

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

**PERCEPÇÕES DE PROFISSIONAIS DO JORNALISMO CULTURAL  
SOBRE *ETHOS* JORNALÍSTICO E MEDIAÇÃO DAS ARTES VISUAIS**

**LUCIANO ALFONSO DA SILVA**

**(Luciano Alfonso)**

PORTO ALEGRE, MARÇO DE 2017

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO

**PERCEPÇÕES DE PROFISSIONAIS DO JORNALISMO CULTURAL  
SOBRE *ETHOS* JORNALÍSTICO E MEDIAÇÃO DAS ARTES VISUAIS**

**LUCIANO ALFONSO DA SILVA**

**(Luciano Alfonso)**

Tese apresentada como requisito parcial  
para obtenção de título de Doutorado pelo  
Programa de Pós-Graduação em  
Comunicação e Informação da  
Universidade Federal do Rio Grande do  
Sul.

**Orientadora:** Profa. Dra. Cassilda Golin  
Costa (Cida Golin)

PORTO ALEGRE, MARÇO DE 2017

Para meus pais, Fleury (*in memoriam*) e Acely, pela liberdade e apoio incondicionais  
oferecidos para seguir minhas escolhas.

Para os amigos Marlei Teixeira, Marlene (*in memoriam*), Newton Silva, Vera Vergo,  
Leandro Cattani e Sylvia Moretzsohn que sempre incentivaram e apoiaram todo este  
longo percurso.

E minha gratidão e amor compartilhado ao Fernando Marson, por tanta compreensão,  
disponibilidade e dedicação em muitos momentos.

## **AGRADECIMENTOS**

À Cida Golin, orientadora, amiga e colega, pela generosidade e inteligência que sempre conduziu comigo todo o processo de construção desta tese.

Aos todos meus colegas do PPGCOM e, em especial do LEAD, nas figuras de Anna Cavalcanti e Bruna Linhares, que dividiram conhecimento, angústias e muita alegria de viver, seja em seminários, congressos, viagens e mesas de bar.

Aos meus colegas da Fundação Piratini (TVE) que acompanharam minha expectativa, estudos e lutam bravamente pela comunicação pública na sociedade gaúcha e brasileira.

A Fundação Getúlio Vargas, nas figuras das professoras Alzira Abreu e Verena Alberti, que abriu suas portas na sede do Rio de Janeiro e muito colaborou na construção metodológica desta pesquisa.

A tantos amigos, antigos e novos, que acompanharam momentos singulares destes anos de vida acadêmica. Com eles enriqueci minha vida de novas experiências; dividi e ganhei conhecimento; ampliaram-se horizontes. Cresci como um indivíduo que a cada dia continua a acreditar ser possível viver numa sociedade mais igualitária.

“Cada profissão produz uma ideologia profissional, uma representação mais ou menos idealista e mítica de si mesma”.

Pierre Bourdieu

## RESUMO

Esta tese busca compreender as percepções sobre o papel da mediação que jornalistas especializados em artes visuais exercem no campo cultural e como articulam um *ethos* profissional no jornalismo contemporâneo. O estudo foi construído a partir da produção e análise de entrevistas com 11 profissionais da área, numa amostra intencional, centrada na relevância da atuação desses escolhidos nos subgrupos de jornalistas da mídia e assessores de imprensa, e na abrangência de suas produções no contexto do jornalismo no Brasil. Buscamos investigar o entendimento do que é ser jornalista, sob o ponto de vista de cada entrevistado, a partir do(s) lugar(es) que ocupa no espaço profissional; compilamos valores, crenças e normas que os entrevistados associam ao campo e quais destes hoje são questionados ou relativizados; verificamos a formação de competência profissional na área cultural, enquanto um território que mescla funções de jornalista e de especialista; examinamos *pertencimentos* existentes entre os agentes do campo jornalístico; e interrogamos o papel do jornalismo cultural como espaço tradutor e legitimador das experiências artísticas, estéticas e intelectuais, envolvendo uma cadeia produtiva de indivíduos ou grupos que ambiciona visibilidade social. Para a produção e análise do *corpus*, utilizamos a entrevista oral temática como recurso, juntamente com a Análise de Discurso (AD) de linha francesa como referencial teórico-metodológico, e filiamos nosso entendimento do jornalismo no paradigma interacionista. Buscamos compreender questões que estão além das rotinas e que se sustentam em bases mais profundas, amparadas essencialmente em valores que se configuram nas relações entre sujeitos e a partir de atributos ou predicados nem sempre tão perceptíveis. Diante disso, na análise das entrevistas, foi possível mapear quatro sentidos: a) ao profissional há uma condição de entrada neste campo, que é sua formação de competência ou repertório, a partir do aprendizado com colegas de profissão e pela aquisição do conhecimento formal; b) para efetuar a mediação jornalística é necessário ter uma posição de atuação para o entendimento das práticas exercidas por cada subgrupo; c) há uma relação entre estes profissionais que se estabelece através de um capital baseado na confiança; d) e uma matriz de percepção constante, um *habitus*, que compreende a ideia de uma autoimagem articulada por um *ethos* profissional. Apontamos para a importância da noção de confiança como virtude fundamental na inter-relação do jornalista e o social, assim como

para o jornalista no contrato social firmado como mediador da realidade perante esta mesma sociedade.

**Palavras-chave:** Jornalismo. Jornalismo Cultural. Assessores de Imprensa. Discurso. *Ethos*. Confiança.

## ABSTRACT

The purpose of this thesis is to understand the perceptions about the role of mediation journalists specialize in visual arts in the cultural field and how they articulate a professional ethos in contemporary journalism. The study was built from the analysis of interviews done with 11 professionals who work in the area, an intentional sample taking into account the relevance of these subgroups of media journalists and press officers, and the extension of their work in the Brazilian journalism. We intended to investigate the understanding of what it is to be a journalist, considering each interviewee point of view, according to the place they occupy; we compiled values, beliefs and rules they associate with the area and which are questioned or relativized; we verified how to build competence for the cultural area, as being a territory that mixes the function of journalist and specialist; we examined the sense of belonging from the agents of journalism; and we questioned the role of cultural journalism as a space for translating and legitimize artistic, esthetic and intellectual experiments, involving a whole productive chain of individuals or groups who seek for social visibility. For the *corpus* analysis, we used thematic oral interview as a resource together with Discourse Analysis (DA) from French research line as theoretical-methodological reference, and linked our understanding of journalism to the interactionist paradigm. Our goal was to comprehend questions which are beyond routines and that are sustained by deeper bases, reinforced essentially by values which are configured through the relations among individuals and by attributes or qualities not always perceptible. Taking that into account, after analyzing the interviews, it was possible to distinguish four aspects: a) there is a condition to enter the field of cultural journalism which is related to the competence or knowledge acquired by learning with workmates or through formal education; b) to make the journalistic mediation possible it is necessary to have a position for understanding the practices of each subgroup; c) there is a relation among these professionals established through trust; d) and a matrix of constant perception, a habitus that involves the idea of self-image articulated by a professional ethos. We highlight the importance of this sense of trust as a fundamental attribute of the interaction between journalist and society, as well as for the journalist into the social agreement firmed to act as a mediator of reality for the same society.



Key words: Journalism. Cultural Journalism. Press advisors. Discourse. Ethos. Trust.

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Entrevistados representantes do <i>corpus</i> da pesquisa .....	79
Tabela 2 – Formações Discursivas (FDs) .....	88

## SIGLAS

- ✓ **AD** - Análise de Discurso
- ✓ **CONEP** - Comissão Nacional de Ética em Pesquisa do Ministério da Saúde
- ✓ **CPDOC-FGV** - Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil da Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro
- ✓ **CUT** - Central Única dos Trabalhadores (CUT)
- ✓ **E** - Entrevistado
- ✓ **FABICO** - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- ✓ **FD** – Formação Discursiva, ou no plural **FDs**
- ✓ **FGV** - Fundação Getúlio Vargas
- ✓ **LEAD** - Laboratório de Edição, Cultura & Design
- ✓ **MST** - Movimento Sem Terra
- ✓ **PEC** - Proposta de Emenda à Constituição
- ✓ **PPGART** - Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais da Universidade Federal de Santa Maria
- ✓ **PPGCOM/UFRGS** - Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- ✓ **PUC-RS** – Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul
- ✓ **SD** – Sequência Discursiva, ou no plural **SDs**
- ✓ **REJ** - Rede de Estudos sobre Jornalismo
- ✓ **SESC SP** - Serviço Social do Comércio de São Paulo
- ✓ **TCLE** - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
- ✓ **UFRGS** - Universidade Federal do Rio Grande do Sul
- ✓ **UFSM** - Universidade Federal de Santa Maria
- ✓ **UNIFRA** - Centro Universitário Franciscano de Santa Maria
- ✓ **USP** – Universidade de São Paulo

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b> .....	11
<b>2. O CAMPO DO JORNALISMO</b> .....	21
2.1. A circunscrição do campo do jornalismo .....	22
2.2. Habitus e campo na teoria relacional de Pierre Bourdieu .....	27
2.3. A demarcação do conceito de ethos .....	33
2.4. Os sistemas especializados: a confiança e a credibilidade .....	37
2.5. Legitimidade interpretativa do Jornalismo Cultural.....	43
2.6. A complexidade da mediação das artes visuais.....	47
<b>3. JORNALISTAS DA MÍDIA E ASSESSORES DE IMPRENSA NO CONTEXTO DA ESPECIALIZAÇÃO EM ARTES VISUAIS</b> .....	54
3.1. Jornalista na assessoria de comunicação e as fontes interessadas .....	58
3.2. Sobre deontologia profissional.....	64
3.3. A produção do objeto empírico.....	66
3.4. A construção do corpus .....	70
3.5. A entrevista e a temática .....	75
3.6. Anotações a partir de um diário de campo.....	77
<b>4. ANÁLISE DE DISCURSO DAS ENTREVISTAS: MAPEAMENTO DOS SENTIDOS</b> .....	82
4.1. Depoimentos sob a Análise de Discurso .....	82
4.2. Construção interpretativa dos núcleos temáticos de sentido e sequências discursivas.....	86
4.2.1. Primeiro núcleo de sentido: A lógica do repertório para adentrar ao campo especializado .....	89
4.2.2. Segundo núcleo de sentido: Espaço tradutor e seus modi operandi.....	100
4.2.3. Terceiro núcleo de sentido: A confiança na interação de sistemas especializados	117
4.2.4. Quarto núcleo de sentido: A autoimagem em perspectiva .....	122
<b>5. CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	133
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	137

## 1. INTRODUÇÃO

Esta tese se justifica, como tantas outras, respondendo em boa parte aos anseios, interesses e aspectos pessoais da vida dos pesquisadores. Nessa medida, leva em conta, fundamentalmente, questionamentos sobre minha formação e, acredito, de outros jornalistas. Esta atitude reflexiva tem a intenção de discutir questões muito específicas e singulares com pares e a academia e, ousaria dizer, muito pouco com um público amplo. A trajetória profissional que percorro traz passagens por redações de veículos impressos tradicionais, pela produção em televisão, mas também uma atuação como assessor de imprensa por mais de uma década na área cultural. Entendo que minha experiência, hoje totalmente distanciada da área de assessoria, soma-se na tentativa de descortinar o que foi, a partir de meados da década de 1980, uma possível virada no entendimento amplo de funções e de autoimagens dos subgrupos profissionais presentes na tese, formados por jornalistas da mídia e por jornalistas de assessoria de imprensa. Buscamos nesta tese compreender questões que estão além das rotinas e se sustentam em bases mais profundas, amparadas essencialmente em valores que se configuram nas relações entre sujeitos e a partir de atributos ou predicados nem sempre tão perceptíveis num primeiro olhar.

O senso comum, incorporado ao domínio da comunicação, creditava até quatro décadas atrás – quando efetivamente as leis trabalhistas e uma conceituação mais profissional<sup>1</sup> começavam a ser aplicadas no Brasil – a imagem da profissão de jornalista da mídia a partir de um ideário revolucionário ou ético, sinônimo de um “cão de guarda da sociedade”, com direito e responsabilidade de fiscalizar quase tudo. Já este profissional, quando exercendo a posição de jornalista de assessoria de imprensa, era percebido numa mesma lógica como defensor intransigente daquele que o contratava (patrão ou empresa) ou, ainda, como um trabalhador muito próximo de um relações-públicas, entendido nesse contexto temporal como um organizador tão somente de

---

<sup>1</sup> O novo decreto de regulamentação da profissão, de 1979 (o original é de 1969), determinava a obrigatoriedade do diploma em curso superior de jornalismo, além das questões envolvendo novas tecnologias, globalização, expansão da comunicação organizacional, cadernos especializados, etc. Em 2009, o plenário do Supremo Tribunal Federal (STF) derrubou a exigência do diploma. Na ocasião, os ministros julgaram que a legislação que exigia o diploma – o Decreto-Lei n. 972/69, editado em pleno regime militar – não era compatível com a Constituição de 1988. Há, no entanto, uma discussão bem mais recente sobre exigência ou não da formação superior específica em jornalismo, em nível de graduação, como requisito para o exercício profissional. O Senado aprovou a PEC 386/09 – em 10 de março de 2015 – apensada à PEC 206/12, que também restabelece a exigência do diploma de jornalismo, já aprovada pelo Senado. Agora, é aguardada a votação na Câmara dos Deputados sobre a disposição da profissão de jornalista, que, atualmente, não exige a obrigatoriedade do diploma para o seu exercício (<http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/noticias/COMUNICACAO/483434-EXIGENCIA-DO-DIPLOMA-DE-JORNALISTA-VOLTA-A-PAUTA-DO-PLENARIO-NA-TERCA.html>). Acesso em: 12.09.16.

atividades que “vendessem” uma boa imagem do contratante. Tanto em um contexto como em outro, parte destes supostos consensos, predeterminados e distorcidos, são decorrentes de processos históricos da construção dos campos profissionais de jornalista e de relações-públicas no Brasil. Compreender e considerar as duas realidades no contexto brasileiro é algo necessário para o entendimento da lógica de produção da informação e da sua veiculação como notícia.

Assim, a presente tese intitulada *Percepções de profissionais do jornalismo cultural sobre ethos jornalístico e mediação das artes visuais*, se desenvolve dentro das atividades do Laboratório de Edição, Cultura & Design (LEAD),<sup>2</sup> que desde 2007 realiza projetos sistemáticos com o intuito de compreender a lógica do jornalismo em relação dinâmica com o sistema cultural, especialmente em estudos de viés histórico, por meio da análise de publicações e da ação de agentes como jornalistas, editores e críticos. E, também, com a colaboração do Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC - Escola de Ciências Sociais)<sup>3</sup> da Fundação Getúlio Vargas, do Rio de Janeiro.

Também, e a partir deste lugar, somos sabedores do crescimento expressivo, seja em quantidade ou em qualidade, de trabalhos que pesquisam os reflexos do mundo contemporâneo sobre as práticas e o perfil do jornalista. Atualmente, alguns pesquisadores buscam entender como o jornalista, enquanto indivíduo de uma esfera de ação que se profissionalizou num período recente da história brasileira, percebe a si próprio no universo de trabalho em que está inserido.

Nesta tese problematizamos a autoimagem que esse profissional tem de si porque entendemos que, se entrarmos nessa discussão com mais profundidade, clichês, rótulos ou estereótipos sobre a personificação de assessores de imprensa, principalmente, e da

---

<sup>2</sup> Grupo registrado no CNPq, o LEAD integra a Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (FABICO) e insere-se na linha de Jornalismo e Processos Editoriais do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM|UFRGS).

<sup>3</sup>O Centro de Pesquisa e Documentação de História Contemporânea do Brasil (CPDOC) é a Escola de Ciências Sociais da Fundação Getúlio Vargas. Criado em 1973, tem o objetivo de abrigar conjuntos documentais relevantes para a história recente do país, desenvolver pesquisas em sua área de atuação e promover cursos de graduação e pós-graduação. Trata-se do mais importante acervo de arquivos pessoais de homens públicos do Brasil, totalizando cerca de 1,8 milhão de documentos. Ainda com o intuito de registrar a história contemporânea brasileira, foi iniciado, em 1975, o Programa de História Oral que, desde então, vem recolhendo depoimentos de personalidades que atuaram no cenário nacional. Conta atualmente com mais de 5.000 horas de gravação, correspondentes a quase 1.000 entrevistas. Disponível em: <http://cpdoc.fgv.br/sobre>. Acesso em: 03.06.15.

relação deles com os jornalistas da mídia<sup>4</sup>, não resistem mais. Assim, pretendemos perceber, também, a autoimagem na representação de inter-relações no espaço social, e não apenas de reflexos internos; quais são os seus valores, competências, qual a compreensão que têm de um e outro (jornalistas da mídia e assessores de imprensa), e outros aspectos ligados a essa esfera de conhecimento, fortemente influenciada pelo do mundo social. Nossa proposta quer contribuir com os estudos do jornalismo como forma de conhecimento, situando-a numa perspectiva epistêmica, envolvendo as interações e a ética entre os profissionais. Percebemos que as produções acadêmicas em crescimento nas últimas décadas estão assentadas em questões macroestruturais. Nesses percursos, por vezes, surgem especificidades de alguns subcampos, como do jornalismo especializado. O jornalismo cultural está correlacionado ao jornalismo amplo, sendo raras as pesquisas e diagnósticos sobre a mediação ou a facilitação da comunicação mútua entre os diferentes grupos da sociedade, perfis profissionais, relações com as fontes ou até mesmo sobre a crítica cultural exercida com legitimidade pelo jornalismo cultural.

Por estas razões, e também levando em consideração a escassez de abordagens e as implicações junto a um *ethos*, entendido como um conjunto de valores, ideias e crenças profissionais que define como é ser jornalista e como operar na profissão, apostamos na ampliação dessa produção reflexiva, reforçando o entendimento do âmbito do jornalismo como lugar da mediação social por excelência.

Centrada na compreensão de que o jornalismo, então, exerce uma importante mediação entre o fato cultural e a sociedade, nossa proposta tem como objetivo geral compreender as percepções dos jornalistas especializados em artes visuais<sup>5</sup> sobre o papel da mediação que exercem e como articulam um *ethos* no jornalismo cultural contemporâneo. Tal empreitada se desenvolve no entendimento de que os dois subgrupos

---

<sup>4</sup>Como a tese está centrada nos profissionais jornalistas, tanto da mídia como de assessoria de imprensa, importa ressaltar que a realidade brasileira das assessorias hoje passa por uma grande transformação em vários aspectos, inclusive dos profissionais que nelas atuam. Assim, a matéria de dezembro de 2015 da *Revista Piauí* sobre uma nova realidade do setor traz um segmento específico que aborda os jornalistas contratados numa nova empresa denominada como “agências de comunicação”. Nesse novo contexto “desde meados da última década, as empresas de assessoria contratam sistematicamente, muitas vezes a peso de ouro, profissionais que levam consigo o *know-how* desenvolvido dentro dos jornais para investigar o poder, passando a operar esse conhecimento com sinais invertidos: como instrumento de proteção e promoção de clientes em geral poderosos, sejam eles públicos ou privados – ou atuem na intersecção das duas esferas”. <http://piaui.folha.uol.com.br/materia/o-sujeito-oculto>. Acesso 05.01.16.

<sup>5</sup> Na tese, a compreensão do mundo das artes, a partir da comunicação no sentido amplo e do jornalismo em particular, se estabelece baseada em termos de mercado da arte (assentado na legitimidade artística e no valor), particularmente em se tratando de arte contemporânea, ainda carente da sedimentação de valores. Um mercado que é internacionalizado, concentrado, hierarquizado em termos geográficos, dominado por leilões, feiras, bienais e exposições internacionais (QUEMIN, 2014).

evidenciados – jornalistas da mídia e jornalistas de assessoria de imprensa – vivem transformações nas práticas relacionais e nas rotinas de trabalho, acarretando consequências pouco estudadas, principalmente no jornalismo cultural. Entre as inquietações que nos levam a desenvolver esta tese buscamos objetivos específicos, como analisar o entendimento do que é ser jornalista sob o ponto de vista de cada entrevistado, a partir do(s) lugar(es) que ocupa no espaço profissional; sistematizar os valores, crenças e normas que os entrevistados associam ao campo e quais destes hoje são questionados ou relativizados; verificar a formação de competência profissional na área cultural enquanto um território que mescla funções de jornalista e de especialista<sup>6</sup>; e interrogar o papel do jornalismo cultural como espaço tradutor e legitimador das experiências artísticas, estéticas e intelectuais, envolvendo uma cadeia produtiva de indivíduos ou grupos que ambiciona visibilidade social. Ou seja, em essência, intentamos refletir principalmente sobre a existência de valores hegemônicos, que conformam a noção de um *ethos* do sujeito jornalista, mescla de valorações que jornalistas têm de si e do mundo, atribuindo a esse profissional um caráter e uma corporalidade.

Para esse processo, produzimos nosso *corpus* de estudo destacando para entrevistas 11 jornalistas da mídia e assessores de imprensa<sup>7</sup> – estudo este a ser detalhado ao longo do trabalho – atuantes no Brasil e com expressivo reconhecimento profissional no jornalismo cultural e nas artes visuais. Trata-se de uma amostra intencional, ou seja, um grupo no qual acreditamos na relevância da atuação, na abrangência de suas competências e produções. Entendemos que com o trabalho evidenciamos e compreendemos mais amplamente, através da obtenção dessas entrevistas, como são percebidas a mediação da cultura e um *ethos* jornalístico num cenário atual intrincado, caracterizado por alterações de toda ordem, sejam elas produtivas, envolvendo inovações

---

<sup>6</sup> Como nossa discussão na tese cruza as noções de profissão/profissionais e especialistas, acreditamos ser pertinente fazer uma distinção elaborada por Giddens (1997, p. 105) sobre os conceitos: “Não devemos igualar especialistas e profissionais. Um especialista é qualquer indivíduo que pode utilizar com sucesso habilidades específicas ou tipos de conhecimento que o leigo não possui. ‘Especialista’ e ‘leigo’ têm de ser entendidos como termos contextualmente relativos. Há muitos tipos de especializações, e o que conta em qualquer situação em que o especialista e o leigo se confrontam é um desequilíbrio nas habilidades ou na informação que – para um determinado campo de ação – torna alguém uma ‘autoridade’ em relação ao outro”.

