

# RESISTÊNCIA HÁ QUASE UM SÉCULO: A ASSOCIAÇÃO DE IMPRENSA CAMPISTA E SUA INFLUÊNCIA AO LONGO TEMPO NA CONSTRUÇÃO E DESENVOLVIMENTO DO *ETHOS* JORNALÍSTICO LOCAL

Letícia Nunes Pessanha (UENF)  
[lnunesspessanha@yahoo.com.br](mailto:lnunesspessanha@yahoo.com.br)

## RESUMO

O jornalismo é uma atividade humana muito antiga. Com o advento da Revolução Industrial, houve a expansão da atividade de imprensa. Contudo, o jornalismo ainda era pouco prestigiado e passou por um longo processo de profissionalização. A categoria precisou se unir para a criação da identidade, para o estabelecimento de comunidade e cultura norteadora, além da elaboração de códigos de ética e a construção de entidades representativas. Nesse contexto, surgiu a Associação de Imprensa Campista, criada em Campos dos Goytacazes, no dia 17 de junho de 1929. Baseado na hipótese de que a AIC em sua trajetória de quase um século prima pela contribuição na formação acadêmica e profissional dos indivíduos interessados, a partir da discussão de temas importantes para os contextos político, histórico e social, o trabalho tem como objetivo principal compreender a intenção da entidade ao longo de suas diretorias na constituição do *ethos* jornalístico. Nas primeiras percepções, pode-se observar que a associação é um símbolo de representatividade e sua força está bem presente na história do município, onde há um cenário de produção jornalística resistente.

### Palavras-chave:

Associação. *Ethos*. Jornalismo.

## ABSTRACT

Journalism is a very old human activity. With the advent of the Industrial Revolution, there was an expansion of the press activity. However, journalism was still little prestigious and went through a long process of professionalization. The category needed to unite for the creation of identity, for the establishment of community and guiding culture, in addition to the elaboration of codes of ethics and the construction of representative entities. In this context, the Associação de Imprensa Campista was created, created in Campos dos Goytacazes, on June 17, 1929. Based on the hypothesis that AIC in its trajectory of almost a century excels in contributing to the academic and professional training of interested individuals, Based on the discussion of important themes for the political, historical and social contexts, the main objective of this paper is to understand the entity's intention throughout its boards in the constitution of the journalistic *ethos*. In the first perceptions, it can be observed that the association is a symbol of representativeness and its strength is very present in the history of the municipality, where there is a scenario of resistant journalistic production.

### Keywords:

Association. *Ethos*. Journalism.

## 1. Introdução

Por mais controverso que possa parecer, a simples troca de mensagens, seja verbal ou escrita, evoluiu tanto ao longo do tempo que se transformou em uma profissão. Sim, o jornalismo – lá em seus primórdios – nasce desse processo de comunicação, que é espontâneo e rápido ao ponto de não ser preciso decorar cada etapa dessa interação, tendo um único objetivo: reportar os fatos. O ser humano se comunica de forma automática, está dentro do seu manual de existência ter esse tipo de interação com outro e com a sociedade.

Embora classificado como um ofício entre os mais recentes em consolidação, o jornalismo é uma atividade humana muito antiga (BELTRÃO, 2006). Os primeiros indícios na história ocorreram aos 59 a.C, as chamadas *actas diurnas*<sup>1</sup>, publicações oficiais do governo (SOUSA, 2008). Com o advento da Revolução Industrial, na Inglaterra, houve um crescimento na produção de materiais impressos e uma das consequências foi a expansão do jornal e a atividade de imprensa. Este ganhou condições de circular diariamente com tiragem aumentada e custo reduzido, assim permitindo que a população burguesa pudesse se informar sobre assuntos do cotidiano (ZILBERMAN, 2001, p. 31).

Após o jornal, surgiram as revistas, o rádio e a televisão, que também são meios midiáticos para a disseminação da informação para o grande público. Então, o jornalismo ganhou força e sustentação, se tornando uma profissão consolidada, onde os seus atuantes deveriam passar por uma instituição de ensino, aprender as regras que regem o campo, conhecer os códigos deontológicos e se formar para o mundo, adquirindo conhecimentos científicos e, principalmente, entendendo o seu papel fundamental no meio social (TRAQUINA, 2005).

