e empresária): “Eu quero levar meu filho para a escola. Eu quero ir na reunião de pais. Eu quero levar na festinha. E aí deu certo porque trabalhando em casa, eu tenho essa flexibilidade, né?” (Entrevista).

O silêncio também foi classificado por uma entrevistada - SD14, mulher, 37 anos, jornalista - como um benefício do trabalho remoto. Segundo ela, distintamente das redações convencionais, marcadas pela cacofonia de sons, o *home office* lhe permite concentrar mais em suas funções devido à calmaria do ambiente doméstico.

Dentre as características adversas, a extensão dos tempos de trabalho é sublinhada pelos participantes. Destaca-se o exercício da profissão por longos períodos e aos finais de semana, haja vista a indistinção dos espaços físicos de trabalho e de lazer. A título de ilustração, o diário de ND6 (Mulher, 34 anos, editora e assessora de comunicação) retrata esta experiência: “Agora, por volta das 16h, é o momento que tô aqui na frente do computador, estou com meu almoço no prato (...) é o momento que vou ter para almoçar e trabalhar ao mesmo tempo”. Seu local de atuação corrobora esta descrição. Na foto enviada, um computador sobre uma cama desarrumada com diversas abas do aplicativo WhatsApp abertas. A informante encaminhou uma mensagem junto com a foto em que alega: “Como trabalho em *home office* nas duas funções (desde o início da pandemia), não adaptei um espaço para o trabalho”.

Um segundo componente negativo do trabalho remoto é a indistinção dos tempos dedicados ao jornalismo e a outras atividades. Diversos informantes destacam que o *home office* gera uma problemática interpenetração entre a profissão e outras esferas da vida, acarretando dificuldade de concentração e de conciliação com outras atividades. O caso de SD6 (homem, 59 anos, jornalista e professor universitário) é ilustrativo a este respeito. Atuando simultaneamente em uma redação virtual (BUNCE; WRIGHT, SCOTT, 2018) e em uma loja de produtos naturais da família, ele divide sua atenção entre as duas funções. A imagem que enviou de seu escritório retrata um ambiente abarrotado de equipamentos utilizados para exercer tais atividades, incluindo um computador *desktop* ligado a um sistema de pagamento de contas, máquinas de cartão, um emissor de notas fiscais e blocos com anotações de preços de produtos.

Segundo o informante, seu computador é utilizado tanto para realizar reuniões de pauta com os seus colegas, bem como para processar pedidos da loja que administra. Em seu diário, ele relata um complexo sistema de gerenciamento de exigências provenientes do jornalismo e do comércio:

Pela manhã e tarde, minha ilha de trabalho são os computadores que atendem a demanda de atendimento da loja, então eu abro ali uma janela que tem ali o sistema operacional da loja, mas como também eu trabalho ali no caixa, eu procuro ir trabalhando ali porque eu também não posso me afastar da loja e não posso me afastar das informações jornalísticas. (Diário).

Um terceiro aspecto problemático do *home office* é o estabelecimento de um espaço físico para se trabalhar em casa. Por não exercerem as suas atividades em um escritório comercial, os jornalistas precisam definir um local para disporem seus equipamentos de trabalho. Como nem todos residem em imóveis que possuem escritórios, esses espaços precisam ser negociados com os demais membros da família e em função do ambiente circundante. Algumas fotografias revelam essa dificuldade de instituir um local de trabalho. Na imagem enviada por ND4 (homem, 50 anos, assessor de comunicação), identifica-se uma mesa de escritório embutida em um quarto que inclui *laptop*, uma bolsa, impressora com livros espalhados sobre ela, além de diversos papéis com anotações. Acima, estantes acopladas revelam um amontoado de livros, materiais de higiene, remédios, caixas, porta-canetas e encadernações. Como a casa só tem dois quartos, para trabalhar ele se reveza com a esposa entre a sala e o quarto.

Por fim, alguns informantes destacam a solidão como uma insatisfação peculiar ao trabalho remoto. Por exercerem suas funções frequentemente sozinhos em suas casas, queixam-se da falta de convivência com os colegas e do sentimento de confinamento gerado, a exemplo de SD9 (homem, 52 anos, editor) em seu diário: “Eu tenho ficado às vezes dias em casa, semana passada fiquei de segunda a quinta sem sair de casa”. A ausência de socialização profissional pode provocar um insulamento da comunidade de pertencimento propiciada pelas redações.