<sup>7</sup> Jornalistas: Paula Alzugaray, diretora de redação da revista *Select*; Camila Régis, ex-repórter digital da revista *Select*; Leonor Amarante e Angélica de Moraes, ambas *freelancers* de diversas publicações brasileiras e internacionais; Francisco Dalcol, ex-repórter do jornal *Zero Hora*; Fábio Cypriano e Silas Martí, ambos do jornal *Folha de São Paulo*; e Gisele Kato, canal Arte1. E as assessoras de imprensa Cláudia Noronha (RJ), Marcy Junqueira (SP) e Mariele Salgado (POA).



tecnológicas, assim como de novos espaços de atuação, precarização, entre muitos outros fatores.

A singularidade e o ineditismo desta tese estão centrados na experiência de profissionais atuantes no jornalismo cultural brasileiro que se ocupam com a mediação do discurso específico das artes visuais. Em função disso, apontamos no estado da arte alguns trabalhos que dialogam com nossa tese, seja no uso da entrevista e da história oral como recursos para a obtenção de informações adicionais, seja na história do jornalismo ou em questões profissionais específicas. Isto porque tais métodos que usam a história de entrevistados para descortinar determinados fatos oferecem, a partir dos dados obtidos, uma flexibilidade de interpretações.

De Isabel Travancas sublinhamos dois trabalhos transformados em livros (TRAVANCAS, 1993, 2001). Uma dissertação de 1991 tem como ponto central o interesse em pensar como se constitui a identidade do jornalista e em que ela está ancorada. O *corpus* traz 50 jornalistas entrevistados, divididos em dois grupos, profissionais experientes e jovens. Já na tese de 1998, a autora trabalha com suplementos literários do Brasil e da França, entrevistando jornalistas e editores, objetivando analisar os cadernos dos jornais destes países com foco em duas vertentes: a leitura crítica e a consequente seleção dos suplementos publicados no período de 1990 a 1996 nos dois países; e a análise de 40 entrevistados franceses e brasileiros, entre jornalistas de outros veículos, assessores de imprensa de editoras, críticos literários e professores universitários.

Outra pesquisa é a de Alzira Alves de Abreu, vinculada à Fundação Getúlio Vargas (FGV) no Rio de Janeiro desde 1975. Trata-se de um amplo estudo sobre a história da imprensa no Brasil, a partir da década de 50, no CPDOC. Entre as obras, destacamos *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*, onde Abreu, Lattman-Weltman e Rocha (2003) reúnem falas de seis jornalistas e diretores de redação que reformularam ou criaram significativos órgãos de imprensa brasileiros nas últimas três décadas do século XX. Já em *Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC*, Abreu e Rocha (2006) apresentam o jornalismo cada vez mais como uma profissão feminina no Brasil, através das entrevistas com dez jornalistas. Além dos citados, outro trabalho, *Um novo olhar sobre os jornalistas: os depoimentos orais*, Abreu (2012) destaca a possibilidade de explicação sobre as mudanças ocorridas na mídia brasileira entre 1964-1985 no eixo Rio-São Paulo, a partir das editoriais de economia, reunindo entrevistas com 58 jornalistas.

Fábio Henrique Pereira, professor da UnB, pesquisa na área de sociologia do jornalismo e identidade profissional. Na tese *Jornalistas-Intelectuais no Brasil*, ele percorre os caminhos da construção identitária de dez jornalistas-intelectuais<sup>8</sup> brasileiros, entendidos como “os indivíduos que dividem a vida entre a prática das redações e outras atividades intelectuais, como a produção de obras artísticas e literárias, o pensar sobre o mundo e o engajamento em questões políticas e sociais” (PEREIRA, 2011, p. 17). O autor traça um percurso histórico a partir da segunda metade do século XX, com as transformações no meio jornalístico, para mostrar como o novo cenário trouxe alterações definitivas sobre a noção de jornalista-intelectual. “É a partir dessas mudanças que passamos a associar o jornalismo a uma competência técnica, distinta da visão romântica que tendia a lhe atribuir um caráter humanístico.” (PEREIRA, 2011, p. 174).

Sartor (2011), professor da UFRGS, em dissertação defendida na mesma universidade, trabalha na compreensão das interações que se estabelecem entre fontes assessoradas, assessores de imprensa e jornalistas da mídia, a partir das imagens-conceito<sup>9</sup> que esses sujeitos têm da atividade de assessoria de imprensa como dimensão dos processos de produção jornalística e de comunicação organizacional. Através da Análise de Discurso (AD) de entrevistas obtidas, evidencia um conjunto de representações que permitem pensar a assessoria como atividade que se constitui em perspectiva dialógica entre sentidos e práticas relacionados ao campo jornalístico (sua cultura, seus valores, suas formas narrativas e modos de produção) e ao campo da comunicação no âmbito das relações organizacionais (suas estratégias de visibilidade, relacionamento e construção de imagem), constituindo relações de poder que se atualizam sob as formas de cooperação estratégica, negociação e conflito.

Ainda destacamos o trabalho de Lisboa (2012), que apresenta uma dissertação que aborda a credibilidade a partir da filosofia e quais os valores associados à credibilidade do jornalismo<sup>10</sup> na percepção do leitor, ou o que o torna digno de crédito. Mesmo que o trabalho não faça uso do recurso da entrevista, a autora, no entanto, discute sobre o capital

---

<sup>8</sup> Adísia Sá, Alberto Dines, Antônio Hohlfeldt, Carlos Chagas, Carlos Heitor Cony, Flávio Tavares, Juremir Machado da Silva, Mino Carta, Raimundo Pereira e Zuenir Ventura.

<sup>9</sup> “A noção de imagem-conceito é explicada como um construto simbólico, complexo e sintetizante, de caráter judicativo/caracterizante e provisório, realizada pela alteridade (recepção) mediante permanentes tensões dialógicas, dialéticas e recursivas, intra e entre uma diversidade de elementos-força, tais como as informações e as percepções sobre a identidade (algo/alguém), a capacidade de compreensão, a cultura, o imaginário, a psique, a história e o contexto estruturado” (BALDISSERA, 2008, p. 198).

<sup>10</sup> Lisboa (2012, p.8) enfatiza que, mesmo não existindo uma definição exata da noção de credibilidade em relação ao jornalismo nos textos da filosofia, ela é entendida como um predicado epistêmico das fontes e seus relatos. O conceito está bastante associado ao de confiança, sendo que o significado mais frequente de credibilidade é confiabilidade.

simbólico mais relevante do jornalismo e tem duas premissas teóricas que nos interessam aqui, quais sejam, a crença no que deva ser o jornalismo e o caráter ético que sustenta a relação de confiança que o legitima, seus valores.

Em relação a indicativos de pesquisas recentes produzidas em outros países, temos um trabalho que aponta diretamente para tendências de investigação em jornalismo cultural. Golin *et al.* (2014), a partir de buscas nas bases de dados *Scopus*, *Web of Science*, *Scielo* e *Dialnet* no período que abrange de 1992 a 2012, detectam 40 textos que indicam pesquisas recentes produzidas em alguns pontos do planeta. Das tendências verificadas surgem quatro vertentes, quais sejam, pesquisas empíricas longitudinais e de cunho histórico; problematização do gênero crítica; discussões acerca da identidade do profissional especializado; e proposições teóricas sobre a constituição do jornalismo cultural. Das quatro dezenas de textos analisados na pesquisa pinçamos três títulos que trabalham a reflexão sobre a crítica e a identidade profissional a partir da prática do jornalismo cultural.

O inglês Forde (2001), por meio de entrevistas com jornalistas, editores, editores-chefes e assessores de imprensa, faz uma observação sobre as mudanças das revistas inglesas de música nos anos 1990. O autor busca saber as consequências daquela nova realidade, desencadeada ainda na década anterior e que afeta tanto a produção textual dos jornalistas especializados, como resulta numa fragmentação do mercado.

Harries e Wahl-Jorgensen (2007), da Universidade de Cardiff, examinam a autoimagem que jornalistas de artes ou jornalistas que trabalham com a crítica de teatro, música clássica, ópera e dança têm de si mesmos em relação aos outros jornalistas. Isto por meio de entrevistas com 20 destes profissionais no Reino Unido, entre abril de 2004 e fevereiro do ano seguinte, com o objetivo de compreender a cultura profissional de uma forma ampla e as diferenciações entre aqueles que trabalham como empregados em veículos e os contratados como *freelancers*.

O último estudo evidenciado é de Hellman e Jaakkola (2012), que analisam as páginas de artes do maior jornal finlandês, *Helsingin Sanomat*, a partir de documentos de planejamento estratégico do departamento de cultura da empresa, de conteúdo longitudinal no período de 30 anos, além de entrevistas temáticas e observação dos jornalistas culturais. Quinze jornalistas foram entrevistados em 2004.

A partir do exposto, salientamos que nossa tese tem como pressupostos que o jornalismo é um lugar de articulação de diversas representações do mundo social, inscrito nos sistemas simbólicos ou de significações culturais (BERGER; LUCKMANN, 2009;

BLUMER, 1980), gerados por processos de indivíduos em interação (TRAQUINA, 2005); o jornalismo detém um *ethos* sociológico (valores compartilhados por um grupo social e atribuídos pela sociedade) e um *ethos* discursivo (imagem de si que o orador constrói discursivamente) que se articulam e resultam em um processo contínuo de construção do *ethos* jornalístico ou da imagem discursiva do campo (CHARAUDEAU, 2006; MAINGUENEAU, 2014; AMOSSY, 2008; NEVEU, 2006, 2010); a compreensão da autoimagem não provém apenas de uma reflexividade interna, ou seja, a autoimagem supõe o indivíduo como um organismo agente, capaz de sentir, pensar e agir incorporados (BOURDIEU, 2006; GIDDENS, 1997, 2002; MAINGUENEAU, 2014); tanto o campo do jornalismo como o da arte podem ser percebidos como sistemas peritos interligados em uma rede circular, detentores de excelência técnica (GIDDENS, 1991; MIGUEL, 1999); a efetividade do jornalismo repousa na credibilidade e confiança depositadas pelo público na apreensão e narração da realidade (FRANCISCATO, 2005; LISBOA, 2012); e o jornalismo e suas práticas têm nos subgrupos de jornalistas da mídia e assessores de imprensa, formas diferentes de perceber e de mediar a informação em duas propostas que podem ser percebidas como uma sendo jornalística, que proporciona a determinados acontecimentos um valor informativo (DUARTE, 2004, 2010, 2011); e outra deduzida como estratégica, que busca adesão ao universo discursivo do jornalismo a fim de conquistar um espaço de legitimidade (CHAPARRO, 2010, 2011; DUARTE, 2011; LOPES; VIEIRA, 2004).

Tais pressupostos apontam para indícios de transformações nos padrões normativos, tanto do *ethos* jornalístico como da própria mediação do jornalismo contemporâneo. Assim, trazemos como questões articuladas de pesquisa as perguntas de como os jornalistas da mídia e os assessores de imprensa percebem a si mesmos e aos outros na função de agentes de mediação jornalística das artes visuais e, mais, o que estas percepções apontam sobre o *ethos* profissional e suas especificidades no campo do jornalismo cultural contemporâneo?

A partir da análise das entrevistas que obtivemos, busca-se um entendimento significativo dos discursos sobre si destes jornalistas da mídia e assessores de imprensa, através de singulares autonarrativas, pouco pesquisadas para a compreensão do universo do jornalismo cultural brasileiro em nossos dias. Ou seja, a tese busca problematizar a percepção de jornalistas da mídia e assessores de imprensa atuantes na esfera das artes visuais sobre processos de mediação e de um *ethos*, uma imagem de si, por meio das falas destes profissionais.

A razão da escolha do uso da entrevista é, antes de mais nada, porque entendemos que os discursos estão sempre comprometidos com sentidos, e estes são “administrados”, não estão soltos. Entendemos o jornalismo como uma profissão, mas também como uma prática social de produção discursiva. Dessa maneira, no uso da entrevista como recurso, o discurso é o lugar em que é possível compreendermos como a língua produz sentidos por e para os sujeitos. E é sob este viés que a investigação se dá, na intenção de buscar entender por meio das formações discursivas de jornalistas os sentidos sobre atividades, rotinas, formação e ainda a mediação que promovem para tornar compreensíveis os fatos essenciais.

Ainda, metodologicamente, enfatizamos que nossas preferências estão centradas diretamente no uso da história oral temática e na aplicação dos recursos da Análise de Discurso. Primeiro, porque entendemos que hoje a questão do emprego de depoimentos orais é parte do escopo técnico-metodológico de grande número de pesquisadores, principalmente das ciências sociais. Segundo, quanto a Análise de Discurso, porque nos oferece a possibilidade de percorrermos as entrevistas, observando com mais clareza sequências discursivas (SDs) que transbordam sentidos particulares das falas. Ou seja, permite a ordenação, a sistematização e a análise crítica dos sentidos produzidos pelas evidências orais.

Em termos estruturais, a tese está dividida em cinco capítulos, da seguinte maneira:

Esta introdução, e em seguida o segundo capítulo, no qual são apresentados os principais conceitos que alicerçam o trabalho, estabelecendo algumas conexões e expondo mais amplamente o horizonte da pesquisa. O jornalismo como uma realidade construída; o profissional jornalista como dotado de um *habitus*; e que este *habitus* é composto por um *ethos*, princípios ou valores sob o aspecto moral e incorporado às ações. A operacionalização dessas três noções conceituais nos possibilita avançar no entendimento de uma autoimagem dos entrevistados representantes do nosso *corpus*. Ainda desdobramos a compreensão dos sistemas peritos ou *expert systems* e a noção de confiança no contexto contemporâneo; além da abordagem em torno da legitimidade interpretativa do jornalismo cultural.

No terceiro capítulo apontamos para reflexões que colaboram para contextualizar a tese, esboçada na percepção de um cenário das primeiras décadas do século XXI, em que diversas transformações sociais e de toda ordem têm afetado processos nos quais o

jornalismo está inserido ou é protagonista. Também abordamos alterações em aspectos da cultura profissional com foco nas relações interpessoais de jornalistas da mídia e assessores de imprensa, objetivando compreender com propriedade como tem se dado esse processo no contexto comunicacional brasileiro, da especialização e do jornalismo cultural em particular. A seguir, trazemos a produção do objeto empírico por meio da história oral e dos depoimentos dos profissionais. Também demonstramos como se constituiu a construção do *corpus* da tese, a partir do detalhamento sobre as escolhas dos entrevistados e da maioria dos passos do processo empreendido, como a escolha do tipo de entrevista e anotações provenientes de um diário de campo.

No quarto capítulo são destacados os impasses e a relevância do trabalho a partir de depoimentos, o procedimento da Análise de Discurso como metodologia, a investigação e a interpretação das entrevistas. Extraímos quatro núcleos de sentido do discurso produzido pelo nosso *corpus* e que retratam como atuam e circulam os profissionais entrevistados. Eles proferem seus discursos sobre si operacionalizando um *habitus* profissional, articulado de forma muito semelhante em ambos os subgrupos, em que se apresenta como essencial a formação de competência ou repertório. Princípios geradores e organizadores de práticas e de representações refletem e reforçam nesses profissionais um *ethos* discursivo, associado ao campo profissional, no qual os valores da credibilidade e da confiança são aspectos-chave de sustentação; e, ainda, o *ethos* discursivo é manifesto através de uma matriz de percepção constante, um *habitus*, que compreende a ideia de uma autoimagem. Com tais apontamentos, ampliamos o entendimento do campo jornalístico e a autopercepção dos subgrupos em foco.

No quinto e último capítulo são trazidas algumas considerações sobre o trabalho desenvolvido, principais apontamentos e perspectivas.

## 2. O CAMPO DO JORNALISMO

Aqui apresentamos os principais conceitos que alicerçam o trabalho, estabelecendo algumas conexões e expondo mais amplamente o horizonte da pesquisa. Entendemos o jornalismo como uma realidade construída (Berger e Luckmann, 2009) – mundo social e homem atuando reciprocamente um sobre o outro –; o profissional jornalista como dotado de um *habitus* (Bourdieu, 2007a, 2004)

sistemas de disposições duráveis e transferíveis, estruturas estruturadas predispostas a funcionar como estruturas estruturantes, ou seja, como princípios geradores e organizadores de práticas e de representações que podem ser objetivamente adaptadas a seu propósito, sem assumir o propósito consciente de certos fins nem o domínio expreso das operações necessárias para alcançá-lo, objetivamente "reguladas" e "regulares" sem aparentar obediência a regras, e, por tudo isso, coletivamente orquestradas sem serem o produto da ação organização de um maestro (BOURDIEU, 2007a, p. 86, tradução nossa).<sup>11</sup>

Ou ainda, princípio motivador e regulador de práticas cotidianas, a partir da socialização do indivíduo; e que este *habitus* é composto por um *ethos*, princípios ou valores de aspecto moral e incorporado às ações. A operacionalização destas três noções conceituais nos possibilita avançarmos ao foco central da tese, ou seja, captar ou distinguir uma autoimagem<sup>12</sup> dos entrevistados a partir de suas performances.

Ainda neste capítulo trazemos também à discussão a relevância e a natureza dos sistemas peritos (*expert systems* no original) de Giddens (1991, 2002) na sociedade contemporânea e como este conceito colabora na percepção do jornalismo e das artes visuais, bem como a noção de confiança – enquanto conjunto generalizado de relações para com os ambientes social e físico – se mostra como uma virtude fundamental nessa inter-relação indivíduo (jornalista) e social; além de uma abordagem em torno da legitimidade interpretativa do jornalismo cultural.

---

<sup>11</sup> “sistemas de disposiciones duraderas y transferibles, estructuras estructuradas predispuestas a funcionar como estructuras estructurantes, es decir, como principios generadores y organizadores de prácticas y de representaciones que pueden ser objetivamente adaptadas a su meta sin suponer el propósito consciente de ciertos fines ni el dominio expreso de las operaciones necesarias para alcanzarlos, objetivamente "reguladas" y "regulares" sin ser para nada el producto de la obediencia a determinadas reglas, y, por todo ello, colectivamente orquestadas sin ser el producto de la acción organizadora de un director de orquesta”.

<sup>12</sup> O uso do termo dialoga com o pensamento de Giddens (2002) quando este ressalta que a formação de uma autoimagem e de uma autoconsciência não provém apenas de uma reflexividade interna, mas deriva de trocas, ou seja, de inter-relações sujeito-sujeito no espaço social. E, também, quando reafirma a perspectiva do interacionismo simbólico que nos filiamos e do ser humano como um organismo agente.

## 2.1. A circunscrição do campo do jornalismo

Dentre as teorias sobre jornalismo, aquela que nos oferece uma visão mais completa das formas de estruturação das notícias e trata com mais propriedade alguns aspectos relevantes para o estabelecimento de relações com a tese é a teoria construcionista, sustentada na perspectiva interacionista<sup>13</sup>, cuja visão do homem é de um indivíduo empenhado na “interação social consigo mesmo por meio da autoconfecção de indícios e da resposta aos mesmos” (BLUMER, 1980, p. 131). Este entendimento classifica o jornalismo como construção social, pleno de índices de procedimentos complexos que envolvem ação pessoal, constrangimentos organizacionais, valores sociais estabelecidos no bojo de uma cultura profissional que implicam em determinados enquadramentos narrativos dos acontecimentos.

A visão socioconstrucionista nos traz apoio para a ideia de que os discursos não só representam a vida social, mas também a constituem. Ou seja, “quando se envolvem na construção de significado, as pessoas estão agindo no mundo por meio do discurso em relação aos seus interlocutores e, assim, se constroem e constroem os outros”, enfatiza Moita Lopes (2003, p. 25), ainda que existam outros aspectos da vida social com papéis importantes, como as instituições, por exemplo, na sua constituição.

A partir das teorias construcionista e interacionista do jornalismo (TRAQUINA, 1993, 2005, 2007, 2013; FRANCISCATO, 2005; BENETTI, 2008, 2013), a prática jornalística institucionalizada se sustenta por meio de três instâncias fundamentais, interligadas, constituintes de uma identidade profissional, quais sejam, a pública, a normativa e a discursiva. A instância pública provém dos sentidos e significados sociais e simbólicos a respeito do jornalismo como uma instituição social e de natureza pública, apresentando-se também como um sistema perito; a instância normativa é aquela que diz respeito a normas, princípios e valores ou do jornalismo como instituição social; daquilo que a sociedade espera que seja a sua conduta institucional, na qual as noções de verdade e credibilidade<sup>14</sup> estão sedimentadas; e a instância discursiva, que rege a construção do

---

<sup>13</sup> De acordo com Blumer (1980), o interacionismo simbólico é um termo criado que se popularizou a partir de 1937. Três premissas sustentam o conceito: a primeira é que os seres humanos agem em relação ao mundo fundamentando-se nos significados que este lhes oferece; a segunda é que os significados destes elementos são resultantes da interação social mantida com as demais pessoas; e a terceira premissa diz que tais significados são manipulados por um processo interpretativo no sentido de modificá-los.

<sup>14</sup> A credibilidade é de natureza intersubjetiva, ou seja, se forma no contexto de uma relação e é dependente da perspectiva de outro sujeito, sendo que Lisboa (2012) sugere a distinção de duas facetas do conceito de credibilidade: a *credibilidade constituída* (de quem enuncia) e a *credibilidade percebida* (efetivamente atribuída pelo interlocutor).



texto jornalístico tanto em termos dos meios midiáticos como em relação a estratégias discursivas produtoras do efeito do verdadeiro e credível.