José Marques de Melo<sup>2</sup> (2003) define a atividade jornalística como um fenômeno universal. Com sua modernização, ela começa a ter uma relação com o capitalismo, na qual as organizações serão criadas

---

<sup>1</sup> Tratava-se de um boletim oficial exposto para leitura pública por ordem do líder Júlio César. Seu conteúdo abordava os acontecimentos locais, além de fatos políticos, como decretos, leis e ordenações. Fatos ocorridos em outras províncias e países também eram mencionados.

<sup>2</sup> (MARQUES DE MELO, 2003, p. 15). Disponível em <<http://www.portcom.intercom.org.br/revistas/index.php/revistaintercom/article/viewFile/97/90>>. Acesso: 10/10/2019.

para o desenvolvimento e o exercício da profissão. “As primeiras empresas jornalísticas surgiram, no Brasil, no início do século XX, por ocasião da urbanização, escolarização e industrialização porque passa o país nesse período” (DEOLINDO, 2013).

Apesar disto, o jornalismo enquanto profissão consolidada nos dias atuais passou por um longo processo de desenvolvimento e profissionalização. A atividade pouco prestigiada e valorizada era selecionada por muitos indivíduos como trampolim para os que desejavam cursar direito ou medicina (MARÔPO, 2008). Assim, para se estabelecer como tal, a categoria precisou se unir para a criação e sustentação de pontos importantes.

Portanto, inicia-se uma trajetória de desenvolvimento de fatores imprescindíveis no estabelecimento de uma profissão. A identidade profissional, a criação de uma comunidade, ou tribo (TRAQUINA, 2005), que possui uma cultura norteadora, a elaboração de códigos de regimento, de acordo com a ética, e a construção de entidades representativas são as etapas fundamentais para se estabelecer como jornalista.

No Brasil, a primeira organização criada nesses moldes – de representatividade e proteção do exercício da atividade de classe – foi a Associação Brasileira de Imprensa, em 1908, enquanto o primeiro sindicato da categoria surgiu em 1919, na cidade de Juiz de Fora, em Minas Gerais. As duas instituições congregam os jornalistas, mas possuem finalidades diferentes. Enquanto o sindicato tem o papel de lutar pelos valores materiais ligados à classe, como melhores condições de salário e cumprimento dos direitos trabalhistas, as associações cumprem uma função simbólica importante na defesa de valores que constroem o *ethos* jornalístico.

Nesse contexto, surgiu a Associação de Imprensa Campista (AIC), uma das entidades representativas mais antigas do Brasil, fundada em Campos dos Goytacazes, no dia 17 de junho de 1929. Ao longo desses 90 anos de história, a Casa do Jornalista desempenhou um papel importante no alicerce da identidade profissional local. Portanto, baseado na hipótese de que a AIC em sua trajetória de quase um século prima pela contribuição na formação acadêmica e profissional dos indivíduos interessados a partir da discussão de temas importantes para os contextos político, social e local, este trabalho levanta as seguintes questões: o que motiva a entidade a resistir ao longo dos anos – além do viés histórico? E

qual seria a sua influência na construção e no desenvolvimento do *ethos* jornalístico local?

## 2. *Justificativa e objetivo*

O tema escolhido é de extrema relevância no âmbito acadêmico, justamente por ser um assunto inédito e original sobre a principal atividade de uma instituição com mais de 90 anos de existência. É também interdisciplinar, pois faz a interação com os estudos relacionados ao jornalismo, ao *ethos* retórico, relacionando-se também com o campo da Linguística e também da Análise do Discurso (AD). Ainda atende ao viés histórico, trazendo a importância de tecer e contar parte da trajetória do jornalismo regional e campista.

No contexto local, o objeto se destaca pela importância da entidade, enquanto uma das mais antigas do país, situada na cidade de Campos dos Goytacazes, no Norte Fluminense. Também é preciso ressaltar a representatividade ainda da Casa do Jornalista transcendente, ecoando no percurso da memória do município e de todas as regiões fluminenses mais próximas, onde há um cenário de produção jornalística efervescente e resistente. Ao mesmo tempo, esta pesquisa não tem o objetivo de ser a palavra final sobre o tema abordado. Pelo contrário, que seja apenas a porta de entrada para que novos pesquisadores possam contar mais sobre a história da AIC.