#### **4.2.2. Percepções acerca do trabalho presencial**

Nos relatos dos jornalistas, o exercício da profissão em redações e repartições públicas é positivamente avaliado por propiciar jornadas pré-estabelecidas e estimular a sociabilidade profissional, ao passo em que recebe queixas por sua inflexibilidade e pela dificuldade de deslocamento de casa ao trabalho (e vice-versa).

A existência de jornadas pré-determinadas é entendida como ponto positivo, pois permite ao jornalista ter maior controle sobre a sua rotina. A distinção física entre os espaços de trabalho e outras esferas da vida se expressa nos escritórios dos participantes, escassos de objetos ligados às suas vidas pessoais, conforme discutido em seção anterior.

Na percepção dos informantes, um segundo ponto positivo do trabalho presencial é a sociabilidade que ele estimula. C4 (Mulher, 41 anos, gestora), que trabalhava em regime híbrido à época da pesquisa, indica que a convivência com os colegas vai além da necessidade de alinhar atividades: “A gente vai para passar o dia juntos, para a gente se ver, para se conectar, para resolver coisas que têm que ser no presencial” (Entrevista). Para esses profissionais, o sentimento de pertença à profissão implica no vínculo face-a-face.

Dentre os aspectos negativos do trabalho presencial, alguns jornalistas se queixaram da rigidez do dia a dia no escritório. Questiona-se a improdutividade das rotinas estanques e o desgaste físico e mental que geram. N4 (mulher, 41 anos, diretora de conteúdo), na entrevista, pontua que, em sua empresa, “às vezes tinha gente que já tinha terminado [o trabalho], mas ficava aqui olhando pro teto. Ao mesmo tempo, no outro dia tinha que ficar um pouco mais”.

Por fim, alguns participantes que trabalham presencialmente ou em regime híbrido apontam o deslocamento de casa à redação como um aspecto negativo deste formato. Todos residem em grandes centros urbanos que apresentam problemas de mobilidade. Isto faz com que sintam que a sua jornada de trabalho se estende nesses momentos de deslocamento. Em seu diário, SD10 (Homem, 40 anos, editora e jornalista) descreve um dia em que acorda por volta das 7h, “correndo. Arrumei e fui ao ponto de ônibus. Cheguei ao trabalho às 8h30 (...) Às 16h50 ‘sai correndo’ para pegar o ônibus das 17h05. Cheguei ao meu bairro às 18h”. Na entrevista, ele arremata: “Eu gasto geralmente em torno de uma hora e meia para ir ao trabalho, e entre uma hora e meia, duas horas para voltar dependendo do trânsito e isso é muito desgastante”.

## 5. Discussão

Este artigo investiga a materialidade dos espaços de trabalho de jornalistas brasileiros de forma a entender o papel dos objetos e dispositivos na mediação do vínculo que os profissionais estabelecem com sua vida laboral.

A primeira questão de pesquisa aborda a forma como os jornalistas ocupam seus espaços de trabalho. Os dados revelam formas relativamente similares de disposição de objetos

nas mesas de trabalho, com o uso de dispositivos que reforçam o vínculo dos profissionais com a sua atividade, a exemplo da onipresença dos computadores, do uso de blocos e cadernetas de anotações. Tais objetos também sinalizam para uma conexão intermitente com o fluxo de informações (por meio de celulares, portais de notícia e mídias sociais).

Ao mesmo tempo, observam-se traços de personalização desses espaços, sobretudo nas imagens enviadas por jornalistas em situação de *home office*. Nestes casos, os informantes deixam transparecer aspectos da sua vida pessoal, de seus gostos e práticas culturais, revelando uma estratégia de apropriação afetiva da materialidade. Essa composição incremental entre vida profissional e pessoal constitui a identidade jornalística desses sujeitos.

A presença de um conjunto similar de objetos nas mesas de trabalho também esconde diferenças nos modos de ocupação desses espaços. Por um lado, as redações e repartições públicas oferecem uma organização preconcebida e estandardizada do trabalho jornalístico. Também limitam o número de itens de natureza privada que podem ser dispostos. Tais espaços ressaltam, assim, elementos do profissionalismo jornalístico e de sua dimensão organizacional.