Diversos teóricos colaboram no entendimento de como o jornalismo pode ser percebido como uma realidade construída, através de obras como de Tuchman (1983) e dos sociólogos Berger e Luckmann<sup>15</sup> (2009, p. 35). De acordo com estes últimos, “a vida cotidiana se apresenta como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente”. Ou seja, a realidade social do cotidiano é “assimilada em um *continuum* de tipificações, progressivamente anônimas à medida que se afastam do ‘aqui e agora’ da situação face a face” (BERGER; LUCKMANN, 1980, p. 106), em que a estrutura social equivale a todas as tipificações e padrões recorrentes de interação estabelecidos por seu intermédio. A coerência já é posta (por meio das estruturas de pertinência fundamentais referentes ao cotidiano e oferecidas pelo reservatório social de conhecimento) antes da atuação primeira de cada indivíduo, e a linguagem dá significação às coisas, cabendo a este mesmo indivíduo interpretar as experiências. Tal exposição é essencial para que compreendamos a importância da produção discursiva jornalística enquanto uma forma de conhecimento específico da realidade que ocupa um lugar privilegiado de produção e circulação de valores e sentidos, transformando-se, assim, em um importante ambiente de análise sobre a cultura<sup>16</sup>. Um conhecimento que parte do jornalismo deve cumprir, segundo Benetti e Lisboa (2015), três condições, quais sejam: as da crença, da verdade e da justificação, possibilitando ao sujeito crer que o jornalismo diz a verdade, e esta verdade deve estar justificada em seu próprio discurso. Compreender o jornalismo como crença verdadeira é percebê-lo sempre como uma interpretação, em que a verdade a que aspira é uma aproximação, a partir de um mundo comum compartilhado.

Dependente de um aprimorado sistema de crenças que desvenda por que atribuímos credibilidade a certos relatos e não a outros, acreditamos que o jornalismo

detém um monopólio real sobre os instrumentos de produção e difusão em grande escala da informação, e, através desses instrumentos, sobre

---

<sup>15</sup> Peter L. Berger e Thomas Luckmann, publicaram em 1974 o livro *A construção social da realidade: tratado de sociologia*, no qual trabalham “realidade” e “conhecimento” como termos essenciais para explicar o processo de construção social da realidade. Uma espécie de patamar mínimo de entendimento comum, compartilhado, da realidade social, para a qual contribuem fatores como os modelos de comportamento, a definição de papéis sociais, em que a linguagem tem um papel crucial.

<sup>16</sup> Cultura entendida como um campo de dominação simbólica e de luta entre sujeitos nos diferentes campos pela demarcação de posições sociais distintas. Ou seja, entender o conceito de cultura como em Bourdieu (2007b), relacionando-o a uma sociologia das práticas e das relações de poder.

o acesso dos simples cidadãos, mas também dos outros produtores culturais cientistas, artistas, escritores, ao que se chama por vezes de “espaço público”, isto é, à grande difusão (BOURDIEU, 1997, p. 65).

Sabendo que é preciso flexibilizar a ideia bourdiana de monopólio atribuída ao jornalismo, ele, no entanto, exerce uma função “especular”, ou seja, de retratar idealmente a diversidade das funções pedagógicas, simbólicas, mobilizadoras e reparadoras das restantes instituições (RODRIGUES, 2012), o jornalismo como campo também se vê dominado pela lógica comercial, impondo suas limitações a outros campos sociais, como o cultural, através do monopólio dos instrumentos de difusão. Assim, entendemos que é fato que o jornalismo tem uma autonomia relativa, já que é fruto de muitas interações entre diversos agentes sociais. Voltado para os acontecimentos e não para as problemáticas, segundo Bourdieu (1997) e Traquina (2005), o jornalismo acaba por ser uma parte seletiva da realidade, já que seus profissionais veem certas coisas e não veem outras.

Traquina (2005) nos faz refletir sobre a questão a partir de três níveis. Numa primeira instância podemos perceber os jornalistas interagindo com diversas fontes de informação. Às vezes até como parte de uma estratégia comunicacional na criação de pseudoeventos<sup>17</sup>. Um segundo nível diz respeito à interação que ocorre entre jornalistas, entendidos como uma comunidade que partilha uma identidade profissional<sup>18</sup>, valores e cultura comuns, e esses profissionais, ao definir o que é notícia, contribuem tacitamente para a construção da realidade. E, num terceiro nível, estão os jornalistas, ao dizer o que é ou não notícia, que atuam de maneira silenciosa junto à sociedade nas definições e fronteiras do que é legítimo ou ilegítimo, normal ou anormal.

---

<sup>17</sup> Pseudoevento ou pseudoacontecimento é uma noção proposta por Boorstin (1987) como sendo a construção e organização de *eventos* com o objetivo de serem noticiados, dentro de uma lógica de coerência frenética da vida cotidiana, focada na ausência de acontecimentos espontâneos.

<sup>18</sup> Traquina (2007), ao tratar da identidade do jornalista, reúne a reflexão de mais autores objetivando esclarecer quem são os jornalistas. E conclui que estes têm uma maneira de agir pragmática, preocupados com o valor do imediatismo e com o saber de procedimento; uma maneira característica de falar, claramente relacionada com o saber da narração na busca de ser compreensível, por meio de frases e parágrafos curtos, palavras simples, concisão e uma sintaxe direta e econômica, além do uso de metáfora para ampliar a compreensão do que escrevem; uma maneira de ver através de um ‘prisma’ ou com ‘óculos’ especiais, privilegiando uma visão bipolar ou de polos opostos e temporalmente limitada. Tal maneira de percepção acarreta a estruturação dos acontecimentos em torno de indivíduos e um gosto pelos aspectos espetaculares ou dramáticos. Assim, se é possível evidenciar as particularidades do jornalismo ou do grupo profissional é necessário, além de conhecê-las, também refletir sobre elas, seja pela centralidade dos processos comunicacionais, seja sobre os compromissos éticos envolvidos em tais procedimentos.

Também, por meio do mesmo autor, podemos entender o campo jornalístico a partir de dois polos distintos: um ideológico e positivo, numa relação direta com a cidadania; e outro de viés econômico, entendido como negócio, e as notícias como mercadorias. Este último atua na constituição do primeiro e, dessa forma, a ganância pelo lucro diminui os valores associados à ideologia profissional. Atuando nesses entrelaçamentos dialético estão diversos “jogadores” mobilizados; “são ‘promotores’ que avançam as suas ‘necessidades de acontecimentos’”. Interagem com os profissionais do campo jornalístico, os jornalistas, que, em última instância, decidem, em interação com outros jornalistas, o que é notícia, qual é sua importância, e como é definida” (TRAQUINA, 2005, p. 28).

É a partir da compreensão dos modos de produção jornalística, de suas lógicas temporais e de suas funções sociais (FRANCISCATO, 2005) que se pode caracterizar o jornalismo tanto como atividade profissional quanto como instituição. O jornalismo segue, como enfatizamos, determinados processos e princípios, entre eles estar comprometido com a ideia de verdade<sup>19</sup>; reconstruir discursivamente o mundo e marcar as noções de relevância, importância e hierarquia do que relata; estar inserido na sociedade e atuar em processos amplos e históricos. Quando o autor se refere à instituição, diz respeito a um aspecto coletivo e organizacional do jornalismo, ou seja, uma forma social e uma estrutura operacional de produção; já ao tratar da atividade jornalística, remete ao conjunto das práticas, normas, valores e conhecimentos que orientam esta prática.

A intenção de refletirmos dessa mesma maneira é pensarmos a partir desse conjunto de procedimentos que produz uma ideologia profissional; como estes componentes têm oscilado ao longo do tempo; como os jornalistas são capazes de mantê-los, adaptando o trabalho às exigências de uma realidade social labiríntica. Ou seja, elaboramos uma tese acreditando numa ciência que pode e deve ser elucidativa, indivisível entre teoria e prática, uma das bases do pensamento bourdiano que recorremos.

Novamente, Traquina (2005) alerta para o jornalismo ser demasiadas vezes reduzido ao domínio técnico de uma linguagem e seus formatos, e seus profissionais

---

<sup>19</sup> Lisboa (2012, p.24) recorre a Austin e Charaudeau pois, ciente da complexidade da questão, sintetiza que a noção de verdade no jornalismo “está amparada na sua relação de correspondência com a realidade, com os fatos, considerando a existência ontológica destes”. Assim, “a questão da veracidade é primordial para a crença em uma fonte de informações como o jornalismo, que se propõe a descrever e interpretar a realidade. Um relato jornalístico constrói-se a partir de estratégias discursivas que atestam sua autenticidade ou verossimilhança com os fatos e o valor das explicações”. Quatro elementos guiam este processo: a autenticidade, a designação, a verossimilhança e a explicação.

reduzidos a meros empregados, trabalhadores numa fábrica de notícias. A crítica de um dos principais teóricos do jornalismo reforça o caráter intelectual, criativo de uma comunidade profissional mediadora e influente na construção social ou da realidade, a partir de inúmeras interações nas quais, segundo Rodrigues (1999), o jornalismo com seu discurso promove a mediação na organização da experiência do aleatório, lhe conferindo racionalidade, por meio de regulação dos acontecimentos imprevisíveis.

Assim, mesmo que o jornalismo seja tratado como uma profissão<sup>20</sup> de comunicação, Kunczik (1997) lembra que falar de comunicação é de uma abrangência tamanha que podemos ir das questões de sociabilidade, passando pelos meios de comunicação de massa ou até mesmo a variedade de autoimagens profissionais dos jornalistas. Lago (2002, p. 57) pensa também na abrangência, destacando que devemos perceber o jornalismo em outra dimensão, enquanto um campo, “um espaço de posições, onde se operam disputas – específicas por um lado e universais por outro”. No entendimento de que o jornalismo pode ser percebido como um subcampo da comunicação, detentor de grande poder simbólico de construção da realidade, a autora destaca que, no caso do jornalismo, esta produção é parte de um complexo de construção de realidades levado a cabo pela mídia como um todo. Tal construção, ela explica, deve ser entendida em uma lógica intrincada, em que “a construção da realidade operada pela e na mídia é realizada na relação dialética entre o que é oferecido pela mídia (que por sua vez é produto de inúmeras disputas) e o que é reaprendido, percebido pelos sujeitos dotados de seus *habitus* individuais e coletivos” (LAGO, 2002, p. 74).

Situar o jornalismo enquanto profissão num discurso duplamente entrecruzado por elementos humanistas e tecnicistas é o caminho percorrido por Pereira (2004), que também entende que são determinantes as condições históricas e institucionais. É possível constatar que uma nova identidade profissional está sendo forjada e que transita “da visão

---

<sup>20</sup> Entendemos ser o jornalismo uma profissão. Mas Kunczik (1997, p. 37) frisa que a discussão em torno de ser ou não profissão é uma pergunta não só acadêmica, como diz respeito também à autoimagem dos jornalistas. Isto porque o termo “profissional” acaba adquirindo três sentidos preponderantes: o oposto do aficionado; a qualificação por meio da capacitação especial; e um código de conduta que dá prioridade aos interesses da clientela receptora (embora não exista uma definição clara deste público). Cabe fazer a distinção, dentro de limites flexíveis, entre as expressões emprego, ocupação e profissão, a partir de Kunczik (1997, p. 32-33). A ocupação é entendida como uma atividade específica até que termine a atividade econômica, sendo que requer capacitação e educação prévia; o emprego como sendo o trabalho móvel ou casual motivado por questões econômicas. Já o termo profissão é usado quando a ocupação requer um conhecimento altamente especializado, adquirido por uma formação ocupacional prolongada, com base teórica; responsabilidade com certos regulamentos profissionais; e quando há uma formação de um grupo formal que representa os interesses da comunidade ocupacional.

romântica<sup>21</sup> da profissão ao aprofundamento do caráter empresarial da imprensa” ou do “jornalismo de mercado”<sup>22</sup> (PEREIRA, 2004, p. 3). Por princípio, ressalta este mesmo autor, o jornalista estaria comprometido com a sociedade e com os valores democráticos.

## 2.2. *Habitus* e campo na teoria relacional de Pierre Bourdieu

Aos abordarmos a partir daqui *habitus* e campo, fundamentos conceituais tão complexos de cercar, é válido explicitar que trabalhar numa pesquisa que resulte numa proposição intelectual é confrontar-se com autores e conceitos que necessitam de coerência e delimitação para suas utilizações. Recorremos ao sociólogo francês Pierre Bourdieu<sup>23</sup>. Estamos cientes da exigência de uma clareza para o que pretendemos em termos de uma construção conceitual e de seus propósitos, sabendo obviamente do espectro amplo, profundo e heterogêneo da produção intelectual bourdiana. Fundamentalmente, o intuito é a aproximação de alguns pontos centrais do pensamento bourdiano, tais como a noção de *habitus* e o conceito de campo, e com isto obtermos sustentação para as análises sobre as falas dos entrevistados e as possíveis associações existentes entre elas a partir de nosso *corpus*. Também pretendemos iluminar a relação entre o jornalista da mídia e o assessor de imprensa, buscando substancialidades que promovem o discurso da arte presentes nessa mediação. Procuramos obter o *modus operandi* como o foco de percepção do trabalho, ou ainda analisar o próprio ato de constituição e realização das práticas – o que Bourdieu denomina como um conhecimento

---

<sup>21</sup> Cláudia Lago é autora de tese, defendida na ECA/USP em 2002, sobre o *ethos* romântico no jornalismo. A partir de análises de textos é percebido “um conjunto de disposições, percepções e valorações que os agentes têm de si e do mundo, uma dimensão do *habitus* que contém a autoimagem e, nesse sentido, orienta as representações”, reivindicando para o jornalismo uma perspectiva iluminista.

<sup>22</sup> Segundo Neveu (2006), é a prática jornalística sob a égide da rentabilidade máxima ou das lógicas comerciais, de prioridade às editoriais ‘úteis e importantes’, utilização de *freelancers*, perda de autonomia das redações em face dos departamentos de gestão e imprensa gratuita (informação-serviço e *soft news*).

<sup>23</sup> A produção de Bourdieu é sintetizada por Martins (2002, p. 166) da seguinte maneira: “Diante dessa diversidade de objetos de investigação, pode-se indagar se a obra de Bourdieu não terá sido elaborada sob o signo da dispersão e fragmentação. A despeito das várias etapas de construção do seu extenso trabalho de investigação (o que requer necessariamente estudos detalhados sobre a evolução de seu percurso intelectual), um dos seus eixos nucleadores foi sem dúvida o projeto de apreender a prática humana, que se pautou pelo distanciamento de um *ethos* filosófico que tende a imprimir a construção de um discurso total sobre essa questão, tratando-a a partir de considerações sobre a natureza e a condição humanas, e pela estratégia de concentrar-se em um conjunto de objetos aparentemente insignificantes, considerados até então destituídos de interesse científico e de relevância social na hierarquia dos temas privilegiados pela sociologia, tais como a frequência aos museus, a prática fotográfica por parte de determinados grupos sociais, as trocas linguísticas, a formação dos gostos etc. Buscou assim compreender, de forma muitas vezes microscópica e detalhada e a partir de procedimentos empíricos, não a essência da ação humana, mas a complexa relação entre os distintos espaços sociais em que se manifestam esses fenômenos e a inserção dos atores envolvidos na sua produção, vale dizer, as condições de efetivação e as modalidades de produção das diversas práticas dos agentes sociais”.

do mundo praxiológico. Assim, operacionalizamos a proposta da tese por meio de alguns conceitos-chave de maneira a objetivar a nossa reflexão.

Feitas tais colocações, há, talvez, que respondermos: por que neste trabalho se mostra fundamental desenvolvermos tanto a noção de *habitus* quanto a compreensão de campo? No que diz respeito ao *habitus*, porque as práticas cotidianas

não são estabelecidas por critérios objetivos e mensuráveis, passíveis de articulação por parte do indivíduo. Ao contrário, a maior parte das ações apresenta-se ao indivíduo como a consequência óbvia de uma ação anterior, ignorando o arbítrio existente na adoção de uma escolha (BARROS FILHO, 2003, p. 115).

Já em relação ao conceito de campo, porque tal noção, “em certo sentido, uma forma conceitual abreviada de construção do objeto, que irá reger – ou guiar – todas as decisões de pesquisa prática”, funciona como um lembrete para a necessidade de se “verificar se o objeto que pretendo estudar não está preso em uma teia de relações que deva ser a essência de suas propriedades” (BOURDIEU, 1995, p. 170, tradução nossa)<sup>24</sup>. Assim, nosso esforço científico é inspirado “na convicção de que não podemos capturar a lógica mais profunda do mundo social a não ser submergindo na particularidade de uma realidade empírica, historicamente situada e datada, para construí-la” (BOURDIEU, 2008, p. 15).

Trazido o entendimento do raciocínio específico ao jornalismo que se configura como prática institucionalizada, necessitamos demonstrar em que medida ele se configura como um espaço constitutivo da sociedade, ou seja, como um campo<sup>25</sup> ou

uma rede de relações objetivas (de dominação ou de subordinação, de complementaridade ou de antagonismos etc.) entre posições (...) Cada posição é objetivamente definida por sua relação objetiva com outras posições ou, em outros termos, pelo sistema das propriedades pertinentes, isto é, eficientes, que permitem situá-la com relação a todas as outras na estrutura da distribuição global das propriedades. (BOURDIEU, 1996, p. 261).

<sup>24</sup> “La noción de campo es, em certo sentido, la estenografía conceptual de un modo de construcción del objeto que habrá de regir – u orientar – todas las decisiones prácticas de la investigación. Funciona como un recordatorio: debo verificar que el objeto que me propongo estudiar no esté atrapado em una red de relaciones a las cuales deba la esencia de sus propiedades”.

<sup>25</sup> A primeira elaboração rigorosa da noção de campo, explica Bourdieu (2007b, p. 66) veio de uma leitura do capítulo de *Wirtschaft und Gesellschaft* (de Max Weber), consagrado à sociologia religiosa, em que o francês se propunha a uma construção aplicada a domínios diferentes. Assim, “compreender a gênese social de um campo, e apreender aquilo que faz a necessidade específica da crença que o sustenta, do jogo de linguagem que nele se joga, das coisas materiais e simbólicas em jogo que nele se geram, é explicar, tornar necessário, subtrair ao absurdo do arbitrário e do não-motivado os atos dos produtores e as obras por eles produzidas e não, como geralmente se julga, reduzir ou destruir” (BOURDIEU, 2007b, p. 69).

Ou, ainda, como espaço simbólico existente a partir de um capital (quantidade de acúmulo de forças) que reflete atuações interna e externa de indivíduos; possuidor de um *habitus* ou uma matriz de percepção constante, porém versátil a partir da vida cotidiana; e, também, que a constância aplicada a este campo específico conforma um *ethos* profissional, ou seja, regras partilhadas, interiorizadas por aquele grupo social.

Ao exposto acrescentamos que o pensamento bourdiano nos oferece a possibilidade de pensar a análise de um objeto situando-o de forma relacional, ou seja, no espaço global ou específico em que se encontra. O autor enfatiza o primado das relações, pois “o que existe no mundo social são relações; não interações ou laços intersubjetivos entre os agentes, mas relações objetivas que existem 'independentemente das consciências e das vontades individuais', como dizia Marx” (BOURDIEU; WACQUANT, 1995, p. 64, tradução nossa)<sup>26</sup>, ele destaca, “e que tem como ponto central a relação, de mão dupla, entre as estruturas objetivas<sup>27</sup> (dos campos sociais), e as estruturas incorporadas (do *habitus*)” (BOURDIEU, 2008, p. 10)<sup>28</sup>. Ou ainda uma cumplicidade ontológica<sup>29</sup>, termo que retoma para designar essa vinculação de campo e *habitus*.

Na busca de uma resposta para focar a mediação entre o indivíduo e as relações objetivas do mundo social, o autor trabalha com a noção de *habitus*, termo originalmente presente na filosofia escolástica, conforme explica Martins (2002, p. 172-173), e no campo conceitual de Aristóteles como uma disposição moral; expressão também presente em trabalhos de Durkheim, Mauss e Panofsky, percebido como as ações dos indivíduos de qualidade estável e adquirido mediante execuções repetidas de determinados atos, uma rede de práticas e significados já existentes, o que pressupõe um aprendizado anterior;

Bourdieu (2007<sup>a</sup>) explica a operacionalidade e a contribuição do *habitus*. Quando pensado a partir do universo das instituições, tem seu pleno efeito, através de um “trabalho de inculcação constituído no curso da história particular de um indivíduo que se reporta à história particular de seu grupo e/ou classe social”, o que possibilita se

---

<sup>26</sup> “lo que existe em el mundo social son relaciones objetivas entre posiciones; no interaciones o vínculos intersubjetivos entre agentes, sino relaciones objetivas que existen ‘independentemente de la consciencia y la voluntad individuales’”.

<sup>27</sup> Entendidas como regras de ação, educação formal, gostos, etc.

<sup>28</sup> É preciso destacar que neste trabalho acreditamos que a visão de Bourdieu, contrária à da perspectiva interacionista, traz a possibilidade de uma aproximação das duas abordagens. Isto é, na medida em que acreditamos possível perceber os cruzamentos de estruturas e do poder social com as interações e compromissos de ordem mais subjetiva estabelecidos entre indivíduos.

<sup>29</sup> No sentido de ordem e continuidade a respeito das experiências do indivíduo.

perceber como “uma espécie de solidariedade entre os indivíduos dotados de um *habitus* de grupo, que podem ajustar as suas ações recíprocas independentemente da obediência a um conjunto de normas estabelecidas pelo grupo” (MARTINS, 2002, p. 174). Ou seja, grupos ou classes sociais compõem o que entendemos por mundo ou espaço social estruturado por forças objetivas, prescritas a todos aqueles que nele se inserem nos diversos campos sociais ou microcosmos sociais com relativa autonomia.