O trabalho tem por objetivo traçar a trajetória de estabelecimento da Associação de Imprensa Campista, visto sua consolidação histórica e resistência ao longo dos anos e dos percalços. Também visa analisar a construção e o desenvolvimento do *ethos* jornalístico local, a partir de seus posicionamentos, assumidos primeiramente pelos seus presidentes e posteriormente pelas ações realizadas, aliadas aos efeitos esperados e os produzidos por tais atos.

Baseado na hipótese de que a AIC em sua trajetória de quase um século prima pela contribuição na formação acadêmica e profissional dos indivíduos interessados, a partir da discussão de temas importantes para os contextos político, histórico e social, local e regional, o trabalho tem como objetivo principal compreender a intenção da entidade ao longo de suas diretorias na constituição do *ethos* jornalístico local.

Além do objetivo principal, a pesquisadora possui objetivos específicos: compreender a relação da Associação de Imprensa Campista com

os jornalistas associados e não associados e conhecer os eventos e a trajetória da Casa do Jornalista, única entidade representativa dos jornalistas da cidade de Campos dos Goytacazes, para entender sua dinâmica. Neste artigo, haverá um levantamento bibliográfico a respeito do tema.

### 3. *Desenvolvimento*

Nelson Traquina (2005) avalia o jornalismo como uma das profissões mais complicadas “e com maiores responsabilidades sociais” (p. 22) e determina o jornalista como “participante ativo na definição e na construção das notícias e, por consequência, na construção da realidade” (p. 26), sendo responsável ainda por reportá-las. Estas serão produzidas e disseminadas ao público, de acordo com critérios importantes, como relevância, proximidade, temporalidade, entre outros.

O estilo romanceado presente até os dias de hoje, a sensibilidade dos relatos e a forma de apuração das informações transformou o jornalismo em uma ferramenta de influência sobre a sociedade, tornando a atividade de interesse público. No Brasil, o ofício da imprensa vem acontecer, de forma consolidada, no século XIX.<sup>3</sup> Tal a demora está relacionada a alguns fatores como o analfabetismo, os efeitos da colonização e, mais fortemente, a censura.

Acessar as mais diferentes ideias e propostas, bem como acompanhar os acontecimentos em uma sociedade cada vez mais ampla e difusa, só se tornaria possível através da imprensa. Expressar ideias e opiniões, e acessar as informações e saber o que se passa, transformaram-se, desde essa época, nos direitos mais preciosos da humanidade e condição *sine qua non* para o progresso do Homem (DEOLINDO, 2014, p. 12).

Porém, para ser considerada de fato uma profissão, o jornalismo teve que atravessar um processo marcado por significativas mudanças, que permitiram a legitimação da atividade e o seu consequente desenvolvimento. Por um bom tempo, o exercício não era valorizado como tal e não gozava de prestígio como os demais. A exclusão da categoria do

---

<sup>3</sup> Período marca o início do debate sobre tal processo com a fundação da Associação Brasileira de Imprensa em 1908. Dez anos depois, a entidade organizou o 1º Congresso Brasileiro de Jornalistas, onde sugeriu medidas, como a fundação de uma escola de jornalismo, a liberdade de imprensa e a ética jornalística, entre outros. (MARÔPO, 2008, p. 415)

meio profissional e a péssima remuneração foram fatores que também colaboraram para um descontentamento de classe.

### 3.1. O desenvolvimento do jornalismo enquanto profissão

A desvalorização do campo refletiu em muitos aspectos da formação intelectual da categoria e principalmente em sua profissionalização. Esse processo começa a ganhar força após o ano de 1820 (DEOLINDO, 2014). Só a partir de então, a atividade jornalística vai se consolidando e amadurecendo.

Um dos motivos para tal demora foi a passagem pelo período considerado por Nilson Lage (2001) de fase do publicismo, onde o campo ainda era artesanal e qualquer pessoa podia ser jornalista, somente por ter boa escrita e acessar às tipografias para tornar público textos literários e artigos noticiosos e opinativos. Além disso, tal processo “não exigia um período de preparação longo e dispendioso” (MARÔPO, 2008, p. 416).