Por outro lado, as fotografias capturadas em ambientes domésticos são marcadas por objetos do contexto familiar dos ocupantes. Revelam um forte elemento de improvisação desses espaços e sugerem arranjos e negociações feitas no interior do ambiente doméstico para acomodar a atividade profissional. De certa forma, a materialidade do trabalho no *home office* aponta para elementos de flexibilização e de precarização do jornalismo e de uma identidade marcada por uma forte adesão à profissão, dada a dificuldade de separação entre trabalho e família (cf. TRAVANCAS, 1992).

A disposição das mesas de trabalho também incide na forma como os jornalistas constroem vínculos afetivos com suas práticas. A personalização desses espaços, mesmo quando limitada, sugere um desejo de subjetivação dessa espacialidade, em que o sujeito constrói uma relação de familiaridade com o trabalho ao mesmo tempo em que promove uma *mise en scène* de si junto aos colegas e chefias. Essa disposição de objetos pessoais no trabalho ocorre em uma perspectiva de uso prolongado das locações, promovendo o aprofundamento de vínculos com o jornalismo.

A forma como os profissionais descrevem e avaliam os espaços dedicados a atividades presenciais e remotas, tema da segunda questão de pesquisa, sugere visões contrastadas na qual os elementos (positivos e negativos) destacados estão associados à coexistência de duas concepções distintas da atividade. Representam uma oposição entre as carreiras organizacional

e flexível do jornalismo, com consequências na forma de conceber o trabalho e a identidade (cf. DEUZE; WITSCHGE, 2018). A descrição das redações/repartições sublinha a dimensão coletiva das identidades jornalísticas, seja pelo papel que a socialização desempenha na construção identitária, seja pela forma como o trabalho presencial suscita um sentimento de pertencimento ao grupo e, em alguns casos, à adesão aos valores da organização. Nesses casos, parte do vínculo afetivo com a profissão passa pela relação com os colegas.

Já os discursos sobre o trabalho em regime de *home office* revelam uma carreira construída sob a perspectiva do indivíduo, na medida em que a inserção na profissão é resultado de um conjunto de transações feitas por ele junto a diferentes empregadores ou de uma relação intermitente com as chefias nas redações, fortemente mediada pelas tecnologias digitais. O recurso a esses dispositivos é uma forma de restabelecer, mesmo que parcialmente, os laços com o grupo profissional. O uso do termo flexibilidade para definir essa situação assume, nesses casos, um duplo sentido. Ele é associado à flexibilização dos vínculos laborais, à ausência de horários fixos - isto é, à precarização das condições de trabalho. Mas também remete à autonomia relativa do jornalista de dispor do seu tempo, de se posicionar como gestor de sua rotina - mesmo que ela seja permanentemente atravessada pelas demandas da chefia e por aspectos da vida familiar.

## 6. Contribuições

Este estudo apresenta três contribuições aos estudos de jornalismo. Primeiro, inova metodologicamente, ao confrontar e combinar elementos da sociologia visual - a análise das fotografias dos espaços de trabalho captadas por jornalistas - com os relatos dos respondentes produzidos por meio de entrevistas e diários. Esse processo de *cross-pollination* de um conjunto diverso de dados oferece uma descrição mais compreensiva das identidades, particularmente na forma como se relacionam com a dimensão material do trabalho jornalístico.

A segunda contribuição se refere à possibilidade de mobilizar aspectos da sociologia pragmática dos gostos nos estudos de jornalismo. Por um lado, os trabalhos dessa abordagem geralmente se interessam por outros tipos de “amadores”, em domínios como a música (HENNION, 2011) e a alimentação (TEIL; HENNION, 2024). Sua integração com a sociologia das profissões merece, portanto, ser desenvolvida. Por outro lado, apesar das menções ao gosto ou paixão dos jornalistas pelo trabalho, esse termo nem sempre é explorado como conceito

norteador nas pesquisas da área. Por isso, esta proposta tem o mérito de articular diferentes operadores analíticos da sociologia dos gostos (o vínculo com o objeto de degustação, a dimensão coletiva do grupo e a mediação dos dispositivos materiais) em uma grade analítica aplicada ao estudo das identidades jornalísticas.