A partir desse raciocínio temos clara a ideia de uma "relação dialética" entre um *habitus* e campo, onde *habitus*, de outra forma, é sintetizado como

... conjunto das disposições e percepções que introjetamos durante nossa vida, que derivam de nossa posição de classe, gênero, família, do confronto com outros indivíduos e instituições, etc., constituem um arcabouço perceptivo que nos posiciona socialmente, engendra disposições específicas para ver o mundo e atuar no mundo, uma atuação rotineira e reflexiva que contempla estratégias que usamos (mensuráveis muitas vezes pela recorrência estatística) sem percebê-las enquanto tal” (LAGO, 2002, p. 63).

E o *habitus*, enquanto sistema de disposições, só se realiza em espaços sociais específicos<sup>30</sup>. Compreendê-lo implica relacioná-lo à ideia de campo social, e ambos constitutivos do núcleo gerador do cotidiano. O *habitus* é aqui desvendado na parte da dinâmica profissional rotineira por meio das entrevistas na investigação realizada. Ou seja, através da observação e de uma prática rotinizada, se estabelece uma sustentação empírica ou genérica que passa a fundamentar o agir do jornalista. Assim, observa-se que, conforme Barros Filho (2003, p. 143), “o *habitus*, enquanto saber prático interiorizado resulta de uma compactação das múltiplas experiências da trajetória do indivíduo nas também múltiplas situações de ação”. Dessa maneira, encontramos, seja entre jornalistas da mídia ou assessores de imprensa, uma identidade autorreferencial a partir do *habitus* jornalístico. Este engloba um *ethos* que os habilita a produzir um tipo de discurso aos olhos do público daquilo, por exemplo, que é certo, importante, válido ou melhor.

Os diversos campos do mundo social constituem uma manifestação particular da "pluralidade dos mundos", os quais tendem a corresponder a uma pluralidade de práticas,

---

<sup>30</sup>Ao lidarmos com dois subgrupos da comunicação, acreditamos evidenciar aquilo que Bourdieu (2008, p. 18) entende em termos das “escolhas” que agentes sociais fazem nos domínios mais diferentes da prática e entre sistemas. A ideia da diferença vem da própria noção de *espaço* como “conjunto de posições distintas e coexistentes, exteriores umas às outras, definidas umas em relação às outras por sua *exterioridade mútua* e por relações de proximidade, de vizinhança ou de distanciamento e, também, por relações de ordem, como acima, abaixo e *entre*”.



de fundamentos práticos e de sentidos práticos relativamente ajustados a cada campo, nos explica Martins (2002) a partir do pensamento bourdiano. Assim, enfatiza ele, um campo<sup>31</sup> é visto como um *locus* de luta entre os agentes, pois “um campo se define, entre outras coisas, estabelecendo as disputas e os interesses específicos que estão em jogo, que são irreduzíveis aos objetos de disputas e aos interesses de outros campos”. Dessa forma, Bourdieu (2003, p. 120) destaca que “para que um campo funcione é preciso que haja lutas, ou seja, indivíduos que estejam motivados a jogar o jogo e dotados de *habitus*, o que implica o conhecimento e o reconhecimento das leis imanentes do jogo”.

Campo como conceito, já referido anteriormente, substitui a noção de sociedade na medida em que uma coletividade diferenciada não forma uma totalidade integrada por funções sistêmicas. Na sociedade tradicional não há campos, mas há comunidade, diz Bourdieu (1992). Na modernidade há a diferenciação de vários campos definidos, a partir dos quais se mostra o campo social geral. E “a noção serviu para designar uma postura teórica, geradora de escolhas metódicas, tanto negativas como positivas, na construção dos objetos”, esclarece Bourdieu (1996, p. 207).

No entendimento do jornalismo como campo é válida a colocação de Neveu (2006, p. 63), que o descreve como “um universo estruturado por oposições ao mesmo tempo objetivas e subjetivas, a perceber cada publicação e cada jornalista dentro da rede de estratégias, de solidariedades e de lutas que o ligam a outros membros do campo”. É importante destacar que à semelhança de outros domínios, como o artístico, a esfera jornalística é o lugar de uma lógica específica, instituída aos profissionais por meio das restrições e dos controles cruzados que são impostos uns aos outros, fundamentando as reputações de honorabilidade profissional (BOURDIEU, 1997).

No campo social há dois princípios de diferenciação centrais, quais sejam, o capital econômico e o capital cultural. Por exemplo, “as lutas que têm lugar no campo intelectual têm o poder simbólico como coisa em jogo, quer dizer, o que nelas está em jogo é o poder sobre um uso particular de uma categoria particular de sinais e, deste modo, sobre a visão e o sentido do mundo natural e social” (BOURDIEU, 2007b, p. 72). Ou seja, há uma distribuição desigual do capital específico do campo com objetivos também

---

<sup>31</sup> Bourdieu (2003, p. 119-126) fala em *leis gerais dos campos* que se referem a leis de funcionamento invariantes; propriedades específicas, próprias de um campo particular; ao acolhimento e consagração de um certo tipo de *habitus*; e a cumplicidade objetiva, subjacente a todos os antagonismos pelas pessoas investidas num campo.

específicos. Dito de outra forma “falar de capital específico é dizer que o capital vale em relação com um certo campo, portanto nos limites desse campo, e que não é conversível numa outra espécie de capital a não ser em certas condições” (BOURDIEU, 2003, p. 121). Por meio de estrutura e funcionamento singulares, qualquer destes campos se mostra, como já destacamos, em espaço de conflitos e antagonismos, onde há uma busca de predominância de um capital que pode ser social, cultural ou mesmo econômico.

Nesse jogo, detalhado por Bourdieu, há a adesão grande (consciente ou inconsciente) do indivíduo nas lutas e disputas do campo, de acordo com a ideia de *illusio*<sup>32</sup>, “relação encantada com um jogo que é produto de uma relação de cumplicidade ontológica entre as estruturas mentais e as estruturas objetivas do espaço social” (BOURDIEU, 2008, p. 139-140). Dessa maneira, cada indivíduo desenvolve sua prática no campo específico a que está ligado, ajustando um esquema de pensamento, percepção e ação às exigências e especificidades objetivas próprias para transitar naquele espaço social. A performance do indivíduo na relação do *habitus* e do campo será melhor sucedida na medida em que mais imperceptível for para ele os princípios estruturais do campo. Barros Filho (2003, p. 134) classifica essa como uma tendência inercial, reprodutora de um *eidós*<sup>33</sup> profissional e faz reproduzir um *habitus* também profissional, interiorização de esquemas comuns de classificação do mundo. Assim,

O espaço social me engloba como um ponto. Mas esse ponto é um *ponto de vista*, princípio de uma visão assumida a partir de um ponto situado no espaço social, de uma *perspectiva* definida em sua forma e em seu conteúdo pela posição objetiva a partir do qual é assumida. O espaço social é a realidade primeira e última já que comanda até as representações que os agentes sociais podem ter dele” (BOURDIEU, 2008, p. 27).

São nessas relações, por vezes, contraditoriamente objetivas e muito abstratas como nos subcampos de jornalistas da mídia e assessores de imprensa, que podemos captar respostas que desvelem questões internalizadas, veladas; ou fragmentações, rupturas, aspectos essenciais ainda não investigados ou desmistificados, mas essenciais no mundo social dos jornalistas. E a dificuldade desse percurso de análise existe exatamente porque é necessário considerar e estar vigilante à própria dinâmica das relações e entendê-las em suas transformações. Assim, desvelar o objeto com a maior

---

<sup>32</sup> Termo latino que vem da raiz *ludus* (jogo) e está vinculado à crença ou “investimento no jogo ligado a interesses e vantagens específicos, característicos desse campo e dos alvos particulares que estão em jogo nele” (BOURDIEU, 2004, p. 109).

<sup>33</sup> O tipo de realidade a que pertence.

precisão possível é fundamental, mas, como destaca o autor, particularizando-o, pensando a partir da singularidade da investigação proposta, sem, no entanto, se afastar das realidades sociais pré-construídas.

### 2.3. A demarcação do conceito de *ethos*

Ainda que historicamente incapaz de delimitar o seu “território” de forma minimamente rigorosa, concordamos com Traquina (2007, p. 131) ao salientar que poucas profissões tiveram tanto êxito como a de jornalistas na elaboração de uma vasta cultura rica em valores, símbolos e cultos. Ou seja, essa identidade profissional configura um *ethos*, ou “uma definição da maneira como se deve ser (jornalista) /estar (no jornalismo)”. Ou ainda, segundo Lago (2002, p. 80), algo que se relaciona antes que aos costumes, a aspectos valorativos acerca da imagem que temos do mundo e de nós mesmos, não existindo de maneira solitária, mas vinculado a características definidas.

Se falamos sobre a noção de *ethos*, é preciso ter claro a extensão de aproximações e tratamentos sobre tal conceituação. É possível explorar desde a noção retórica<sup>34</sup> de *ethos* até a Análise de Discurso, num caminho de muitas interpretações. Tangenciamos alguns percursos na intenção principal de focar na compreensão de um *ethos* discursivo, já que a investigação por meio de entrevistas possibilita a configuração de imagens que os dois subgrupos pesquisados têm de si e que, de forma genérica, *a priori*, se descreve como uma convivência supostamente conflitiva, ética e moralmente.

A retomada recente do conceito *ethos*<sup>35</sup> se dá, através de Maingueneau (2014, p. 13-14), a partir dos anos 1980, numa reflexão focada em termos discursivos. No entanto, um aspecto importante, segundo ele, reside na intuitividade da noção de *ethos*, carecendo sempre de situá-la numa problemática precisa ou em relação a um *corpus* a analisar, além dos objetivos que se deseja alcançar. Dessa maneira, é importante termos claro que “embora seja associado a locutor, na medida em que ele é a fonte da enunciação, é do exterior que o *ethos* caracteriza esse locutor”<sup>36</sup>.

<sup>34</sup> Segundo Maingueneau (2014), o interesse reiterado sob o aspecto retórico é datado do final dos anos 50 com Perelman e Toulmin.

<sup>35</sup> Maingueneau (2008) ressalta a existência de uma interpretação sociológica ao conceito a partir de vários autores. O conceito é tributário de Aristóteles, mas enfatiza Max Weber na obra *A ética protestante e o espírito do capitalismo*, onde sem uma definição precisa o *ethos* é trazido à discussão como uma interiorização de normas de vida para articulação entre crenças religiosas e sistema econômico (capitalismo).

<sup>36</sup> A partir da Retórica antiga, “instrui-se pelos argumentos; comove-se pelas paixões; insinua-se pelas condutas: os argumentos correspondem ao *logos*, as paixões ao *pathos* e as condutas ao *ethos*”, lembra Maingueneau (2014, p. 14), reportando a fórmula de Gibert, datada do século XVIII. Dito de outra forma, “o *logos* se refere à lógica do puro argumento, e os tipos de argumentos empregados. O *pathos* se refere aos tipos de apelo e reconhecimento dados à audiência, levando em consideração a psicologia social das

Nesse contexto, o *ethos* é a autoridade<sup>37</sup> exterior, a imagem daqueles habilitados a produzir um tipo de discurso aos olhos do público, como o jornalista da mídia ou o assessor de imprensa, concentradores de um capital simbólico acumulado pelo grupo. Tal perspectiva implica em percebermos o discurso de duas maneiras, quais sejam: uma interacional, que atua de forma eficaz com a troca entre os participantes, e uma perspectiva institucional, que leva em conta as posições dos participantes no campo que atuam. Mas não deve, como fenômeno discursivo, ser confundido com o *status* social do sujeito empírico.

É importante frisar, novamente, que a elaboração do *ethos* se dá de maneira complexa, “mobilizadora da afetividade do intérprete, que tira suas informações do material linguístico e do ambiente”, ressalta Maingueneau (2014, p. 16). Conceitualmente, *ethos* não diz respeito àquilo que o enunciador diz de si explicitamente, mas à imagem que é formada com base na cena enunciativa, habitar o mesmo “mundo ético”. Assim, fundamentalmente é uma noção discursiva, um processo interativo e também híbrido ou sociodiscursivo, parte de uma conjuntura sócio histórica. Por tais razões, esta noção permite uma reflexão mais ampla da adesão dos sujeitos a certo discurso.

O saber prévio do auditório no estabelecimento do *ethos* é o que ele denominará *ethos* pré-discursivo, preso a uma estereotipagem relacionada a modelos culturais perceptíveis ou, como explica Amossy (2008, p. 125-126), “pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado”, para representar modos de raciocínio próprios a um grupo.

Na reflexão do jornalismo como profissão, existe o entendimento a partir de uma construção histórica de um discurso de gerações, sempre na busca por legitimação, em que, lembra Accioly (2007, p. 1-2) existe uma matriz imaginária compartilhada, na qual “as crenças, traduzidas no ideário, constituem não apenas a essência filosófica do jornalismo e sua história, mas também as narrativas de identidade” ou “um misto de valores e ideais, um *ethos* que cada membro do grupo deve encarnar como segunda natureza ou identidade social para ser reconhecido como pertencente à categoria”. Tal

---

emoções. O *ethos* abrange as referências implícitas e explícitas na situação de quem fala, que estabelece sua legitimidade e credibilidade no falar o que está sendo dito” (BAUER; GASKELL; ALLUM, 2008, p. 28).

<sup>37</sup> Entendida como uma posição no processo de influência (resultado de um comportamento e de uma atribuição), que dá ao sujeito o direito de submeter o outro com a aceitação deste. A legitimidade remete ao *Eu*, à autoridade, à relação *Eu-tu* (CHARAUDEAU, 2008, p.68, grifo do autor).

identidade jornalística confunde-se com um *ethos*. Isto porque, se o *ethos* identifica socialmente grupos ou indivíduos, *ethos* e identidade são construídos mutuamente, através dos jogos de espelhamento das relações de competência ou atribuições. Nesse jogo, grupo e indivíduo se mesclam pelo processo de identificação, em que o grupo reconhece as identidades individuais.

O *ethos* não é somente uma questão de pertencimento a um grupo, mas sim uma imagem de si construída no discurso que tem ingerências em opiniões e atitudes. Na construção dessa imagem, a noção de estereótipo<sup>38</sup> – fundamental na fixação do *ethos* – é o que dará ancoragem social ao discurso do orador em cima das expectativas do auditório, quando ele deixa de ser uma construção discursiva para um indivíduo que fala como ser do mundo, com um capital simbólico, ou seja, da posição que ocupa em determinado campo. A ancoragem é a legitimação social para atuar.

As questões apresentadas sobre a eficácia do discurso podem ser respondidas a partir da série de mediações que este mesmo discurso passa “não se podendo separar *ethos* discursivo da posição institucional do locutor, nem dissociar totalmente a interlocução da interação social como troca simbólica no sentido de Bourdieu” (AMOSSY, 2008, p. 136), exemplificando com as representações de um nome, uma assinatura (no caso do jornalismo um capital importantíssimo), que são o bastante para evocar uma representação estereotipada.

Sobre autoridade institucional, temos de lembrar novamente de Bourdieu (1998) ao referir-se aos atos de autoridade ou atos autorizados, subordinados à confluência de um conjunto sistemático de condições interdependentes que compõem os rituais sociais. São estes atos que compõem a especificidade do discurso de autoridade que, segundo ele,

... reside no fato de que não basta que ele seja *compreendido* (em alguns casos, ele pode inclusive não ser compreendido sem perder seu poder), é preciso que ele seja *reconhecido* enquanto tal para que possa exercer seu efeito próprio. Tal *reconhecimento* (fazendo-se ou não acompanhar pela compreensão) somente tem lugar como se fora algo evidente sob determinadas condições, as mesmas que definem o uso legítimo: tal uso deve ser pronunciado pela pessoa autorizada a fazê-lo, o detentor do cetro (*skeptron*), conhecido e reconhecido por sua habilidade e também apto a produzir esta classe particular de discursos, seja sacerdote, professor, poeta etc.; deve ser pronunciado numa situação legítima, ou seja, perante receptores legítimos (não pode ser um poema dadaísta

---

<sup>38</sup> “A estereotipagem, lembremos, é a operação que consiste em pensar o real por meio de uma representação cultural preexistente, um esquema coletivo cristalizado” (AMOSSY, 2008, p. 125).

numa reunião do conselho de ministros), devendo enfim ser enunciado nas formas (sintáticas, fonéticas etc.) legítimas (BOURDIEU, 1998, p. 91).

A eficácia do discurso e a autoridade do locutor está no centro de uma discussão que Amossy (2008) promove sobre *ethos* no cruzamento disciplinar da retórica, pragmática e sociologia dos campos, a partir de Maingueneau (2008), Perelman (2004) e Bourdieu (1998), respectivamente, e que nos interessa sobretudo na mira do jornalismo cultural e das artes visuais como campos de linguagens autorizadas e sistemas especializados ou peritos. Lugares que buscam adesão e que exercem estratégias discursivas que as legitimem socialmente<sup>39</sup>. Ou seja, o poder das palavras deriva da adequação entre a função social do locutor e seu discurso, isto é, da necessidade de que um discurso seja pronunciado por uma pessoa legitimada, em uma situação e plateia também legítimas. Sendo assim, é dessa forma que os discursos sociais circulam.

A posição institucional do orador – se quisermos, do jornalista da mídia ou assessor de imprensa – e o grau de legitimidade que ela lhe confere são contributos para uma imagem prévia, o *ethos* pré-discursivo mobilizado. Dessa forma, há uma dinâmica mútua entre o *ethos* institucional/sociológico e o *ethos* discursivo em que, enfatiza a autora, “a construção discursiva, o imaginário social e a autoridade institucional contribuem, portanto, para estabelecer o *ethos* e a troca verbal do qual é parte integrante” (AMOSSY, 2008, p. 136-137).

No discurso jornalístico, entendido como gênero discursivo particular reconhecido por meio de um contrato de comunicação<sup>40</sup>, a adesão a este discurso, segundo Benetti e Hagen (2010), constrói representações de si mesmo e reafirma crenças. E, mais, segundo Maingueneau (2014), é essencial no entendimento do *ethos* discursivo, proveniente desse campo, percebermos, além do estabelecimento do poder de persuasão e da adesão social que existe entre seus profissionais, uma igual capacidade de promover a identificação, o sentimento de pertencimento e compartilhamento de ideias, imagens e

<sup>39</sup> Segundo Amossy (2008, p.26), “essa dimensão sociológica remete aos trabalhos de Pierre Bourdieu, que propôs uma reinterpretação da noção de *ethos* no quadro do conceito de *habitus* (conjunto de disposições duráveis adquiridas pelo indivíduo durante o processo de socialização). Como componente do *habitus*, o *ethos* designa em Bourdieu o conjunto de princípios interiorizados que guiam nossa conduta de forma inconsciente; a héxis corporal refere-se a posturas, a relações com o corpo, igualmente interiorizadas”.

<sup>40</sup> A partir da Análise de Discurso, à qual nos filiamos, o contrato de comunicação (Charaudeau, 2006) é um conceito-chave da produção discursiva que está subordinado à situação de comunicação, ou melhor, das condições específicas de trocas, entendidas como as regras e restrições que regem as trocas sociais e simbólicas. Assim, há necessidade de um reconhecimento recíproco dos envolvidos no processo comunicacional ou, como ressalta Charaudeau (2006, p. 68, grifo do autor), “um contrato de reconhecimento das condições de realização da troca linguageira em que estão envolvidos: *um contrato de comunicação*”.

valores. Assim, novamente Benetti e Hagen (2010, p. 134) apontam que “a imagem de si está no centro das noções de autoridade e legitimidade, sustentando, juntamente com o efetivo fazer profissional, a credibilidade de um veículo ou de um jornalista”. Esse discurso sobre si, suas qualidades e competências, constrói o *ethos* jornalístico, ou seja, dispositivos, percepções e valores que os profissionais do campo têm de si e do mundo, comportando também uma autoimagem (LAGO, 2002). Acreditamos que uma autoidentidade seja “resultado das continuidades do sistema de ação do indivíduo, mas algo que deve ser criado e sustentado rotineiramente nas atividades reflexivas do indivíduo” (GIDDENS, 2002, p. 54) ou “o eu compreendido reflexivamente pela pessoa em termos de sua biografia”.

As questões do discurso autorizado e quem dispõe do poder de pronunciá-lo, a partir de determinado campo, nos remete a outras questões, como a dos sistemas peritos e a noção de confiança, ambas a partir de Giddens, além da confiabilidade como um conceito relevante.

#### **2.4. Os sistemas especializados: a confiança e a credibilidade**

Estabelecemos a partir desse momento outras conexões na exposição do horizonte da pesquisa. Primeiro, partimos das noções de sistema perito (*expert systems* no original) de Giddens (1991, 1997, 2002) e de sistema simbólico de Bourdieu (2007b) – que na maioria das situações busca responder ao esgotamento das modalidades canônicas – para refletirmos sobre jornalismo e artes visuais na contemporaneidade como processo de mediações<sup>41</sup> de especialistas, sejam os jornalistas da mídia ou os assessores de imprensa, ligados ao universo institucional ou a sujeitos da arte. Partiremos, também, do que Giddens (1991) considera como descontinuidades<sup>42</sup> e as dimensões institucionais da modernidade alta ou tardia. Ou, ainda, da modernidade<sup>43</sup> percebida por Beck, Giddens e

---

<sup>41</sup> O termo usado aqui no plural segue o raciocínio de Jesús Martín-Barbero (1987) de pensá-lo como uma noção plural, pois não possui uma definição única, mas sim um conceito síntese a partir dos lugares onde é possível identificar a interação entre os espaços da produção e do consumo da comunicação. Ou seja, como enfatiza Lopes (2014, p. 69) “para Jesús Martín-Barbero o estudo da comunicação é muito mais do que apenas o estudo dos meios. O estudo da comunicação é um processo de mediações”.

<sup>42</sup> “Deslocar a narrativa evolucionária, ou desconstruir seu enredo, não apenas ajuda a elucidar a tarefa de analisar a modernidade, como também muda o foco de parte do debate” (GIDDENS, 1991, p. 15).