Portanto, inicialmente, o jornalismo era algo relacionado às questões de dom e instinto. Quem escrevia o fazia porque gostava e não se preocupava em ter uma qualificação nesta área, já que segundo Nelson Traquina (2005), a atividade era considerada o primeiro degrau para subir as escadas de outras profissões.

[...] a história do jornalismo tem sido também um processo de profissionalização, lento e difícil, onde a procura de estatuto social e de legitimidade por parte dos jornalistas constitui objetivo essencial, tendo como modelo de referência as profissões liberais, como médicos e advogados (TRAQUINA, 2005, p. 105)

A falta de uma identidade, de uma cultura jornalística e a escassez de organizações que defendessem o indivíduo enquanto profissional e responsável pela disseminação de notícias sobre a sociedade, e que legitimassem o papel da atividade desenvolvida pela categoria, fizeram com que a consolidação da profissão acontecesse de forma tardia e descontínua (NEVEU, 2006). Logo, o ciclo de profissionalização do jornalismo vai desde a criação de um *ethos* próprio até o surgimento de associações, clubes, sindicatos e instituições que legitimassem e protegessem o papel da atividade.

O jornalismo é uma atividade social, que revela dados da realidade e interliga fatos desconexos para uma maior compreensão humana. É uma prática que orienta, instrui e denuncia desmandos e desvios. É uma profissão que lida com pessoas, interesses, honras e reputações. É um campo de

dissemina afirmações, reforça preconceitos, forma opiniões e organiza (ou tenta organizar) o cotidiano das pessoas (CHRISTOFOLETTI, 2008, p.18)

Estas composições foram fundamentais para a estruturação da profissão. A partir do momento que o indivíduo que atuava com o jornalismo passou a ser um profissional da categoria, ele já era parte de uma atmosfera mediada por um discurso de identidade, com o seguimento de regras, instituídas de uma deontologia própria, fazendo com que os jornalistas tenham papel fundamental no desenvolvimento da sociedade, como formadores de opinião pública e construtores de uma narrativa sobre a realidade.

Logo, o que se vê como jornalismo hoje é fruto de um longo e difícil processo que durou muitos anos, de uma realidade praticamente comum ao mundo inteiro. Através da força de pessoas que queriam se legitimar como profissionais que realmente eram, o campo ganhou força para se firmar como essencial na disseminação de notícias, através da apuração e divulgação de fatos que são relevantes no cotidiano das civilizações. O jornalismo tem um poder nas mãos: influenciar, de todas as formas e de maneira constante, a rotina do grande público mundial.

### 3.2. A construção do *ethos*

Criada pelo ser humano, a identidade pertence a uma única personalidade e isso se reflete no estabelecimento do seu *ethos* próprio, afirma Hughes (1963). Ela também sofre transformações de forma constante e está ligada diretamente à memória, sendo um fenômeno construído (POLLAK, 1992).

Em primeiro lugar, são os acontecimentos vividos pessoalmente. Em segundo lugar, são os acontecimentos que eu chamaria de “vividos por tabela”, ou seja, acontecimentos vividos pelo grupo ou pela coletividade à qual a pessoa se sente pertencer. São acontecimentos dos quais a pessoa nem sempre participou, mas que, no imaginário, tomaram tamanho relevo que, no fim das contas, é quase impossível que ela consiga saber se participou ou não. (POLLAK, 1992, p. 201)

No campo da formação de um grupo profissional, a criação de uma identidade se dá a partir da união de “caracteres próprios” de várias pessoas, que nesse aspecto, vão além de nome, sexo e impressões digitais. São características exclusivas de cada indivíduo, que quando ligadas configuram aquilo que se chama identidade. São contradições e ideologias que só serão adquiridas a partir do momento em que se vive.

No caso de uma categoria, a construção da identidade será feita durante o exercício diário dos profissionais em conjunto. Pollak (1992) ainda acredita que “a construção da identidade é um fenômeno que se produz em referência aos critérios de aceitabilidade, de admissibilidade, de credibilidade” (p.204), por meio da negociação direta com outras pessoas.

De origem na Retórica grega, em que o termo “*ethé*” ditava as características que os oradores apresentava em suas condutas de expressão, visando persuadir o ouvinte a criar uma imagem favorável de sua persona, o conceito *ethos* foi retomado contemporaneamente por Dominique Maingueneau (2008). O autor o relaciona com a Análise do Discurso e está ligado, portanto, o que os modos de dizer no discurso relevam como imagem de si.