Para além da função heurística do conceito, o gosto é indicador fundamental para explicar as formas de realização de si no jornalismo, considerando as mudanças no mundo do trabalho. Em um cenário em que o mercado de trabalho oferece cada vez menos benefícios materiais e simbólicos que justificariam o ingresso e a permanência na profissão, a sociologia pragmática dos gostos pode fornecer outra fonte de explicações para esse fenômeno, ao priorizar os vínculos afetivos que o jornalista estabelece com a sua carreira e atividade profissional.

Finalmente, os resultados deste estudo oferecem uma contribuição para a sociologia do jornalismo ao destacar a importância dos espaços “meso” na formação das identidades. Com o aumento da sedentarização na produção noticiosa, o jornalista “sentado” dispensa uma parcela cada vez maior do seu tempo nesses espaços (PEREIRA, 2004). Por isso, a composição das mesas de trabalho e a disposição de diferentes objetos e dispositivos delimita não só a experiência do indivíduo no trabalho, como define e (re)configura as situações de interação que esse profissional estabelece com seus pares, fontes e audiências, seja no face-a-face, seja em trocas mediadas por dispositivos sociotécnicos. Por isso, acreditamos que essa perspectiva pode ser articulada a outros métodos de análise nas pesquisas em jornalismo (e.g., etnografias, questionários).

## 7. Limitações

Apesar das contribuições que este trabalho oferece à literatura acadêmica é importante reconhecer algumas limitações de caráter metodológico.

Em primeiro lugar, apesar de a pesquisa empírica ter se baseado nos indicadores do *Perfil do Jornalista Brasileiro – 2021* (LIMA et al., 2022), houve discrepâncias no corpus em termos de situação parental, estado civil e áreas de atuação. A maioria dos informantes deste estudo era casado ( $N = 14$ , 40%), tinha filhos ( $N = 23$ , 65,71%) e trabalhava fora da mídia tradicional ( $N = 26$ ). Já a maioria dos respondentes do relatório era solteiro, não tinha filhos e atuava em empresas jornalísticas.

Outra limitação diz respeito aos dados produzidos pelos próprios jornalistas, isto é, seus diários e fotografias de mesas de trabalho. Tais evidências possibilitam apreender o que os profissionais priorizam em suas rotinas e como organizam materialmente seus espaços de atuação. Neste sentido, os dados retratam um ponto de vista dos informantes sobre os seus espaços de trabalho, dados complementados pelas entrevistas e diários.

Adicionalmente, devido aos compromissos éticos assumidos pela equipe, não foi possível reproduzir, neste artigo, as fotografias enviadas pelos participantes<sup>9</sup>. Por este motivo, há uma camada adicional de intervenção no tratamento dos dados visuais, vez que eles foram: a) capturados pela perspectiva dos jornalistas e; b) textualmente codificados considerando os objetivos do estudo.

Apesar desta limitação, entende-se que o exame das fotografias atende ao convite de Le Cam (2015) para explorar uma etnografia espacial do trabalho por meio da composição física dos locais de atuação profissional. Recomenda-se que futuras pesquisas examinem, comparativamente, como se organizam os espaços de trabalho de jornalistas em distintos contextos e culturas profissionais, levando em conta diferenças na construção da identidade e nos afetos investidos. Seria interessante também considerar outras variáveis de análise, como gênero e situação marital/parentalidade e função/posição. Adicionalmente, trabalhos subsequentes podem documentar, também visualmente, espaços contemporâneos de socialização de jornalistas, a exemplo de grupos em aplicativos de mensagens e redações compartilhadas em *holdings* que controlam empresas de variados setores.

## Referências

- ANDERSON, C.; MAEYER, J. Objects of journalism and the news. **Journalism**, v. 16, n. 1, 2015, p. 3-9.
- ARRAES MOREIRA, D.; MALCORPS, S.; MORAES VITORINO, M. When Journalists and Marketers Negotiate: A Competency-Based Analysis of Negotiation Processes in Brazilian and Belgian Media Organizations. **Brazilian Journalism Research**, v. 15, n. 2, 2019, p. 310–335.
- ATTRIDE-STIRLING, J. Thematic networks: an analytic tool for qualitative research. **Qualitative Research**, v. 1, n. 3, 2001, p. 385–405.
- BREED, W. Social control in the newsroom: A functional analysis. **Social Forces**, v. 33, n. 4, 1955, p. 326-335.
- BUNCE, M.; WRIGHT, K., SCOTT, M. ‘Our newsroom in the cloud’: slack, virtual newsrooms and journalistic practice. **New Media & Society**, v. 20, n. 9, 2018, p. 3381–3399.
- DEUZE, M. What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. **Journalism**. v. 6, n. 4, 2005, p. 442-464.