<sup>43</sup> “A modernidade pode ser entendida como aproximadamente equivalente ao mundo industrializado desde que se reconheça que o industrialismo não é sua única dimensão institucional (GIDDENS, 2002, p. 21)”. Ou, amplamente, refere-se a estilo, costume de vida ou organização que emergiram na Europa a partir do século XVII e que posteriormente se tornaram mais ou menos mundiais em sua influência (GIDDENS, 1991).

Lash (1997), sob a denominação de modernização reflexiva, que adotaremos a partir daqui, entendida que

signifique que uma mudança da sociedade industrial – ocorrida sub-repticiamente e sem planejamento no início de uma modernização normal, autônoma, e com uma ordem política e econômica inalterada e intacta – implica a radicalização da modernidade, que vai invadir as premissas e os contornos da sociedade industrial e abrir caminhos para outra modernidade (BECK, GIDDENS E LASH, 1997, p. 13).

Assim, acreditamos que somada mais essa reflexão é possível detectar em que panorama macrossocial estão inseridas as falas dos profissionais que obtivemos.

Na última década do século XX, Giddens (1991, p. 13) creditava a desorientação existente na obtenção de conhecimento sistêmico sobre a organização social a um novo momento, “um período em que as consequências da modernidade estão se tornando mais radicalizadas e universalizadas do que antes”, numa ordem que não é capitalista, mas industrial. É a denominada modernização reflexiva ou modernidade radicalizada<sup>44</sup>. Este lugar demarcatório trazido à tese é essencial porque algumas questões levantadas por nós se dão sob a perspectiva do que ele denomina de sistemas peritos.

A modernidade reflexiva<sup>45</sup> se concretiza no constante exame e reforma das práticas sociais, ou seja, a partir da reflexão sobre a natureza da própria reflexão. É uma autoconfrontação com os efeitos da sociedade de risco, “um estágio da modernidade em que começam a tomar corpo as ameaças produzidas até então no caminho da sociedade industrial”, explicam Beck, Giddens e Lash (1997, p. 17). Nessa dinâmica, três fontes dominantes se mostram atuantes: a separação entre tempo e espaço; a apropriação reflexiva do conhecimento; e o desenvolvimento de mecanismos de desencaxe, algo como a retirada social dos contextos localizados, reorganizando as relações sociais através de grandes distâncias tempo-espaciais<sup>46</sup>.

---

<sup>44</sup> Uma tabela geral comparativa das concepções de pós-modernidade com a posição proposta por Giddens e denominada de modernidade radicalizada encontra-se claramente sintetizada no livro *As Consequências da Modernidade* (1991, p. 163).

<sup>45</sup> A reflexividade ligada ao sujeito como agente reflexivo, vinculando reflexividade com posicionamento diante das condições sociais de sua existência no sentido de modificá-las.

<sup>46</sup> Semelhante raciocínio sobre as propriedades do espaço e do tempo é encontrado em Bourriaud (2011), acreditando que em relação às questões estéticas do mundo contemporâneo vivemos uma altermodernidade, uma modernidade específica do nosso tempo, desenvolvida a partir de um imaginário específico e que faz uso de uma lógica diferente daquela da globalização capitalista. Nesse contexto surge uma arte em bases que denomina radicante, aquela capaz de lançar suas próprias raízes e de agregá-las para avançar. Assim, ela abarcaria a criação de novas formas de espacialização do tempo, o que remete ao fato de que a arte contemporânea produz formas capazes de apreender essa experiência do mundo através de práticas e na compreensão da realidade como um conglomerado de superfícies e objetos transitórios, em que trajetos e expedições podem ser exemplos (BOURRIAUD, 2011, p. 78).



Para a pesquisa, os mecanismos de desencaixe dos sistemas sociais, representados pelas fichas simbólicas e os sistemas especializados ou peritos, são caros. Para Giddens (1991, p. 32), fichas simbólicas denotam “meios de intercâmbio que podem ser ‘circulados’ sem ter em vista as características específicas dos indivíduos ou grupos que lidam com eles em qualquer conjuntura particular”, entendendo o dinheiro como um exemplo. Já os sistemas especializados, presentes em todos os aspectos da vida social da modernidade, dão conta de processos envolvendo, por exemplo, alimentos, remédios, habitações, transporte, assim como as relações sociais e questões íntimas do eu, como médico, analista, etc. (GIDDENS, 2002, p. 24).

Sobretudo, a partir do conceito de confiança que tais mecanismos estabelecem dependência e estão envolvidos por aptidões abstratas. Acreditamos, como afirma Lisboa (2012, p. 8), que a credibilidade se mostre como um elemento essencial à confiança, “sendo o resultado de uma percepção da qualidade do testemunho, realizada pelo interlocutor a partir de indicadores e situações”.

Os sistemas peritos como procedimentos que denotam competência profissional organizam grandes áreas sociais e materiais, influenciando diversos aspectos das nossas práticas de maneira contínua. Tais sistemas são mecanismos de desencaixe, como explica Giddens (1991, 2002), pois removem as relações sociais das imediações do contexto, numa perspectiva de separação de funções, deslocamento, onde havemos de confiar no conhecimento perito, pois

Estamos todos presos às *experiências do cotidiano*, cujos resultados, em um sentido genérico, são tão abertos quanto aqueles que afetam a humanidade como um todo. As experiências do cotidiano refletem o papel da tradição – em constante mutação – e, como também ocorre no plano global, devem ser consideradas no contexto do *deslocamento e da reapropriação de especialidades*, sob o impacto da invasão de sistemas abstratos (GIDDENS, 1997, p. 77).

É importante lembrar que, vivendo em uma sociedade de risco<sup>47</sup>, para se manter a ordem e a estabilidade em nossas personalidades e na sociedade, recorreremos à mediação dos sistemas especialistas e depositamos neles grande parte de nossa confiabilidade. Dessa forma, o estabelecimento de sistemas peritos traz aos sistemas sociais a organização de grandes áreas, fornecendo garantias de expectativas a partir de excelência

---

<sup>47</sup> Embora o termo sociedade de risco tenha ficado mais amplamente conhecido através de Beck (1997, p. 15) como “uma fase no desenvolvimento a sociedade moderna, em que os riscos sociais, políticos, econômicos e individuais tendem cada vez mais a escapar das instituições para o controle e proteção da sociedade industrial”, ele é questão essencial e anterior no pensamento de Giddens.

técnica ou competência profissional. A conceituação nos remete à distribuição social do conhecimento por meio de *experts*, apontada também por Berger e Luckmann (1980), diante de sistemas extremamente complexos e esotéricos de proficiências nos quais não é possível cada indivíduo saber sobre tudo. São os profissionais da sociedade, aos quais delegamos, como pessoas leigas, confiança sobre determinados códigos de conhecimento. Podemos exemplificar por meio de agrupamentos como os médicos, os artistas, os engenheiros, os jornalistas, os químicos e aqueles que com alguma *expertise* estão envolvidos com tais sistemas. Dessa forma, “a especialização é intrínseca a um mundo de alta reflexividade, em que o conhecimento local é informação reincorporada, derivada de sistemas abstratos de um ou outro tipo”, garante Giddens (1997, p. 110).

Uma ampla abordagem sobre o termo confiança, do qual um dos pontos de partida surge do significado da mesma em inglês e da associação aos termos ‘crença’ e ‘crédito’, e que se ligam à ‘fé’ nessa discussão, é trazida também por Giddens (1991). Buscando amparo em trabalhos de Simmel (1978) e Luhmann (1979), ele lembra que este último faz uma distinção necessária entre confiança em relação ao risco<sup>48</sup>, na qual “a confiança pressupõe consciência das circunstâncias de risco, o que não ocorre com a crença”, pois, no caso da primeira, o indivíduo considera alternativas de maneira consciente. Ou seja, “numa situação de crença, uma pessoa reage ao desapontamento culpando outros; em circunstâncias de confiança ela ou ele deve assumir parcialmente a responsabilidade e pode se arrepender de ter depositado confiança em alguém ou algo” (GIDDENS, 1991, p. 41-42). Assim, o autor busca conceituar confiança e noções coexistentes com dez pontos, que podem ser resumidos assim: confiança é a crença na credibilidade de uma pessoa ou sistema; trata-se de um dispositivo para lidar com a liberdade dos outros, diante da falta de informação plena; sempre leva à conotação de credibilidade; é precisamente o elo entre fé e crença; ao funcionamento apropriado dos sistemas peritos; existe pela consciência da atividade humana como criação social dinâmica e não imposta por algo ou alguém; perigo e risco estão intimamente relacionados mas não são a mesma coisa; risco e confiança se entrelaçam; risco não diz respeito apenas à ação individual; o oposto não é simplesmente desconfiança.

No intuito de aproximarmos a discussão sobre confiança, Chauí (2000) expõe, didaticamente a partir da filosofia, as concepções vindas das línguas grega, latina e hebraica sobre a ideia da verdade. Na síntese sobre o pensamento ocidental do termo, a

---

<sup>48</sup> Necessário também distinguir *risco* e *perigo*, sendo a primeira expressão de origem mais recente, quando pensamos nas atividades humanas como criadas e não dadas por Deus ou pela natureza (GIDDENS, 1991).

partir destas línguas, é interessante observar que, em hebraico, verdade se diz *emunah* e significa confiança, numa referência às ações do futuro, uma crença fundada na esperança e na confiança. E, quando tal predominância sobre a natureza do conhecimento verdadeiro ocorre, a verdade se funda no consenso e na confiança recíproca entre os membros de uma comunidade, esclarece Chauí (2000, p. 100); tudo isso baseado em princípios e argumentos da linguagem, do discurso e da comunicação.

Já no contexto específico do jornalismo, Lisboa (2012, p. 9) nos oferece a compreensão de que “a perda da credibilidade é a punição por violar a responsabilidade, o compromisso implícito de dizer a verdade. A credibilidade serviria como uma espécie de fiança para justificar uma crença, que ela pode ser perdida se ela se provar falsa”. Sendo assim, é vital termos claro a essencialidade dos entendimentos e a importância da noção de confiança nos processos sociais, assim como para o jornalista no contrato social firmado como mediador da realidade perante o público. Mas, também, da compreensão do conceito de crença, a partir de Bourdieu (1996, 2006), envolvido no processo de criação, circulação e consagração dos bens culturais. Confiança e crença são termos-chave no estabelecimento de uma correlação dos sistemas jornalístico e da arte.

Pensemos que o sentido e o valor da obra são um efeito de concordância entre espectadores e de competência estética exigida pelas instituições que a legitimam. A isto, Bourdieu (1996) dá a denominação de círculo da crença e do sagrado. Ou, de outra forma,

O produto do valor da obra de arte não é o artista, mas o campo de produção enquanto universo de crença no poder criador do artista. Sendo dado que a obra de arte só existe enquanto objeto simbólico dotado de valor se é conhecida e reconhecida, ou seja, socialmente instituída como obra de arte por espectadores dotados da disposição e da competência estéticas necessárias para conhecer e reconhecer como tal, a ciência das obras tem por objeto não apenas a produção material da obra, mas também a produção do valor da obra ou, o que dá no mesmo, da crença no valor da obra (BOURDIEU, 1996, p. 259).

Tal arranjo nos possibilita vislumbrar como os sistemas simbólicos utilizam-se de mecanismos de produção e reprodução legitimatórios dos campos. O fundamento da crença reside na *illusio*, aceitação do pressuposto fundamental de fazer parte de uma espécie de jogo. Mas há também atos de consagração no próprio âmbito da arte, como o valor da obra, a assinatura, prêmios, o poder criador dos discursos em torno de uma obra, etc.

O desvelamento ou rompimento do círculo da crença, contemporaneamente, não se dá mais como transgressão, mas apenas expõe o próprio jogo e a crença, pois

Sem dúvida, jamais a irredutibilidade do trabalho de produção simbólica ao ato de fabricação material operado pelo artista apareceu de maneira tão evidente quanto hoje. O trabalho artístico em sua nova definição torna os artistas mais do que nunca tributários de todo o acompanhamento de comentários e comentadores que contribuem diretamente para a produção da obra por sua reflexão sobre uma arte que muitas vezes incorpora, ela própria, uma reflexão sobre a arte, e sobre um trabalho artístico que comporta sempre um trabalho do artista sobre si mesmo (BOURDIEU, 1996, p. 196).

No caso do jornalismo, temos de compreender que esta é uma atividade integralmente afetada pela norma da veracidade e, mais ainda, que tem o compromisso de usar de todos os recursos para evitar o engano e o erro, enfatiza Gomes (2009). Mas, ser jornalista implica também, segundo Traquina (2005), na crença em uma constelação de valores como a liberdade, a independência, a credibilidade, a verdade e a objetividade. São princípios que devem caminhar juntos e sedimentar as bases do campo, tanto em termos da sociedade na qual está inserido, bem como para conduzir os profissionais que atuam neste mesmo lugar. Pois, sobre a credibilidade, Charaudeau (2006) e Cornu (1994) reforçam a ideia de que a mídia, no objetivo de informar, vive em permanente confronto com um problema de credibilidade, já que baseia sua legitimidade no “fazer crer que o que é dito é verdadeiro” e na procura jornalística de verdade do que é de interesse público.

Vale ressaltar que na discussão do conceito jornalístico de credibilidade temos algo fundamental apontado por Hasnat (2014), que é a especialização e o conhecimento na produção noticiosa como muito importantes para a conquista da credibilidade<sup>49</sup>. Isto porque, explica, embora sejam naturais a coleta de dados, o estabelecimento de significado e as consequências para elaborar a notícia,

se as informações não forem recolhidas por um profissional, é muito difícil obter todos os pormenores necessários, por não serem especialistas na área. Os comunicadores especializados possuem

---

<sup>49</sup> Hasnat (2014) traz subsídios que permitem percebermos a complexidade de aspectos referentes à credibilidade no jornalismo. E concordamos ao expor que mesmo que investigações sobre o tema no campo tenham iniciado há mais de meio século, até o momento a conceituação de credibilidade é relativizada. Não existe uma definição precisa sobre credibilidade no jornalismo, sendo possível aceitar diversas demarcações. Essencialmente, o conceito de credibilidade nos remete à precisão, neutralidade e à confiança das informações. No entanto, a diversidade de fronteiras aponta para vários alcances. Há pesquisadores que propõem a simples definição de credibilidade como algo crível e a concepção popular ao termo que varia com os diferentes tipos de mídia. Outros, como Meyer et al. (2010), entendem a credibilidade como uma noção multidimensional aferidora da validade percebida de uma mensagem, fonte ou meio. Há, ainda, investigadores que afinam o discurso ao determinar a credibilidade através da interação por meio de três fatores: fonte, mensagem e receptor (Wathen & Burkell, 2002). E ainda aqueles que consideram relevante a percepção dos leitores para diferentes tipos de informação (Melican & Dixon, 2008).

conceitos claros relativamente à estrutura das notícias e aos aspetos éticos relacionados com a capacidade de disseminar informação enquanto profissional (HASNAT, 2014, p. 208).

Dito isso, também importante é enfatizarmos que a proposta de discussão de fundo desta tese não é a credibilidade do jornalismo. O foco intencional é caminhar no entendimento da credibilidade, ou melhor, de uma compreensão mais ampla daquilo que é a noção desenvolvida por Lisboa (2012), de *credibilidade constituída*<sup>50</sup> a partir de quem enuncia. Isso porque nosso olhar se põe sobre os jornalistas da mídia e os assessores de imprensa, considerando o lugar do discurso jornalístico destes profissionais e as bases da sua legitimidade, pensados por meio da intersubjetividade.

Como estamos tratando da credibilidade sob o ponto de vista da comunicação, ou seja, de uma retórica característica de um discurso institucional, podemos percebê-la através também da perspectiva de Bourdieu (1998), ao abordar a eficácia simbólica das palavras a partir do reconhecimento de quem as pronuncia e a quem são direcionadas. Ou, como diz Lisboa (2012, p. 15), deve existir “uma correspondência entre a construção da credibilidade pela fonte e a percepção do predicado por parte do interlocutor”, ou uma *credibilidade constituída* da fonte de informação e uma *credibilidade percebida* pelo interlocutor, consequência de uma contínua negociação entre o jornalismo e o seu público, que não é tópico prevaletente na tese.

## 2.5. Legitimidade interpretativa do Jornalismo Cultural

Os indicativos em torno dos sistemas especializados, a credibilidade e a confiança nos reforçam a ideia do jornalismo cultural como perito junto aos temas que envolvem o sistema artístico<sup>51</sup> a partir da conceituação de sistema da arte aplicada por Bulhões (1991, 2014), como o “conjunto de indivíduos e instituições responsáveis pela produção, difusão e consumo de objetos e eventos por eles mesmos rotulados como artísticos e responsáveis também pela definição dos padrões e limites da arte para toda a sociedade ao longo de

---

<sup>50</sup> “A credibilidade constituída está amparada nas noções socialmente compartilhadas sobre o que significa ser um bom informante. Essas dimensões, já identificadas por filósofos da Antiguidade, como Aristóteles, permanecem praticamente as mesmas até hoje. São elas: a) competência, também chamada de autoridade, que se refere ao conhecimento técnico e verdadeiro sobre o assunto abordado, e b) integridade da fonte, que envolve aspectos relativos ao seu caráter, como disposição em compartilhar informações, compromisso com a verdade, sinceridade em expor motivações e interesses e, sobretudo, a reputação” (LISBOA, 2012, p. 16).

<sup>51</sup> O sistema diz respeito a um conjunto de partes interdependentes que interagem entre si. O campo da arte é um sistema abrangente que, por sua vez, interage com outros sistemas e, ao mesmo tempo, contém sistemas. Tais distinções são difíceis de perceber, por exemplo, na produção bourdiana, sendo apresentados sistema e campo próximos a sinônimos (CALDAS, 2013).

um período histórico” (BULHÕES, 2014, p. 15). Esse sistema, composto socialmente por rituais, é habilitado por meio da excelência técnica e da competência especializada, sendo legitimado frente à sociedade.

Podemos destacar um panorama detalhado em que Bourdieu dissecou o conceito de campo artístico ou, mais amplamente, o campo da produção cultural. Do artístico, como uma arena particular, ou como um “espaço estruturado de posições e tomadas de posição, onde indivíduos e instituições competem pelo monopólio sobre a autoridade artística à medida que esta se autonomiza dos poderes econômicos, políticos e burocráticos”, nos lembra Wacquant (2005, p. 117). E, se pensado genericamente, entende-se como área da produção cultural “um campo de forças, isto é, uma rede de determinações objetivas que pesam sobre todos os que agem no seu interior”. Da mesma forma, podemos pensar os domínios artístico e jornalístico, diz o autor, que agem como um prisma que filtra e refrata forças externas, de acordo com a própria lógica e estrutura presente em cada um desses lugares. Igualmente, podemos perceber o campo do jornalismo como parte de um conjunto de agentes que tem interesses na arte e que se opõe em lutas. Em jogo está a imposição de uma visão de mundo no sentido amplo, mas também artístico, que busca agregar valor às obras e aos artistas. Assim, a crença na mídia pode explicar o sucesso ou não de determinado produto cultural e o reconhecimento pelo público, bem como a vitalidade dos processos de mediação envolvendo os subgrupos estudados aqui.

A essencialidade do jornalismo, segundo Serra (2003, p. 13), está em desempenhar um papel formativo, até mesmo a partir da constatação de que a informação em nossa sociedade “se tornou cada vez mais complexa e especializada, confiando os cidadãos a ‘círculos informativos’ cada vez mais restritos, colocando a sociedade perante o risco da fragmentação absoluta e, no limite da sua própria destruição”; e na importância cada vez maior do jornalista como esse indivíduo capaz de, em meio a tantas transformações da informação jornalística, pinçar aquela informação relevante, credível e contextualizada a que possamos atribuir um determinado sentido. O que pode responder a essa necessidade?

Mesmo diante do exposto, nos parece que sem o esquema de Bourdieu do círculo da crença e do sagrado, os campos da arte e do jornalismo provavelmente não poderiam funcionar. Assim, ele é necessário para darmos sentido ao universo artístico, com seus agentes, técnicos, categorias e conceitos, e para entendermos precisamente as condições da constituição do campo, assim como o grau de autonomia de artistas e do próprio campo

por meio de instituições específicas. Por esta perspectiva podemos tratar da arte como um sistema perito. E, a partir dessa lógica, o jornalismo, enfatizamos, é um importante agente com seus profissionais, entre vários outros, na constituição do sujeito artista, sua produção, seu valor, numa imposição de uma visão do mundo e da arte.

Tal interpretação dos sistemas jornalístico e artístico ajuda na investigação que lida com a realidade constituída dos jornalistas e seus nexos de atuação. Mas, também, trabalhando na especialização junto ao universo das artes visuais, temos os processos que envolvem assessores de imprensa, e entre suas tarefas está a elaboração e a construção de uma identidade de organizações/instituições através da mediação de um discurso singular e de estratégias que são, na maioria das vezes, transferidas para a produção jornalística tradicional.

Como podemos perceber a importância e a especificidade dos sistemas peritos ou sistemas especialistas? Miguel (1999), com o objetivo de refletir sobre a dimensão desses dispositivos, faz uso da própria conceituação de Giddens (1991) na organização de grandes áreas dos ambientes material e social em que vivemos, incluindo saberes, práticas e artefatos. Com isso, avança no sentido de perceber o campo do jornalismo, num sentido amplo, como uma produção e veiculação de notícias possíveis de categorizar a partir de uma suposta excelência técnica:

O leitor/ouvinte/ espectador, no papel de consumidor de notícias, mantém em relação ao jornalismo uma atitude de confiança, similar à dos outros sistemas peritos, que pode ser dividida em três momentos: 1) confiança quanto à veracidade das informações relatadas; 2) confiança quanto à justeza na seleção e hierarquização dos elementos importantes ao relato; 3) confiança quanto à justeza na seleção e hierarquização das notícias diante do estoque de “fatos” disponíveis (MIGUEL, 1999, p. 199).