Seu laço crucial com a reflexividade enunciativa e a relação entre corpo e discurso que ela implica. É insuficiente ver a instância subjetiva que se manifesta por meio do discurso apenas como estatuto ou papel. Ela se manifesta também como uma ‘voz’ e, além disso, como ‘corpo enunciante’, historicamente especificado e inscrito em uma situação, que sua enunciação ao mesmo tempo pressupõe e valida progressivamente (MAIN-GUENEAU, 2005, p. 70)

O *ethos* determina as características e traços comportamentais de um grupo, comunidade ou nação. No jornalismo, é que algo que a comunidade deseja construir. Ruth Amossy ainda reforça “ao mesmo tempo, o *ethos* está ligado ao estatuto do locutor e à questão de sua legitimidade, ou melhor, ao processo de sua legitimação pela fala” (2005, p. 17). A autora ainda que define o conceito como um caráter dinâmico, que sofre interferência pelo contexto em que a comunicação se estabelece e manifesta a necessidade de quem fala de se enquadrar sempre à audiência ou a maioria (AMOSSY, 2005)

[...] o foco das ações de um profissional ajuda a delinear uma ética específica, um perfil de conduta, um conjunto de parâmetros e de padrões de comportamento. Há um *ethos* profissional, um espírito próprio de como se colocar nas situações e de como se relacionar com as pessoas, seguindo certos valores (NEVEU, 2006, p. 22)

A adoção de uma identidade profissional tem um impacto significativo nas formas de se pensar, comportar e opinar do indivíduo, por meio do desenvolvimento de ideologias profissionais distintas. No caso do jornalista, ele “deve se pautar pelos interesses e preocupações comuns e não em valores específicos” (TRAQUINA, 2005).



O que é ser jornalista parte de toda uma cultura constituída por uma constelação de crenças, mitos, valores, símbolos e representações que constituem o ar que marca a produção das notícias. A identidade profissional, isto é, uma *ethos*, é definida por uma maneira de como se deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo). (TRAQUINA, 2005, p. 37)

### 3.3. O surgimento das associações e sindicatos

Dentro do processo de profissionalização do jornalismo, um fator muito importante para sua legitimação enquanto atividade foi o surgimento de associações, clubes, sindicatos e instituições que protegessem o papel da atividade. Estas entidades nasceram para definir um lugar para as reuniões de determinada categoria e construir uma fortaleza que buscava lutar pelos direitos do profissional (LENE E LOPES, 2015).

Eram organizações criadas pelos membros daquele campo, que possuíam um caráter de preocupação com os demais indivíduos que desempenhavam àquela atividade. (BALDESSAR, 2003 *apud* WILENSKI, 1964)<sup>4</sup>. Elas visavam lutar pela liberdade de imprensa e melhores condições de trabalho, além de também proteger o profissional, oferecendo uma atmosfera adequada para exercício da atividade. Algumas instituições, inclusive, pretendiam ajudar os jornalistas que passavam por dificuldades.

No Brasil, a profissionalização do campo se deu mais tardiamente e ocorre justamente no período em que começaram surgir estas entidades de classe no país, de acordo com Mendes (1999) e Baldessar (2003). Esses espaços sociais tinham como proposta “reunir os jornalistas” e também “defendiam o estabelecimento critérios formais para exercer a profissão” (PETRARCA, p. 84).

Apesar de todas as entidades terem em sua base o mesmo propósito, elas se diferem em alguns aspectos. Os sindicatos estavam ligados na representação de um determinado grupo ou comunidade, sendo criados para dissolver conflitos entre capital e trabalho, além de ser um instrumento que buscava banir o sistema de trabalho assalariado (BORGES, 2006). O primeiro sindicato ligado ao jornalismo surgiu com um atraso de mais de vinte anos do cenário europeu. Foi fundado em 1919, na cida-

---

<sup>4</sup> Wilensky, Howard L. (1964). The professionalization of everyone?. *American Journal of Sociology*, v. LXX. N. 2.

de de Juiz de Fora, em Minas Gerais. Porém, antes disso nascia a mais tradicional organização de representatividade dos profissionais da imprensa do país, a Associação Brasileira de Imprensa. Esta foi criada no dia 7 de abril de 1908<sup>5</sup>, um ano após o Congresso Operário Brasileiro, visando ser uma entidade de caráter neutro, que pudesse acolher todos os profissionais do ramo, tendo como principal objetivo proteger os direitos dos trabalhadores<sup>6</sup>. Hoje, com 111 anos de fundação, a ABI mantém papel fundamental na construção e fortalecimento da identidade profissional.