<sup>9</sup> À exceção das duas imagens que foram incluídas após consentimento das fontes que as enviaram.

- DEUZE, M.; WITSCHGE, T. Beyond journalism: Theorizing the transformation of journalism. **Journalism**, v. 19, n. 2, 2018, p. 165-181.
- FREDRIKSSON, M.; JOHANSSON, B. The dynamics of professional identity: why journalists view journalists working with PR as a threat to journalism. **Journalism Practice** v. 8, n. 5, 2014, p. 585–595.
- HENNION, A. Une sociologie des attachements. D'une sociologie de la culture à une pragmatique de l'amateur. **Sociétés**, v. 85, n. 3, 2004, p. 9-24.
- HENNION, A. Pragmática do Gosto. **Desigualdade & Diversidade**, n. 8, 2011, p. 253-277.
- LE CAM, F. Photographs of newsrooms: From the printing house to open space offices. Analyzing the transformation of workspaces and information production. **Journalism**, v. 16, n. 1, 2015, p. 134-152.
- LE CAM, F.; PEREIRA, F.; RUELLAN, D. Professional Identity of Journalists. **The International Encyclopedia of Journalism Studies**. (p. 1-7). Wiley, 2019.
- LE CAM, F.; RUELLAN, D. **Émotions de journalistes: Sel et sens du métier**. PUG, 2017.
- LIMA, S.; MICK, J.; NICOLETTI, J.; VISIBELI, J.; HENRIQUE, R.; MOLIANI, J.; PATRÍCIO, E.; PEREIRA, F.; ZACARIOTII, M. **Perfil do Jornalista Brasileiro 2021**. Quórum Comunicação, 2022 Disponível em:  
<https://perfildojornalista.paginas.ufsc.br/files/2022/06/RelatorioPesquisaPerfilJornalistas2022x2.pdf>
- LINDÉN, C.; LEHTISAARI, K.; GRÖNLUND, M.; VILLI, M. Journalistic Passion as Commodity: A Managerial Perspective. **Journalism Studies**, v. 22, n. 12, 2021, p. 1701–1719.
- MAARES, P.; BANJAC, S.; NÖLLEKE, D. Newsrooms as Sites of Community and Identity: Exploring the Importance of Material Place for Journalistic Work. **Journalism Studies**, v. 24, n. 13, 2023, p. 1611–1628.
- MARI, W. Staying Cool: The Impact of Air Conditioning on News Work and the Modern Newsroom. **Journalism Practice**, v. 17, n. 3, 2023, p. 391-410.
- MORAN, R.; USHER, N. Objects of journalism, revised: Rethinking materiality in journalism studies through emotion, culture and ‘unexpected objects’. **Journalism**, v. 22, n. 5, 2021, p. 1155-1172.
- PEREIRA, F. O “Jornalista Sentado” e a produção da notícia on-line no Correioweb. **Em Questão**, v. 10, n. 1, 2004, p. 95-108.
- PEREIRA, F.; LE CAM, F. Gerir as fronteiras do jornalismo: jurisprudências profissionais de Bélgica e Brasil. In: CHRISTOFOLETTI, R.; SILVA, T. (Orgs.). **Jornalismo: reflexão e inflexão** (p. 96-119). Editora da UFSC, 2024.
- PRIMO; ZAGO. Who and What do Journalism? An actor-network perspective. **Digital Journalism**, v. 3, n. 1, 2015, p. 38-52.
- RUELLAN, D. **Les pro du journalisme. De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel**. PUR, 1997.
- RUELLAN, D. **Nous journalistes. Déontologie et identité**. PUG, 2011.
- TEIL, G.; HENNION, A. Discovering quality or performing taste? A sociology of the amateur. In: HARVEY, M.; McMEEKIN, A.; WARDE, A. (Orgs.). **Qualities of Food** (pp. 19-37). Manchester University Press, 2024.
- TRAVANCAS, I. **O mundo dos jornalistas**. Summus, 1992.
- USHER, N. Newsroom moves and the newspaper crisis evaluated: space, place, and cultural meaning. **Media, Culture & Society**, v. 37, n. 7, 2015, p. 1005-1021.