Uma primazia assentada, vale frisar, sob um contrato de confiança com os leitores, uma vez que esses não dominam o processo de produção de informações. Confiança sustentada pela experiência cotidiana, na qual o jornalismo impõe à sociedade critérios de seleção de informações, elegendo temas, apresentando os fatos relevantes para a compreensão de tais temas e, ainda, “num processo mais complexo e mais a longo prazo, ajudam a estabelecer os valores que presidirão a apreciação desta realidade construída” (MIGUEL, 1999, p. 201).

Assim, abordamos a singularidade do jornalismo cultural a partir de um espaço especializado, bem como um lugar de mediação dos códigos artísticos, possibilitando

compreender de que forma tal processo é estabelecido. A partir de um espectro amplo sob o ponto de vista formal e de conteúdo, o jornalismo cultural apresenta-se com legitimidade interpretativa e interfere no consumo social dos bens culturais. Enquanto conhecimento mediado da realidade, o jornalismo cultural é uma instância capaz de reprocessar o discurso formal das ciências e os códigos artísticos. Ao converter os saberes herméticos e esotéricos em uma linguagem mais próxima do público, a prática jornalística se propõe a tornar acessível, supostamente para um público amplo, um repertório especializado, negociando valores caros à construção do prestígio: a visibilidade (GOLIN *et al.*, 2014).

Geralmente assentada em valores intrínsecos ao sistema cultural, a cobertura jornalística determina, no ato de selecionar e excluir, parâmetros para a compreensão e a aferição dos produtos circunstanciais em oferta, seja por meio da crítica especializada, pela seleção das pautas ou pela hierarquização dos assuntos no jornal (GOLIN; CARDOSO, 2010). Sua perspectiva reduzida, na tensão permanente entre a velocidade da produção jornalística e o movimento da realidade a que se refere, oferece instantâneos concentrados sobre o sistema de cultura, propondo uma totalidade até então dispersa: congrega os diversos segmentos e seus agentes em disputa, estabelece padrões de entendimento e valoração estética.

Ancorado predominantemente em acontecimentos planejados, nos quais agentes culturais são responsáveis pela criação dessas informações periódicas e positivas numa dependência excessiva das assessorias de imprensa, os denominados pseudoeventos são submetidos ao enquadramento jornalístico para ganhar espaço e visibilidade. Isto se justifica na medida em que os profissionais da área jornalística, cada vez mais impossibilitados de contatar diretamente os protagonistas das notícias – as fontes –, a partir dos anos de 1960 e 1970 nos Estados Unidos (já no Brasil mais fortemente a partir dos anos de 1980), viram proliferar intermediários da informação, como os relações-públicas e os assessores de imprensa. E são eles que estabelecem novos filtros no acesso de jornalistas às fontes, como se estendeu à própria criação de informação para uso mediático, à construção e organização de *eventos* que, segundo Fidalgo (2008, p. 161-162) “não existiriam no mundo real se não fosse seu objetivo serem noticiados”, os chamados pseudoeventos, teorizados por Boorstin (1987).<sup>52</sup>

---

<sup>52</sup> A obra é *The image: a guide to pseudo-events in America*, que teve sua primeira edição em 1961 em Nova York pela Vintage Books.



## 2.6. A complexidade da mediação das artes visuais

Embora não siga somente por esse caminho, o jornalismo cultural brasileiro vem ao longo das últimas décadas mostrando uma adesão à lógica da comercialização das produções do campo cultural do país. Nos cadernos culturais, por exemplo, essa congruência pode ser detectada por meio de

estratégias de pressão, agendamento, por vezes apresentadas como inéditas, lançamentos exclusivos, ações integradas de marketing e divulgação que acabam se fazendo presentes também nas páginas dos referidos cadernos – não sem adesão, mesmo que parcial e relativa, de profissionais, repórteres, editores e, de certo modo, também de leitores e produtores culturais que atuam no campo (GADINI, 2009, p. 302).

Assim, quando refletimos sobre a questão mediadora do jornalismo, além da denominada crise da cultura da pós-modernidade, devemos atentar para a abrangência conceitual dessa interposição que a profissão ou o profissional exercem, quando analisado desde a circulação, o trânsito e a negociação entre espaços distintos a partir de diferentes tipos de intermediação e agenciamentos. Além disso, um aparte deve ser feito com o objetivo de evidenciarmos a partir de que contexto histórico da arte observamos esse processo e as discussões na mídia em torno do tema. A mediação que nos debruçamos está apoiada em observações como a que Belting (2006) faz em torno do que já se denominou como fim da história da arte. Para ele, o enfoque adequado é de uma perda de enquadramento com uma mudança no discurso, mas não seu fim, num processo contínuo de transformações. Viveríamos nesse processo de mediação uma pós-história que substituiria uma arte dotada de sentido lógico por um sincretismo confuso de estilos e possibilidades. Diante das novas significações possíveis para o conceito de história e da arte, enfrentamos o desafio percebido como “a cultura mundial em florescimento, por mais questionável que seja, modifica o monopólio de um pensamento ocidental protecionista com sua arrogância de precursor ultrapassado” (BELTING, 2006, p. 272). Tal linha de raciocínio é desconstruída por Bourriaud (2011), que vê nos termos pós-história ou pós-modernidade conceituações ocas de utilização circunstancial para demarcar um depois do modernismo. Segundo ele,

é lícito afirmar ser possível, neste início de século, retomar o conceito de modernidade sem por um instante sequer ter a sensação de estar voltando atrás e tampouco de ignorar as críticas salutares das tentações totalitárias e pretensões colonialistas do modernismo do século anterior (BOURRIAUD, 2011, p. 13).

O que para ele já ocorre entre artistas e autores que, na prática, seguem princípios essenciais enumerados como o presente, a experimentação, o relativo e o fluido, um repensar modernamente a partir da globalização na qual a mundialização econômica altera nossas formas de ver e fazer.

As ponderações contextuais que trazemos são cabíveis e necessárias no sentido de evidenciarmos o imbricamento do mundo contemporâneo e da arte em especial, quando refletimos na mediação jornalística nesse processo. Assim, entendemos que é necessário ter claro ao falar da interligação dos campos jornalístico, artístico e cultural, que “não é mais possível separar as diversas abordagens negligenciando as relações que existem entre as sensibilidades, os saberes, as práticas e as imagens sonhadas ou sublimadas que nos dão as obras artísticas e literárias”, conforme afirma Caune (2014, p. 77). É preciso levar em consideração com consciência, sob o ponto de vista dos subgrupos analisados aqui, que “os pontos de referência que estabelecem as relações entre o *habitat*, o trabalho, as relações familiares, a transmissão dos saberes, os modos de comunicação simbólica dos grupos se fragmentaram”, lembra o autor.

Sabemos que no jornalismo, um dos valores caros e legitimatórios do processo é o reconhecimento pelos pares e pela maioria. No entanto, é pertinente frisarmos que o jornalismo tende à diversidade para atender a um grande público, o que acarreta a produção de um conhecimento que foca na comunicabilidade e equipara-se ao senso comum (BENEDETI, 2006). Tais características exigem habilidade linguística e comunicativa acessível para falar com diferentes públicos e conhecimentos, se pensarmos o jornalismo numa perspectiva consensual sobre o mundo.

Para além do jornalismo, os processos de mediação contemporâneos são marcados pelas implicações da midiáticação<sup>53</sup>, e esta repercute na própria lógica midiática, assim correspondendo ao que Carvalho e Lage (2012) veem como amplos processos de negociação de sentidos culturais, políticos, econômicos e sociais conduzidos por diversos atores sociais, assim como pela presença de dispositivos midiáticos, também eles negociadores de sentido. As versões midiaticizadas de fatos e eventos concretos são as que ocupam cada vez mais lugar na sociedade. E isso toca muito diretamente o campo das artes visuais.

Nas rotinas jornalísticas atuais, ressalta algo que ecoa nas discussões da tese, ou seja, existir um “certo embaralhamento de papéis no que diz respeito aos atores

---

<sup>53</sup> A midiáticação, de acordo com Bastos (2012), é um processo de longa duração que inclui a mediação e é formado pela contínua e cumulativa ação dos *media* ou dos meios de comunicação.

envolvidos no processo de produção noticiosa” (CARVALHO E LAGE, 2012, p. 253), o que modifica a própria prática jornalística enquanto mediação social e a articulação nesse ambiente. Ou seja, as mediações em ambientes de midiatização acolhem novos agentes envolvidos na produção jornalística, que acaba por instaurar novas formas de interação entre produção e recepção. Assim,

Se antes dessas modificações poderia parecer que as mediações entre o jornalismo e os demais atores sociais indicavam a prevalência do primeiro, a midiatização em condições de reflexividade aponta para rearranjos em que as mediações não somente tendem a correr em ritmo mais acelerado, como, sobretudo, envolvem maior número de atores sociais e de dispositivos midiáticos, com consequente ampliação das temáticas que são objeto das negociações de sentido (CARVALHO; LAGE, 2012, p. 259).

Temos características singulares que vão além da cobertura das notícias quando tratamos do jornalismo dedicado ao campo cultural. Nele é forte o viés opinativo, analítico e a presença autoral, na qual o contrato de comunicação, baseado em uma pretensa objetividade, se vê alargado nas páginas culturais. Nelas temos presente um foco de discussão que nos importa, o da especialização dentro da especialização, por suas peculiaridades e implicações em relação às artes visuais. A mediação jornalística e suas práticas culturais de enquadramento narrativo do acontecimento que

toma para si o poder de assinatura de certos artistas e instituições para legitimar-se; artistas e instituições usam a visibilidade da mídia para dar maior alcance à sua assinatura; e o leitor/espectador busca prestígio ao obter a informação em determinados veículos especializados” (GOLIN; CARDOSO, 2010, p. 195).

No jornalismo cultural os acontecimentos são previsíveis e programados ou suscitados por sujeitos interessados, como ocorre com lançamentos, aberturas, *premières* e outros, numa perspectiva de realidade que dá visibilidade à instituição ou ao agente que os produziram. E, entre tantos temas enfocados, o das artes visuais é, certamente, um dos mais complexos. Contam para isso, entre outros fatores, um apartamento do tema da vida e da rotina dos indivíduos; e, ainda, a exigência de um tempo estendido de reflexividade para adentrar neste universo. Nossa intenção aqui é iluminar que entendimento e que lugar estão abordando as artes visuais.

Uma questão relevante quando o jornalismo trata deste tema é que, predominantemente, tem-se como base o denominado mercado artístico ou o mercado<sup>54</sup> da obra de arte<sup>55</sup>. Sabemos que este é um viés que entende a cultura na perspectiva econômica, mas também do espetáculo, para ressaltarmos as mais evidentes. Bourdieu (2007) observa, no entanto, que a obra ou o trabalho artístico pode ser percebido como mercadoria, mas também como um capital cultural detentor de significações, ou seja, manifestação simbólica. O jornalismo versa, e nós também entendemos assim, deste que Caldas (2013) denomina mercado da arte, e que por ele é percebido de três maneiras, quais sejam: em uma visão tradicional na qual o trabalho de arte é um *produto* para compra e venda; a cadeia produtiva do campo da arte, envolvendo os agentes da arte e relações de troca; e, ainda, o denominado *mercado simbólico* bourdiano e suas relações de troca também simbólicas e imateriais. Considerando-as em conjunto, entende ser possível ter uma compreensão de um mercado da arte ampliado, caracterizando-se como “a tentativa de entender de que modo as leis de mercado permeiam as mais variadas atividades e escolhas do indivíduo inserido no campo da arte, e como estas trocas materiais e imateriais ocorrem e dialogam” (CALDAS, 2013, p. 86). Para a presente tese, tal proposição é consistente e dialoga com o campo jornalístico e os subgrupos que pesquisamos, legitimadores em alguma instância e parte deste mercado da arte ampliado<sup>56</sup>.

Conscientes de que o jornalismo cultural voltado às artes visuais está inserido nesse contexto e diante da multiplicidade de processos envolvidos na mediação da arte, é relevante lembrar que a atividade artística é um jogo no qual as formas, métodos e funções evoluíram de acordo com os tempos e contextos sociais, e não tem uma essência imutável. É importante compreender as transformações que ocorrem hoje no campo social, capturar as mudanças e o que continua a transformar-se; uma forma de arte que parte da intersubjetividade e tem como tema central o *estar-juntos*, o encontro entre espectador e imagem, a elaboração coletiva de significado; em que a obra de arte e as exposições

---

<sup>54</sup> À semelhança de Caldas (2013), entendemos que não cabe fazer a distinção usual entre mercado (negócios) e mercado institucional (profissionais do campo, instituições etc.), pois são sinônimos. No mercado da arte três instâncias o sustentam: a arte, a política e a economia.

<sup>55</sup> “A obra de arte é um bem raro, durável, que oferece a seu detentor serviços estéticos (prazer estético), sociais (distinção, prestígio) e financeiros. Ela não fornece renda, mas, devido ao fato de ser um bem móvel, suscetível de ser revendido com uma eventual mais-valia, constitui um objeto potencial de investimento alternativo a outros ativos” (MOULIN, 2007, p. 37).

<sup>56</sup> Nele estão presentes à venda um leque conceitual amplo, de acordo com a lógica de consumo, desde uma imagem institucional ou de um indivíduo, passando por um nome, uma marca e assim por diante.

contemporâneas<sup>57</sup> podem ser percebidas como um interstício social<sup>58</sup>, que favorecem um intercâmbio entre sujeitos diferentes das *zonas de comunicação* impostas, em uma estética relacional (BOURRIAUD, 2008, 2009). Sendo assim,

A obra de arte contemporânea não se coloca como término do “processo criativo” (um “produto acabado” pronto para ser contemplado), mas como um local de manobras, um portal, um gerador de atividades. Bricolam-se os produtos, navega-se em redes de signos, inserem-se suas formas em linhas existentes (BOURRIAUD, 2009, p. 16).

Outro pensamento em torno destas questões vem de Millet (1997, p. 94), que destaca que a arte “tendeu a dissolver a sua especificidade para melhor se unir ao mundo” e, assim, “assumindo plenamente a sua função de perspectivação simbólica”. Disseminada na realidade do mundo, a arte entrega-se ao discurso como processo de racionalização. “É a letra que é o meio pelo qual a arte adere ao real, com o risco de aí se perder” (MILLET, 1997, p. 123). Ainda, ao buscar compreender essa arte contemporânea, a autora crê que parte da explicação esteja na “relação entre obras que procuram impor um modo de existência, que só seria rigorosamente válido para elas, e estruturas sociais que aceitam, em cada caso, inventar os meios de se lhes adaptar”. Segundo ela (1997, p. 17), é um espaço elástico, em que “passa-se de universos extremamente pessoais, muitas vezes confinados, a conglomerados de todos esses universos em exposições, que, cada vez mais, juntam artistas que representam todas as civilizações” (MILLET, 1997, p. 64). Assim, em um mundo globalizado onde se mudou radicalmente a noção de espaço e transformou-se a experiência de tempo e de lugar, a complexidade e a singularidade mediar as artes visuais como uma especialização discursiva é uma tarefa singular.

Sobre tais características, Cauquelin (2005) nos previne que, no caso do público, este parece desorientado diante da arte de nossos dias. As razões são diversas, mas estar pouco preparado para esse entendimento parece ser uma delas. Para isto, o público precisa contar com o acúmulo de experiências e observar tudo na tentativa de um julgamento

---

<sup>57</sup> Embora o nascimento desta arte possa ser situado no decênio 1960-1969 (MILLET, 1997), o termo contemporâneo se impôs ao longo dos anos de 1980. Ele veio substituir o rótulo de vanguarda para designar o que Moulin (2007, p. 25) diz ser “ao mesmo tempo as criações associadas à tradição moderna de ruptura e as criações pós-modernas, alimentadas por referências a uma história desconstruída, que abriram caminho ao pluralismo cultural”. Sobre criações pós-modernas poderíamos dizer que são também reflexão estética sobre a natureza da modernidade.

<sup>58</sup> A partir de Bourriaud (2008, p. 16) o interstício é um termo usado por Karl Marx para definir comunidades de partilha que escapavam do quadro econômico capitalista por não responder à lei do lucro. Assim, pode ser percebido como espaço de relações humanas que sugerem várias possibilidades de intercâmbio diferentes das existentes no sistema, composto de maneira mais ou menos harmoniosa e aberta no sistema global.

estético. Distante de nossos interesses mais imediatos, o domínio da arte acaba por formar uma esfera quase autônoma e afastada do público, contrastando com a proliferação de obras, museus e galerias mundo afora.

Quando da abordagem da segmentação do mercado da arte, Moulin (2007) reflete que a arte contemporânea tem múltiplas especialidades, subsegmentos, sendo diversificada e muito instável, incitando um mercado que segue na mesma lógica. É a articulação do campo artístico e do mercado que constitui os valores artísticos contemporâneos, sejam eles estéticos ou financeiros, em que a internacionalização deste comércio é indissociável de sua promoção cultural e da articulação de uma rede internacional que envolve galerias e instituições culturais<sup>59</sup>. Já para Caldas (2013, p. 112) “a lógica de valorização de mercado está intimamente ligada à valorização institucional e a ‘afinidades entre pares’” neste mercado, não havendo dicotomia na valorização.

Outro aspecto relevante no sistema da arte é o efeito rede, detalhado por Cauquelin (2005), que possibilita uma compreensão precisa da complexidade envolvida nas relações dos espaços da arte e da comunicação. Assim, se o termo rede se referia no passado aos intermediários entre o artista e o público, hoje tal noção é usada tanto para galerias de arte, instituições, quanto no envolvimento de agentes ativos que vão além dos citados produtores, colecionadores, curadores, a uma gama de auxiliares da produção, conforme a autora, em que aparecem assessores de imprensa, agências, jornalistas, críticos de arte, *experts*, organizadores de exposição, viajantes-comerciantes da arte, até transportadores das obras. Assim, é válido enfatizar o que ela diz sobre vivermos uma ruptura entre dois modelos: o da arte moderna, que pertence ao regime do consumo, e o da arte contemporânea, pertencente ao da comunicação. Para exemplificar, podemos utilizar a figura do galerista Leo Castelli, trazido pela autora, que tinha como um dos princípios a explorar no seu trabalho a questão da *informação* como essência do êxito comercial, manter-se informado de tudo, além de ver artistas, se documentar e documentar (através, por exemplo, de *press kits* para jornalistas, catálogos etc.)

Evidenciamos, por questões óbvias, os envolvidos com o jornalismo, pois são eles em última instância aqueles que promovem determinadas perspectivas sobre a realidade, a visão do mundo, percepção e ordenação ligados à arte. São estes profissionais que fazem a mediação e o registro de como a arte circula, o que Cauquelin (2005) denomina de

---

<sup>59</sup> No Brasil, mudanças profundas do lugar da arte entre nós são percebidas a partir dos 1980, através de um cenário político-cultural fértil, propiciado também pelo fim do regime militar. Houve uma profissionalização incipiente, a internacionalização da arte brasileira e posterior globalização do mercado.

registro interartístico (ou conteúdo das obras). Ela afirma também que o conceito de rede circular triunfa na lógica comunicacional, na qual o profissionalismo está associado diretamente a uma especialização, e os papéis não são individuais, ou seja, em diferentes níveis é possível ocupar diferentes funções, sejam elas de produtor, curador, gestor, crítico, etc.

Assim, ao abordarmos a mediação promovida pelo jornalismo em relação às artes visuais, reafirmamos que “a realidade da arte contemporânea se constrói fora das qualidades próprias da obra, na imagem que ela suscita dentro dos circuitos de comunicação” (CAUQUELIN, 2005, p. 81), o que nesta tese é aspecto relevante quando tratamos do entendimento que jornalistas da mídia e assessores de imprensa têm de si nesse processo.

### 3. JORNALISTAS DA MÍDIA E ASSESSORES DE IMPRENSA NO CONTEXTO DA ESPECIALIZAÇÃO EM ARTES VISUAIS

Neste capítulo trazemos argumentos que contextualizam nossa pesquisa, esboçada na percepção de um cenário das primeiras décadas do século XXI, em que diversas transformações sociais e de toda ordem têm afetado processos nos quais o jornalismo está inserido ou é protagonista. Também abordamos alterações em aspectos da cultura profissional com foco nas relações interpessoais de jornalistas da mídia e assessores de imprensa, objetivando compreender com propriedade como tem se dado esse processo no contexto comunicacional brasileiro, da especialização e do jornalismo cultural em particular. Na sequência, trabalhamos com a produção do objeto empírico por meio da história oral e dos relatos profissionais. Também demonstramos como se dá a construção do *corpus* da tese, enfocando as definições de nossos entrevistados e da maioria dos passos do processo empreendido, como a escolha do formato de entrevista e anotações provenientes de um diário de campo.

Como já apontamos, o campo jornalístico pode ser percebido como um sistema perito e reconhecido como lugar de sujeitos, identidades, grupo ou categoria profissional, em que há uma composição muito grande de atores. Nessa lógica, destacam-se três tipos de atores: os pares, as fontes e os públicos. Com isso, uma pesquisa, segundo Ruellan, deve ter o desafio de “pensar, ao mesmo tempo, o corte entre essas instâncias (pares, fontes, público), intrinsecamente autônomas, e a costura de suas relações, que as liga constantemente e de forma crescente” (RUELLAN, 2006, p. 31). Assim, é fundamental refletirmos sobre inter-relações de jornalistas entre si, a denominada circulação circular da informação,<sup>60</sup> e como o fato social/cultural é construído pelo discurso destes mesmos jornalistas. Ora nas redações e, cada vez mais, também, quando pensamos a partir do denominado jornalismo das fontes, proveniente de assessorias e outros canais específicos. Por isso, ressaltamos a importância do amplo levantamento realizado por Sant’Anna (2009) ao trabalhar a mídia das fontes<sup>61</sup>, pois esse segmento tem transformado o

---

<sup>60</sup> Bourdieu (1997) usa o termo para referir-se a uma homogeneidade dos produtos jornalísticos que ocorre na restrição imposta pelas fontes e por uma série de mecanismos do processo jornalístico (concorrência, audiência, crítica, etc.) na elaboração das notícias.