Já em 1946, nasceu a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ)<sup>7</sup> pretendendo "defender a qualidade do jornalismo, a dignidade dos jornalistas, lutar pela igualdade de expressão e de imprensa, pela consolidação da democracia e por uma sociedade justa e igualitária" (MARÓPO, 2008, p. 420).

Além da Fenaj e da ABI, atualmente, o Brasil possui algumas entidades que foram fundadas durante o período da profissionalização da categoria e que surgiram no século XXI. Estas instituições se unem a antigas, como um espaço para ajuntamento da categoria. E entre as associações as pioneiras está a Associação de Imprensa Campista.

### *2.3.1. Associação de Imprensa Campista*

Criada em 17 de julho de 1929, a partir da iniciativa de trabalhadores, a Associação de Imprensa Campista foi fundada em uma reunião da filial do jornal O Estado, em Campos dos Goytacazes, visando a defesa dos direitos e da liberdade imprensa, sem desenvolver atividades sindicais (ARUEIRA, 2005 e RODRIGUES, 1988). A AIC é a única entidade da região Norte e Norte Fluminense e como instituição da categoria, continua até os dias de hoje mantendo o seu forte papel em defesa do jornalista.

---

<sup>5</sup> "A entidade teve muitas dificuldades de se manter em funcionamento nos primeiros anos e tinha propósitos assistencialistas, como ter uma caixa de pensões, proporcionar assistência médica e construir um retiro para reformados" (MARÓPO, 2008, p. 418).

<sup>6</sup> Disponível em: <http://www.abi.org.br/institucional/historia/>. Acesso em 07/10/2019.

<sup>7</sup> Criada 20 de setembro de 1946. Disponível em: [http://www.fenaj.org.br/federacao/texto\\_fenaj.htm](http://www.fenaj.org.br/federacao/texto_fenaj.htm). Acesso em 09/10/2019.

Atualmente, ocupa o lugar de quatro associação ligada a área mais antiga do país, sendo fundada depois somente da precursora Associação Brasileira de Imprensa, da Associação Mineira de Imprensa (18 de setembro de 1921) e da Associação Cearense de Imprensa (14 de julho de 1925). Mas, apesar da importância histórica, a entidade ao longo do tempo sofreu um esvaziamento de sócios e frequentadores. Para tentar aumentar estimular a classe, as presidências realizaram uma série de ações de aproximação categoria.

O valor histórico da Associação de Imprensa Campista pode ser medido pela resolução 002/2011 do Conselho de Preservação do Patrimônio Histórico e Cultural (Coppam), que tornou a entidade um patrimônio cultural do município de Campos dos Goytacazes, no dia 27 de dezembro de 2011. Seu prédio sede fica localizado na Rua Tenente Coronel Cardoso, 460, Centro.

A AIC se destacou por ser uma instituição tradicional e influente que recebeu inúmeras figuras importantes na história do país e até hoje mantém atividades de destaque na cidade, realizando eventos acadêmicos e participando de ações culturais. A entidade é peça fundamental na história do jornalismo regional e ao longo de 95 anos desempenhou um papel importante no alicerce da identidade profissional local.

#### ***4. Considerações finais***

Neste contexto, admite-se que estes são os primeiros desenhos e contornos da pesquisa que até em andamento. Inicialmente, o que se percebe é a resistência da entidade campista, que é uma das mais antigas e tradicionais do país e continua lutando pelos aspectos morais e identitários da comunidade jornalística.

Mesmo com os altos e baixos enfrentados durante esses mais de noventa anos, a Associação de Imprensa Campista segue mantendo eventos e atividades sociais ligadas ao âmbito acadêmico, como a Semana de Imprensa Campista, que já possui trinta edições no currículo e é realizada em parceria com a única faculdade de jornalismo da cidade, e também culturais, como o Festival Doces Palavras, pensado para ser promovido em anos paralelos à bienal, de cunho literário, aberto a todo público.

E justamente estes eventos contribuem para aproximação e também fixam a comunidade, principalmente jornalística, perto da história da entidade. Essa trajetória também permite que o passado se perpetue, a

medida que as diretorias se renovam e espalham o valor da associação entre os novos colegas e estudantes. A história da AIC é extensa, muito rica e ainda está constante construção e mudanças.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMOSSY, Ruth. Da noção retórica de *ethos* à análise do discurso. In: \_\_\_\_\_. *A imagem de si no discurso: a constituição do ethos*. São Paulo: Contexto, 2005.

ARUEIRA, Jorge. *Viver é ter amigos – Latour Arueira*. São João da Barra-RJ: Edição do autor, 2005.

BALDESSAR, Maria José. *A mudança anunciada: o cotidiano dos jornalistas com o computador na redação*. Florianópolis: Insular, 2003.

BELTRÃO, Luiz. *Teoria e prática do jornalismo*. Adamantina: FAI/Cátedra Unesco Metodista de Comunicação para o Desenvolvimento Regional/Edições Omnia, 2006.

BORGES, Altamiro. *Origem e papel dos sindicatos*. Confederação Nacional dos Trabalhadores, 2006.

CHRISTOFOLETTI, Rogério. *Ética no jornalismo*. São Paulo: Contexto, 2008. 121p.

DEOLINDO, Jacqueline. *Jornalismo como serviço público – fundamentos históricos*. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/encontros-regionais/sudeste/3o-encontro-2014/gt-1-2013-historia-do-jornalismo/jornalismo-como-servico-publico-2013-fundamentos-historicos/view>>. Data de acesso: 10/10/2019.

LAGE, Nilson. *Teoria e técnica de reportagem, entrevista e pesquisa jornalística*. 2001.

LENE, Hérica; LOPES, Rafael. *Memórias do jornalismo na Bahia: censura, conflitos e o surgimento da associação bahiana de imprensa na década de 1930*. *Revista Brasileira de História da Mídia*, v. 4, n. 2, 2015.

MARÔPO, Lidia. *Construções identitárias dos jornalistas: uma análise comparada entre Brasil e Portugal*. *Comunicação e Cidadania*. Actas do 5º Congresso da SOPCOM. 2008. p. 414-27

MAINGUENEAU, Dominique. *A gênese dos discursos*. Curitiba: Criar, 2005.

MENDES, Ricardo Fontes. A profissionalização do jornalismo no Brasil. *Sala de Prensa–web para profesionales de la comunicación iberoamericanos*, p. 1-10, 1999.

NEVEU, Érik. *Sociologia do jornalismo*. São Paulo: Loyola, 2006.

PEDRO, Ana Paula. *Ética, moral, axiologia e valores: confusões e ambiguidades em torno de um conceito comum*. *Kriterion: Revista de Filosofia*, v. 55, n. 130, p. 483-98, 2014.

PETRARCA, Fernanda Rios. *Construção do Estado, esfera política e profissionalização do jornalismo no Brasil*. *Revista de Sociologia e Política*, v. 18, n. 35, 2010.

POLLAK, Michael. Memória e identidade social. *Revista Estudos Históricos*, v. 5, n. 10, p. 200-15, 1992.

RENAUD, I. A noção de dever na ética contemporânea. In: BRITO, J. (Coord.). *Temas fundamentais de ética*. Braga: Universidade Católica Portuguesa, 2001. p. 31-44

RODRIGUES, Hervé Salgado. *Campos – Na taba dos Goytacazes*. Niterói-RJ: Imprensa Oficial, 1988.

SOUSA, Jorge Pedro. *Uma história breve do jornalismo no Ocidente*. *Jornalismo: história, teoria e metodologia da pesquisa*. Porto: Universidade Fernando Pessoa, 2008. p. 12-93

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: Porque as notícias são como são*. V. 1. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. 244p.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística - uma comunidade interpretativa transnacional*. V. 2. Florianópolis: Insular, 2005. 216p.

ZILBERMAN, Regina. *Fim do livro, fim dos leitores?.* Coordenação Benjamin Abdala, Isabel Maria M. Alexandre. São Paulo: SENAC São Paulo, 2001.