<sup>61</sup> O conceito, segundo Sant’Anna (2009), englobaria não somente a transmissão de informação *intracorporis*, que objetiva principalmente introduzir na agenda midiática o ponto de vista setorial sobre temas corporativos, mas também sobre os acontecimentos gerais registrados no Brasil. São veículos de entidades representativas de grupos de interesse, como grupos religiosos, esportivos, sociais, como a Central Única dos Trabalhadores (CUT) ou o Movimento Sem Terra (MST); institucionais, como a Justiça, etc.



jornalismo praticado no Brasil, sendo inclusive incorporado, interferindo e concorrendo com o jornalismo tradicional. Isto ocorre, segundo ele, pela hibridação dos discursos e das estruturas informativas num mesmo espaço; e ainda em novos contornos e fronteiras no espaço profissional.

O grande leque de alterações desencadeado nas últimas décadas do século XX no mundo comunicacional tem justificativa, predominantemente, a partir das questões econômicas de mudança dos modelos de negócios da área e também pelas novas mídias, através do desenvolvimento e expansão dos recursos multimídias. Com isso, o campo se vê atropelado por uma gama de novas reconfigurações no mundo do trabalho dos jornalistas, incluindo ataques aos princípios deontológicos, hoje questionados de maneira mais evidente. Inobstante questões fortemente marcadas por aspectos envolvendo assuntos financeiros/comerciais, o relacionamento entre jornalistas da mídia e assessores de imprensa ocorre a cada dia numa maior interdependência, incorporado às rotinas produtivas das redações da mídia e da lógica estratégica das assessorias<sup>62</sup>. Algo que instrumentaliza, de novas maneiras, o entendimento de *habitus* e do *ethos* jornalístico.

Nesse contexto de alterações, defendemos que o jornalismo é mais do que uma atividade, é um grupo profissional, em que “seria necessário ver um universo fluido, com modos de gestão mal recortados e movediços, com uma cultura profissional marcada pela mestiçagem” (RUELLAN, 2004, p. 11). Para o autor, a imprecisão não deve ser encarada como uma disfunção, pois através dela são oferecidas ao grupo capacidades de “amalgamagem”, flexibilidade e redução de antagonismos frente a questões identitárias ou de qualificação, o que entendemos estar ocorrendo entre os subgrupos que estudamos nesta tese.

---

<sup>62</sup> A prática de assessoria de imprensa – que não deve ser equiparada com assessoria de comunicação como sinônimo – na maior parte dos países está incluída na doutrina ou no conjunto de técnicas de relações públicas. Não é o caso brasileiro, no qual o modelo jornalístico prevalece e adquire maior legitimidade a partir dos anos de 1980 por uma série de fatores. Seja nos Estados Unidos, no Canadá ou na União Europeia, há o entendimento de que as atividades a que estão ligadas as relações públicas são do domínio da divulgação propagandística, com o objetivo de manter boas relações com diversos setores da opinião pública. No caso brasileiro, inicialmente, o processo é ligado à atividade das relações públicas, e se mostra significativo com a regulamentação profissional em 1968, nos cursos de Comunicação, somado à prática generalizada de assessoria de imprensa no começo da mesma década, ambos estimulados pelo governo militar. Experiências de divulgação jornalísticas na área pública, no entanto, estão presentes em vários momentos da história brasileira e em diversos formatos. Já na iniciativa privada, de acordo com Duarte (2011), a divulgação institucional se estabelece nos anos de 1950 com empresas estrangeiras de ramos como do petróleo, eletricidade e automobilística. Jornalismo e relações públicas como profissões foram regulamentadas na década de 1960, passando a exigir diploma de curso superior. Entre os anos 1960 e 1970 “o interesse da imprensa por pautas relacionadas à economia, cultura e negócios aumentou em paralelo ao desenvolvimento do país, fruto do surgimento de grandes empresas estatais e privadas e do crescimento de uma classe média ávida por informações” (DUARTE, 2011, p. 58).

Um raciocínio semelhante é possível encontrar no pensamento de Blumer (1980, p. 125), quando este lembra que a vida de qualquer sociedade humana é um processo contínuo de ajuste das atividades e de seus membros, em que “face às ações de outras pessoas, pode-se abandonar intenções ou objetivos, ou então examiná-los, moderá-los ou sustá-los, intensificá-los ou substituí-los”. Diante dessa abordagem interacionista somos remetidos, segundo Ruellan (2004), também ao raciocínio de Bucher e Strauss (1961), que trazem a ideia dos grupos profissionais como em permanente movimento. Tais autores são seguidos por outros que nos trazem o “efeito dinâmico da fronteira” de Boltansky (1982). Assim, podemos compreender que o desenvolvimento de um grupo se dá por etapas, permeadas por tensões e conflitos, além de constrangimentos externos. Então, no caso do jornalismo, é possível fazer uso do princípio de fronteira. Esta e outras conceituações são esclarecedoras diante da visão de subgrupos especializados como os que focamos, assim como a ideia de que a representação de um grupo profissional tem na competência uma base fundamental. Pelo que enfatizamos, podemos perceber também nos subgrupos pesquisados a ocorrência de “uma negociação permanente que consiste em definir a competência (como produto de um acordo entre as partes) a fim de manter o fechamento do território e assegurar a reprodução do grupo profissional” (RUELLAN, 2004, p. 21).

Sobre as vantagens de se ver o jornalismo por meio da noção de *profissão de fronteira*, Neveu (2006) adere ao raciocínio de Ruellan, mas apontando para novas movimentações que veem a possibilidade de um fechamento de fronteiras como autocontrole e o escape de desvios deontológicos. Isto porque o jornalismo confronta-se com a expansão de profissões que confundem a imagem do jornalismo, renegam valores caros ao grupo profissional, além de outras implicações, como aspectos salariais, por exemplo. Nessa abordagem do acúmulo de desafios que o jornalismo em cada país precisa enfrentar para se adaptar e inovar “dentro da tensão entre pressão comercial e distância reflexiva das pressões encontradas”, ressalta Ruellan (2006, p. 158), surgem, então, exemplos questionáveis no âmbito profissional, como o “jornalismo de mercado”<sup>63</sup>, ou o jornalismo a partir das lógicas comerciais, e o chamado “jornalismo de comunicação”.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup>Segundo Neveu (2006), é a prática jornalística sob a égide da rentabilidade máxima ou das lógicas comerciais, de prioridade às editoriais ‘úteis e importantes’, utilização de *freelancers*, perda de autonomia das redações em face dos departamentos de gestão e imprensa gratuita (informação-serviço e *soft news*).

<sup>64</sup>Valoriza as *soft news* e temas como saúde, lazer e consumo na lógica de interesse de seus públicos ou “consumidores esclarecidos de mercadorias e de serviços sociais”.

Aceitar que existe transformação do jornalismo é compreender que tal lógica se estende à mão de obra jornalística, salienta Sant’Anna (2009, p. 518), na qual se percebe hoje um profissional que deve ser polivalente, dominar as diversas funções, tecnologias e linguagens, “um processo de hibridação de práticas que contribui para a definição de novos *habitus* jornalísticos e a construção de um novo *habitat* profissional.”.

Feitas tais considerações e indagando sobre o jornalismo como profissão e seus subgrupos, uma das questões que nos atemos é a da dimensão de uma coerência do mundo, presa às convenções, na medida em que estas levam à cristalização de costumes, condutas e formas de agir – uma dificuldade em transitar ou aceitar novas realidades. Nosso foco aqui é no tráfego profissional cada vez maior de redações para assessorias e vice-versa. Diante dessa constatação, temos que entender que, em um país, determinada situação profissional pode ser encarada como normal e aceitável, enquanto em outro pode ser criticada ou rejeitada, a partir de aspectos deontológicos ou mesmo legais (SILVEIRA, 2010). Manter-se no convencional equivale a aceitar um modelo, enquanto não seguir as normas pode se mostrar positivo na melhoria de certa realidade vivenciada por um grupo. Dessa maneira, o indivíduo para adentrar, ser aceito e reconhecido em determinado grupo, sente a necessidade de moldar-se a um *habitus*, um conjunto homogêneo de escolhas, com as quais passa a agir socialmente. Dessa forma podemos pensar nessa circulação sempre existente, mas hoje acentuada, de jornalistas trabalhando nas assessorias de comunicação em diversas funções<sup>65</sup>. Essa é a realidade dos jornalistas, mas o desafio, no entanto, está em conciliar as exigências práticas do campo, o efeito das pressões externas de outras esferas com as diretrizes deontológicas da formação profissional.

Tais mudanças ou alterações estão presentes tanto em contextos macro como também nas rotinas produtivas jornalísticas. Figaro (2013, p. 7) enfatiza que “as novas gerações não fazem ideia das mudanças culturais ocorridas e que as separam dos profissionais de décadas passadas.”. Como forma de exemplificar, cabe enfatizar a presença no campo jornalístico das fontes profissionais, dos profissionais multitarefa, da precarização, da busca constante por visibilidade, das novas narrativas e tantas outras,

---

<sup>65</sup> De acordo com publicação de Mick e Lima (2013, p. 61 e 63, respectivamente) “atuam fora da mídia, como assessores de imprensa ou comunicação em inúmeras funções mobilizando conhecimento jornalístico, 40,3% dos jornalistas brasileiros”. “Quanto ao ramo de atuação, os jornalistas de fora da mídia estão predominantemente concentrados em empresas ou órgãos públicos (35,2%) ou em empresas especializadas em serviços de assessoria de imprensa ou comunicação (34,9%)”. Ainda aqui aparecem outros números de jornalistas atuantes no terceiro setor ou sociedade civil, empresas privadas e agências de publicidade.

cada dia mais comuns nas discussões envolvendo a comunicação e os profissionais que a compõem. O que até bem pouco tempo atrás eram funções desempenhadas por diferentes profissionais, atualmente são exigidas de um único profissional, na lógica de atuar de maneira polivalente, na qual o profissional tem de ter “habilidades em multiplataformas, com destreza no uso da língua e das linguagens para produzir enunciados de acordo com os requisitos das diferentes plataformas e dos objetivos de consumo”. (FIGARO, 2013, p. 14).

Uma observação importante e provocadora diante de tantas transformações é a que diz respeito à confusão permanente entre comunicação e informação em novas especializações híbridas que surgem como “jornalismo institucional”, “jornalismo de empresa” ou “jornalismo de relações públicas”, em que “o mundo da comunicação, cuja profissão consiste em difundir mensagens complacentes e louváveis em favor das empresas que as encomendam, tende a imbricar-se no da informação” (RAMONET, 2012, p. 44), desaparecendo barreiras nessas funções. E, mais, que “uma tal mistura de gêneros degrada a confiança do público e provoca um sério golpe na credibilidade do conjunto da informação”. A este cenário de mudanças adiciona-se a percepção cética de como “o jornalismo, como cultura profissional com habilidades codificadas e características, corre o risco de ser diluído e transformado no contínuo nebuloso daqueles já chamados ‘funcionários da informação’.” (NEVEU, 2010, p. 29).

### **3.1. Jornalista na assessoria de comunicação e as fontes interessadas**

Embora possa parecer evidente, assessores de imprensa<sup>66</sup> não representam uma profissão e, assim, “não dispõem de autonomia para apresentar um delineamento próprio dessa atividade, como se ela fosse desligada de uma referência mais ampla” (SILVEIRA, 2010, p. 40). Ou seja, na construção de suas representações, os assessores, destaca o autor, “devem recorrer a imaginários típicos do grupo dos jornalistas convencionais” e, mesmo não atuantes nas redações, “têm consciência que não perdem o vínculo com a dimensão que abriga os elementos de identificação com o seu grupo do outro lado da fronteira”.

Numa espécie de tipificação simples de assessor de imprensa, são apontados casos em que o jornalista pode ser denominado assessor de comunicação, se exercendo uma função de gerência ou chefia, coordenando um grupo de profissionais como publicitários,

---

<sup>66</sup> Diferentemente do nosso trabalho, no qual entendemos todos como profissionais jornalistas, na tese de Silveira, *O jornalista na comunicação das organizações: cultura profissional e autopercepção*, o autor opta por denominá-los como jornalistas-assessores.

fotógrafos ou relações públicas. Já em outras situações, nas quais não existem equipes, o assessor de imprensa executa todas as tarefas de uma equipe, como nos casos de pequenas empresas. E, ainda, existe o jornalista que concentra a figura de empregado e patrão. Nesta realidade é apontado que um dos maiores percalços dos jornalistas que adentram o território das assessorias seja o dilema ético, pois estes sujeitos se sentem “pressionados a atender a uma matriz deontológica, em princípio, incompatível com a nova atividade, ou seja, uma matriz representada pelos parâmetros éticos dos jornalistas que atuam nas redações convencionais” (SILVEIRA, 2010, p. 98), já que o Código de Ética do Jornalista Brasileiro não apresenta clareza sobre o exercício da atividade de assessoria, mesmo sendo espaço de competência dos profissionais jornalistas.

Assim, é possível perceber que o perfil da relação de trabalho do mercado profissional do jornalista brasileiro pode ser explicado a partir de um tripé:

Numa perna, se concentram aqueles que atuam com exclusividade para a imprensa tradicional, sem um segundo emprego. Na outra, estão aqueles que também só possuem um vínculo empregatício, mas no campo do jornalismo institucional, em assessoria de imprensa e em mídias corporativas. E, na terceira, existem aqueles que possuem mais de um vínculo, seja em meios de comunicação, seja no jornalismo institucional, seja em ambos, ou mesmo um *freelancer* fixo associado a um emprego (SANT’ANNA, 2009, P. 253).

E, ao refletirmos sobre uma cultura profissional, é preciso percebê-la mediante “fatores internos e externos que a constituem historicamente e influenciam nas determinações de seu desenho” (SILVEIRA, 2010, p. 84), até porque “os códigos deontológicos podem se tornar letra morta se não emergirem de um consenso no interior das categorias profissionais”. No caso das redações convencionais e das redações de assessoria, elas são constituídas por jornalistas, seguindo o pensamento comunicacional brasileiro, embora os espaços ocupados por jornalistas e assessores sejam vistos como dois territórios pertencentes à esfera da comunicação.

Na pesquisa sobre o jornalista na comunicação das organizações, desenvolvida a partir da Universidade de Brasília, Silveira (2010) discute o denominado agir social do subgrupo dos assessores de imprensa. Segundo ele, os jornalistas como um todo podem ser localizados num espectro simbólico representativo. A partir desse lugar, eles constroem uma imagem ideal que deve ser preservada diante do mundo social. São convenções reguladoras do agir social dos jornalistas e que alimentam questões internas e externas do campo profissional, individual ou coletivo.

Também o que se percebe atualmente no espaço profissional, no entanto, por uma série de fatores que a sociedade contemporânea tem imposto, é que há uma maior racionalidade dos profissionais diante do mercado de trabalho. Assim, “a ação do grupo profissional passou, então, a caracterizar-se por um menor comprometimento em relação ao nicho definido *a priori* por gerações passadas, o nicho das funções convencionais do jornalista”, afirma Silveira (2010, p. 90). A pesquisa dele mostra que é real a busca por maior visibilidade e um reconhecimento que legitime, na profissão jornalística, autenticamente o subgrupo a que pertencem os assessores de imprensa. Exercendo um papel maior do que o de mera ponte entre uma fonte e o jornalista de veículo, o assessor de imprensa “é perfeitamente capaz de integrar um processo vitorioso de transferência de informação para a sociedade” (SILVEIRA, 2010, p. 93-94).

No entanto, é necessário não confundirmos e sabermos diferenciar mídias das fontes e assessorias de imprensa, pois as primeiras não necessitam da colaboração dos veículos tradicionais. O foco que empreendemos não tem como centralidade as mídias das fontes, autônomas, com canais de coleta e de transmissão de notícias, mas sim o jornalismo que entendemos ser praticado a partir da assessoria e que trabalha com fontes para dar-lhes visibilidade e voz no mundo social e sua relação com o jornalismo da mídia.

A ascensão das fontes interessadas pode ser associada à exclusão do amadorismo na esteira das mudanças no jornalismo brasileiro, e também ao momento histórico das décadas de 1980/90, quando o país viveu a redemocratização, incorporou a linguagem neoliberal e, no caso da cultura, adotou o discurso econômico. E buscar um lugar no espaço público é o objetivo central, legitimador, essencial na construção de uma visibilidade, “arena privilegiada onde se trava uma luta simbólica pela definição das realidades sociais”, aponta Sant’Anna (2009, p. 22).

Em princípio, uma maior visibilidade amplia o conhecimento público sobre determinado tema. Para isso, é necessário entender a importância de técnicas para difundir conhecimentos através dos meios de comunicação. São estratégias que possam vir a moldar a agenda midiática, praticar um jornalismo das fontes, conforme denomina Sant’Anna (2009, p. 18), em que “informações coletadas, selecionadas, filtradas, tratadas editorialmente e difundidas por entidades ou movimentos sociais” passam a interferir na mídia e, conseqüentemente, na própria sociedade. A consequência mais visível é a similitude de conteúdos entre o que é difundido pelos meios de comunicação tradicionais e aqueles produzidos pelas assessorias de imprensa, já que a redação jornalística é a

linguagem central dessa forma de atuação. Um fenômeno não somente brasileiro, mas que aqui tem grande abrangência.

A ação cada vez mais crescente das fontes, como produtores e difusores de notícias, está presente na tese de Sant'Anna (2009), além de uma série de dados sobre o mercado de trabalho do jornalista brasileiro. A esta fatia de mão de obra dos profissionais jornalistas, envolvendo assessorias de imprensa, mídias das fontes e outras estruturas informativas vinculadas às fontes, ele explica, os economistas dão o nome de segmento extra redação. Tal espaço surge como uma opção importante aos profissionais sem espaço nas redações, principalmente a partir dos anos de 1980, quando ocorrem também os primeiros reflexos político-econômicos mundiais junto ao espaço jornalístico. E é a partir dos dados obtidos que o pesquisador constata a existência no Brasil de um modelo de empresa jornalística que se utiliza intensamente dos conteúdos produzidos externamente a ela, o que acarreta na presença, por vezes, dispensável do jornalista nas redações tradicionais.

Embora com cada vez menos restrições ou acusações que, segundo Duarte (2011, p. XXIV), transitavam entre o amadorismo e a manipulação, as assessorias de imprensa são hoje “um setor profissional, dinâmico e fundamental” e estão inseridas na comunicação organizacional,<sup>67</sup> composta por processos que envolvem “ações de publicidade, internet, marketing, relações públicas, comunicação interna, relacionamento com consumidores”.

Fruto de um cenário no qual é cada vez maior a necessidade de as instituições interagirem discursivamente com a sociedade pelas vias do discurso jornalístico, a comunicação a partir de uma organização/instituição, devido à abrangência, ainda carece de uma falta de caracterização no mercado do Brasil. O que ocorre para a atividade de assessoria de imprensa com o uso disseminado da expressão leva a diversas interpretações e possibilidades quando se fala desse lugar específico ou desse profissional.

Hoje, atuar com comunicação significa refletir e agir sobre toda a organização e suas interações com diferentes públicos. O assessor de imprensa assume a responsabilidade de gestor de equipes ou processos e muitas vezes o relacionamento com jornalistas é apenas parte de suas atividades. Os objetivos deixam de ser simples exposição na mídia para

---

<sup>67</sup> No Brasil, o termo passou a ser adotado substituindo comunicação empresarial, a partir de meados da década de 1980 pelo professor e pesquisador da Universidade de São Paulo (USP) Gaudêncio Torquato, seguindo uma lógica “... pela qual nem todas as ferramentas da comunicação especializada pertenciam a empresas, mas todas elas, sem exceção configuravam a existência de uma organização, aí incluindo a própria estrutura empresarial” (LOPES; VIEIRA, 2004, p. 20).

incorporar a noção de posicionamento estratégico da organização com o público interno e a sociedade, seja com fins mercadológicos, de informação ou, simplesmente, imagem. As tarefas e os desafios se ampliam, exigindo maior capacidade de criar e administrar diferentes instrumentos de comunicação para atuar com as demandas e necessidades de informação e interação (DUARTE, 2011, p. 255).

Na nova configuração mundial, o jornalismo, frisa Chaparro (2011, p. 3), é o lugar de socialização das manifestações particulares, organizadas sob a lógica da competição e nas mais diversas áreas sociais, onde “noticiar se tornou a mais eficaz forma de agir no mundo e com ele interagir”, o que leva as instituições a quererem cada vez mais fazer parte das “teias comunicativas”. Reconhece que as relações entre instituições e imprensa decorrem em interfaces conflitantes, mas também a informação como necessidade estratégica, assim como a relação de organizações e imprensa, já que não são questões novas. Houve uma aceleração nesse processo, seja pela nova mídia ou outros fatores, e consequentemente novas formas de trabalho.

Silveira (2010, p. 68) enfatiza que “a evolução dos serviços de assessoria de imprensa, no Brasil, está diretamente ligada às novas relações de forças sociais, ao aumento de uma população cada vez mais escolarizada e informada, cada vez mais crítica e exigente”, já que em décadas passadas faltava consciência ou predisposição para tratar os conflitos organizacionais de forma mais transparente.

Outros aspectos da sociedade oferecem maneiras de pensar que trazem à tona relações traduzidas em alterações no entendimento do *ethos* jornalístico e de outras profissões ligadas à comunicação. São questões desdobradas a partir de tópicos como de um capitalismo corporativo mais agressivo, cortes nos orçamentos de empresas jornalísticas, interesses mercadológicos em relação ao público, e mesmo das novas tecnologias. A difusão da notícia, a partir de um cenário globalizado e em mãos de poucas empresas aponta, na maioria das vezes, para jornalistas que abrem mão da apuração e da investigação em favor da reprodução dos *releases*<sup>68</sup> enviados das fontes.

A questão de um produzir-se comunicacionalmente, via assessoria de imprensa, por exemplo, tendo em vista a formação de uma imagem pública e a adoção de uma narrativa jornalística como estratégia é apontada por Martinuzzo (2013, p. 64), pois tal

---

<sup>68</sup> O *release* ou *press release*, símbolo mais emblemático da assessoria de imprensa, é uma denominação em inglês que surge no início do século passado com o jornalista americano Ivy Lee, para um texto que adapta os interesses dos assessorados aos diferentes públicos, por meio da utilização de informação exata e objetiva para se relacionar com a imprensa. O *release* possibilita instrumentalizar a imprensa para atingir a opinião pública. (CHAPARRO, 2011).



investimento tem, entre suas razões, o fato de que o discurso jornalístico “promove uma espécie de tradução de acontecimentos diversos, complexos, técnicos e até exóticos, produzindo um texto amplamente acessível, fundamentado no senso comum”. No entanto, Chaparro (2010) deixa claro que não há interesse de nenhuma parte em destruir a linguagem jornalística, mas sim preservá-la, pois a sociedade a vê como parte importante do projeto ético e entende o direito à informação como prerrogativa dos cidadãos.

O que ocorre, então, é que a forte presença especializada na comunicação organizacional possibilita que

Ao atuarem como intermediários qualificados, aproximando fontes e imprensa, estimulando a circulação de informação verdadeira e recusando tarefas de manipulação, persuasão e controle, os assessores tornaram-se efetivo ponto de apoio de repórteres e editores (como um tipo de extensão das redações), ajudando a implantar uma cultura de transparência nas relações entre organização e sociedade. De um lado, auxiliam os jornalistas, ao fornecer informações confiáveis e facilitar o acesso. De outro, orientam fontes na compreensão sobre as características da imprensa, a necessidade e as vantagens de um relacionamento transparente e ainda as capacitam para aproveitar da melhor maneira possível as oportunidades oferecidas pelo interesse jornalístico (DUARTE, 2011, p. 61).

Acreditamos e entendemos que o enfoque de jornalistas da mídia e assessores de imprensa deveria estar na verdade, na informação e no interesse público, num compartilhamento de normas aceitas por todos, pois “uma redação jornalística não tem monopólio da ética ou da competência” e é “o profissionalismo que determina a legitimidade da atuação do jornalista em organizações não jornalísticas, mesmo com alguma incompatibilidade com o código de ética da profissão” (DUARTE, 2011, p. 67). E que cabe, a partir do veículo, fazer a checagem das informações recebidas, proceder criticamente no sentido da qualidade do que se produz, baseado também na credibilidade de quem disponibiliza tais informações.

O trabalho integrado de profissionais da comunicação, envolvendo profissionais de diversas áreas, é outro desafio que acreditamos ter de ser enfrentado, que também é apontado por Duarte e Monteiro (2004), quando executado a partir de vários pesquisadores do campo, sem discussões sobre se se trata de jornalista, relações públicas ou publicitário, mas entendendo que a comunicação pensada estrategicamente necessita desses muitos profissionais e desses subsistemas. Para eles, “a atuação conjunta é um

caminho sem volta, assim como a evolução da comunicação nas organizações não admite retrocesso, até porque novas possibilidades de coexistência e aprendizagem estão surgindo” (DUARTE E MONTEIRO, 2004, p. 77-78), e as alternativas de relacionamento de diferentes profissionais – no enquadramento proposto, envolvendo a assessoria de imprensa – passam pelo conhecimento mútuo, superando preconceitos; pelo planejamento de comunicação global e não por áreas; e pela formação de equipes de comunicação que substitua as de especialistas.

### **3.2. Sobre deontologia profissional**

Os jornalistas são herdeiros de um passado na sua prática cotidiana que anima combates e recusas: o de portadores de uma tradição de liberdade. No entanto, as condições do exercício dessa liberdade são cada dia mais constrangedoras, levando o indivíduo “a cumprir uma função mais do que lhe permitem afirmar-se como pessoa autônoma”. Assim, é “relativamente ao sistema mediático, tanto no nível da sociedade (os meios de informação em geral) como ao nível da organização (a empresa mediática), que se situa a liberdade do jornalista” (CORNU, 1994, p. 255-256).

Por esta e outras razões é que percebemos as questões deontológicas também como essenciais na discussão proposta nesta tese e a partir das falas dos entrevistados. É parte fundamental para a compreensão de como profissionais da mídia e assessores de imprensa percebem o exercício do jornalismo e, conseqüentemente, se autopercebem. Sabemos que se fazem presentes novas rotinas e, por vezes, um conjunto de atores heterogêneos incorporados à prática profissional. Nessa dimensão, poderíamos ser levados a perceber os assessores de imprensa colocados como em um território profissional à parte dos jornalistas da mídia. Mesmo que atualmente não exista a necessidade legal de registro profissional de jornalista, “as atividades e funções jornalísticas são definidas *a priori* e a execução delas é atribuída privativamente a um determinado agrupamento profissional” (SANT’ANNA, 2009, p. 164).

Silveira e Góis (2015) tratam do tema dos assessores de imprensa e do jornalista da mídia a partir do que denominam de abordagem interna para discutir o estado atual do exercício do jornalismo no Brasil, sabendo da existência de uma tensão frequente entre uma ótica liberalista da profissão e a questão da função pública do jornalismo. Sobre o caso específico de assessores de imprensa no espaço profissional da categoria jornalistas, destacam a falta de demarcações concretas sobre este subgrupo. Há, segundo eles, uma série de dificuldades para a construção de um estatuto público para o jornalista a partir

das particularidades da profissão, que contemple inclusive a questão dos assessores, além da ausência de articulação entre documentos legais e morais, como a Constituição Federal e o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, por exemplo.

A realidade imposta no que tange aos assessores de imprensa e jornalistas da mídia mostra que a deontologia profissional não resolve a questão dos subgrupos, inclusive porque o Código de Ética vigente, de 2007, é centrado no jornalismo clássico das redações convencionais. Dessa forma, os pesquisadores acreditam que há necessidade de especificar com clareza as funções de cada subgrupo, gerando subdivisões nos dois nichos de atuação profissional, já que no caso dos jornalistas de assessoria existem aqueles atuantes em organizações públicas, privadas, etc.

Legitimada pela cultura profissional, função em expansão no mercado, os assessores são “cada vez mais aceitos no grupo profissional jornalístico e sua atividade preenche o trabalho cotidiano da maior parte dos egressos dos cursos de jornalismo”, lembram Silveira e Góis (2015, p. 128-129). No entanto, são cientes de que não há consenso sobre várias questões e apontam até para a possibilidade da elaboração de um segundo código de ética que, “a exemplo do atual, orbitaria em torno do grupo profissional, dos jornalistas em geral”, pois o atual não aborda questões práticas do agir profissional nas funções de assessoria. Há a necessidade de conciliar essa atividade com as normas deontológicas do Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros, omissas quanto aos deveres do profissional deste subgrupo, o que evitaria possíveis constrangimentos éticos. E enfatizam que os fundamentos deontológicos a serem seguidos pelos assessores deveriam conter um diferencial bem demarcado entre essa atividade e aquela desenvolvida pelos jornalistas da mídia, pois se não for assim “se cai numa teia de hipocrisia, tentando tornar igual o que é originalmente diferente na ação dos dois subgrupos, ou, na melhor das hipóteses, buscando esconder uma tensão existente e sobre a qual não se constrói a devida reflexão” (SILVEIRA; GÓIS, 2015, p. 134).

Sobre a ética e o profissionalismo na imprensa e nas assessorias de imprensa, “o compromisso do profissional de imprensa seria com a verdade dos fatos, enquanto que o dos vinculados ao jornalismo institucional seria subordinado aos interesses das fontes empregadoras” (SANT’ANNA, 2009, p. 180, 186). Assim, a ocupação desse território por ambos profissionais traz, segundo ele, a necessidade de “exportar o mesmo *ethos* jornalístico existente nas redações para o meio institucional”, organizando tais relações na prática jornalística em benefício do público. Estudiosos do tema percebem que deslizos existem de ambos os lados, pois as questões envolvendo ética ou sobre a falta dela no dia

a dia não são fáceis. Esses questionamentos sempre estão inseridos e permeando a atividade jornalística em diversos campos. O autor entende que é ingênuo considerar *a priori* os profissionais de assessoria de imprensa antiéticos e moralmente corretos os que atuam na mídia tradicional.

Nossa visão aproxima-se para o entendimento de todas estas questões dentro de uma complexidade muito grande e que ela deve ser observada compreendendo e observando o modelo de ética que queremos perseguir, assim como as distinções feitas para separar jornalistas da mídia e assessores. Acreditamos que hoje a assessoria de imprensa estaria inserida numa atividade híbrida (SARTOR, 2011, p. 105), contudo de natureza fortemente enraizada pela lógica e padrões jornalístico.

A auto-regulamentação no sentido social amplo são normas “coletivamente alcançadas, mantidas e aplicadas. Elas são adquiridas através de uma socialização prévia, internalizadas e apoiadas por meio de uma interação social” (CURRAN, 2014, p. 42), mas sujeitas a revisões periódicas. Já as mídias estão interligadas com a aplicação das normas e levam a distinções, por exemplo, entre o bem e o mal, estabelecendo diretrizes sobre o que é um comportamento aceitável e inaceitável, por meio de um exemplo concreto.

Diante do universo empírico da tese, mesmo que atuantes em práticas organizacionais reconhecidas – o jornalismo praticado na mídia ou em assessorias de imprensa –, temos a compreensão de que os subgrupos analisados enfrentam, principalmente no âmbito jornalístico, posicionamentos distintos que enfatizam discussões de pertencimento, postura e atuação de jornalistas da mídia e jornalistas que trabalham em assessorias, todas colocações que giram em torno da ética profissional e temas correlatos.

### **3.3. A produção do objeto empírico**

Feitas as reflexões que nos ajudam a delinear uma conjuntura em que os jornalistas estão inseridos na atualidade, entremeada por diferenciações e alterações na cultura profissional, buscamos a partir de agora explicar como se deu a produção do nosso objeto empírico, focado a partir das relações interpessoais de jornalistas da mídia e assessores de imprensa no jornalismo cultural. Nos servimos do recurso da história oral e dos relatos dos profissionais para a composição do *corpus*, assim como dos caminhos percorridos que dão sustentação a essa construção. Começamos pelos relatos profissionais por meio da história oral.

A história contemporânea ou do tempo presente ainda sofre alguma resistência como objeto da história, mas sua contribuição à sociedade é inegável. E, nesse contexto, o reconhecimento e a legitimidade do uso de fontes orais é um fator importante. Duas linhas de trabalho distintas surgem no uso da história oral: uma que prioriza os depoimentos orais como instrumentos para o preenchimento de lacunas deixadas pelas fontes escritas, garantindo o máximo de veracidade e de objetividade às falas através de entrevistas bem roteirizadas; e outra abordagem privilegiando o estudo das representações e atribuindo um papel central às relações entre memória e história. Esta última, algo mais sutil, subjetivo e que quer resgatar vivências, emoções, em que “as distorções da memória podem se revelar mais um recurso do que um problema, já que a veracidade dos depoimentos não é a preocupação central” (FERREIRA, 1994, p. 9-12).

No âmbito acadêmico, entendemos que contemporaneamente a questão da utilização de depoimentos orais é parte do escopo técnico-metodológico de grande número de pesquisadores, principalmente das Ciências Sociais. Abordar o fenômeno da oralidade é focar no processo da comunicação, aspecto central da vida dos seres humanos, “o desenvolvimento da linguagem, a criação de uma parte muito importante da cultura e da esfera simbólica humanas” (ACEVEZ LOZANO, 1996, p. 15). Dessa forma, esperamos evidenciar o quanto os depoimentos orais podem ampliar a compreensão dos processos no universo profissional dos jornalistas de cultura brasileiros.

Como proposta de investigar a realidade através de estatutos próprios e objetivos definidos, a história oral é importante na reflexão e na maior compreensão como método e nos possíveis diálogos com o campo do jornalismo, entendendo de antemão que ambas as áreas se constituem a partir do presente. Interdisciplinarmente, no caso do jornalismo, “a atualidade é o seu foco e é só para compreendê-la, num recorte sincrônico, que se apresentam os fatos do passado e se projetam os acontecimentos do futuro” (MACIEL, 2007, p. 4), enquanto na história oral há ainda o fato de a atenção estar voltada para “as experiências do passado atualizadas pela memória do presente”. Outro aspecto diz respeito aos personagens apresentados pelas duas áreas. São “sujeitos históricos, diretamente envolvidos tanto com a realidade imediata em que se situam quanto com um ‘passado’ que constitui suas referências e sua memória”.

A história oral se presta a diversas abordagens, o que torna complexa sua conceituação e a precisão do uso. Alberti (1989) salienta que fazer uso dos depoimentos

orais é um método de pesquisa que vai estudar instituições, grupos sociais ou categorias profissionais, a partir de depoimentos de pessoas que deles participaram ou os testemunharam. Por isso, também, reafirmamos a história oral como abordagem metodológica adequada ao trabalho, pois tem como ponto de partida central a utilização da entrevista, recurso fundamental também para o jornalismo, tanto prática como conceitualmente. Enfatizamos a entrevista na história oral pensada não apenas como uma coleção de frases reunidas em uma sessão dialógica que se esgota em si, mas, como destaca Meihy (2007), trata-se de centralizar os testemunhos como ponto fundamental, privilegiado, básico, das análises; formular as entrevistas como epicentro da investigação.

No entanto, academicamente nossa preocupação vai além, à medida que imposições éticas exigem tratamentos diferenciados para quem vai trabalhar ou fazer entrevista, pensando nela como objeto de pesquisa e não a entendendo como fonte no sentido jornalístico estrito. Os depoimentos orais em formato de entrevista exigem “uma ‘escuta’ aprimorada, tempo, dedicação e o preparo para lidar com a dúvida e a incerteza, mas, certamente, depoimentos orais são holísticos, no sentido de respeitarem a fonte na sua humanidade e suas contradições” (MUSSE, 2013, p. 108). Buscamos, dessa maneira, refletir sobre a importância do trabalho do profissional jornalista e as profundas transformações que ocorrem no universo midiático, por meio da utilização da história oral, um percurso extremamente rico e singular, principalmente se tratando de jornalistas ligados ao campo cultural. Acreditamos que estamos construindo e interpretando o passado, contemporaneamente, por meio da linguagem falada. Sobre a cientificidade e a subjetividade do que nos propomos, concordamos que

É sabido que jamais poderemos apreender o real como ele é; apesar disso, insistimos em obter uma aproximação cada vez mais acurada dele, para aumentar qualitativa e quantitativamente nosso conhecimento.... O trabalho do cientista, contudo, é também um ato de criação, do qual participa o subjetivismo (ALBERTI, 1989, p. 6).

Se as narrativas, sejam elas sob a forma de depoimentos registrados de maneira escrita ou oral, são caracterizadas pelo movimento peculiar à arte de contar, a contemporaneidade marcada “pela cultura virtual e pela velocidade muitas vezes descartável das informações, tendem a desaparecer os narradores espontâneos, aqueles que fazem das lembranças, convertidas em casos, lastros de pertencimento e sociabilidade” (DELGADO, 2003, p. 22).

Se como recurso discursivo a história oral nos auxilia nas investigações que empreendemos nesta tese, questões pontuais relativas à memória são relevantes ao trabalho. Vista a partir de um mundo em profunda mutação, a abordagem do tema memória é cada vez mais necessária. “A memória contém incomensuráveis potencialidades, destacando-se o fato de trazer consigo a forte marca dos elementos fundadores, além dos elos que conformam as identidades e as relações de poder” salienta Delgado (2003, p. 18). Além disso

as mudanças sociais aceleradas e as identidades cambiantes resultam numa sensação de insegurança e angústia. E, nesse contexto, a memória passa a ser crucial, porque permite atribuir sentidos à realidade em meio à dispersão e à pluralidade (BARBOSA e RIBEIRO, 2007, p.103-105)

Além disso, segundo as autoras, “podemos pensar que essa vontade geral de registro e arquivamento reflete também o processo de democratização e descentralização da memória ocorrida na modernidade e radicalizado na contemporaneidade”. Já a constituição das Ciências Sociais causa grandes transformações na memória coletiva, desempenhando um papel significativo na interdisciplinaridade que se estabelece entre elas. Na última década do século XX, a expressão “memória social” ganhou espaço como “uma forma útil e simplificada que resume o complexo processo de seleção e interpretação em uma fórmula simples, e enfatiza a homologia entre os meios pelos quais se registra e se recorda o passado” (BURKE, 2000, p. 71-72).

Outra conceituação de interesse nessa contextualização é o de lugares da memória<sup>69</sup>, formulado por Pierre Nora, e por ele categorizados de três maneiras: materiais, simbólicos e funcionais. Por que nos interessa? Lugares da memória funcionam como signos de reconhecimento e de pertencimento de grupos numa sociedade hoje voltada ao individualismo. Estes lugares passam a ter espaço na memória na medida em que se estabeleça em nossa imaginação uma aura simbólica sobre eles. E, “cabe, com efeito, aos profissionais científicos da memória, antropólogos, historiadores, jornalistas, sociólogos, fazer da luta pela democratização da memória social um dos imperativos prioritários da sua objetividade científica” (LE GOFF, 2003, p. 471).

---

<sup>69</sup> Lugares em todos os sentidos do termo, que vão do objeto material e concreto, ao mais abstrato, simbólico e funcional, simultaneamente e em graus diversos, esses aspectos devem coexistir sempre. Bibliotecas, arquivos, monumentos, obras de arte.

### 3.4. A construção do *corpus*

Desde o início, temos como objetivo compreender como jornalistas da mídia e assessores de imprensa, dedicados à cultura e predominantemente ao tema das artes visuais, se autopercebem como profissionais. Ou seja, buscamos um entendimento maior das relações que estabelecem entre eles no cotidiano, de que maneira se sentiriam unidos, ou não, por valores deontológicos da profissão, estes sempre percebidos como bens maiores de trânsito profissional e competência. Para este percurso de pesquisa foi preciso delimitar alguns critérios para a escolha do *corpus*. Optamos por uma amostra intencional centrada na relevância da atuação dos profissionais escolhidos e na abrangência de suas produções no contexto do jornalismo.

Assim, buscamos com predominância profissionais com representatividade no universo da mídia brasileira e em alguns casos com reverberação no exterior, ou seja, nomes de reconhecida competência, seja pelos pares, seja ainda pelo público, quando no caso dos jornalistas de veículos. Entre os entrevistados temos colaboradores de várias publicações internacionais com as revistas *Frieze*, *Flash Art*, *Atlántica*, *The Art Newspaper*, *Artforum*, *Art Agenda*, *Artsy*. Ainda, um repórter e crítico do jornal *Folha de São Paulo*, uma editora do canal de televisão Arte1 e outros nomes presentes nas revistas *Select* e *Arte!Brasileiros*. E, mais, assessores de imprensa das mais significativas instituições de arte do país como Bienal de São Paulo, Instituto Tomie Ohtake, Santander Cultural, SESC SP, Casa Brasil-França, Escola de Artes do Parque Lage, Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, além de destacadas galerias de arte brasileira. A maioria desses entrevistados é detentora de ampla formação acadêmica e das mais diversas premiações.

Obviamente, é possível encontrar outros veículos e profissionais de relevância atuando em outras cidades do Brasil. Porém, quando nos referimos à mídia brasileira para elege os profissionais presentes na tese, optamos por fazer dois recortes intencionais e objetivos: o eixo Rio-São Paulo por razões óbvias, quais sejam, números expressivos de profissionais e veículos (jornais, televisões, revistas, assessorias) que abordam as artes visuais e a centralidade do mercado da arte nestas cidades; e, também, Porto Alegre, pela proximidade com a realidade local e pelo desenvolvimento da tese na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS).

Escolhemos entre os profissionais aqueles com atuação em assessorias e na mídia a partir dos anos 1980 que ainda estão em atuação. Temos presente na constituição do



*corpus* jornalistas que vivenciaram os reflexos da ditadura militar em suas produções e rotinas; outros que assessoraram as primeiras grandes mostras internacionais no Brasil; ou que acompanham e noticiam as mais representativas atividades de arte mundiais como bienais, feiras ou instituições; presentes em mídia distintas, sejam jornais, revistas, televisão ou em publicações on-line. Nossas escolhas de termos de nomes dos entrevistados mantiveram-se, em boa parte, desde o projeto. Tivemos um leque ampliado de possibilidades, inclusive por sugestões dos nossos convidados, pensados desde o começo do trabalho, mas que descartamos na medida em que os nomes iniciais aceitaram participar. Houve acréscimos, em virtude de estarmos, inicialmente, com foco num grupo de entrevistados voltado apenas à mídia impressa. No entanto, durante o período de estágio no CPDOC na Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, e levando em conta questionamentos apresentados pelas professoras da instituição – que acolheram nossa inquietação sobre a representatividade do recorte –, ampliamos o leque de entrevistados, objetivando ter um *corpus* que contemplasse também profissionais atuantes em televisão e em mídia digital.

Perfazendo mais de três décadas por meio dos relatos desses profissionais, estamos pondo luz a *performances* de indivíduos que acompanham atentamente a profissionalização da cultura nacional, desencadeada mais fortemente nos anos de 1990, quando nossa inserção nos processos globalizantes, enquanto nação, se evidenciou, afastando condições amadoras predominantes nos processos rotineiros de produção cultural brasileira até então. Paralelamente, toda a cadeira cultural foi afetada, na qual os profissionais passaram por uma série de mudanças significativas no cenário político-cultural-empresarial, entre as quais podemos apontar a redemocratização brasileira, mudanças políticas mundiais, a criação de leis de incentivo à cultura no país, a internacionalização da arte, as transformações da mídia e das empresas do setor, entre muitas outras. Todas, em alguma medida, afetaram o trabalho dos jornalistas, que agregaram também novas identidades ligadas ao mercado da arte às suas imagens. Reconhecidos como repórteres, *freelancers*, por vezes tornam-se críticos, editores, curadores e conselheiros institucionais. Tal processo foi percebido, inclusive, ainda enquanto da realização da tese. Entrevistados como Francisco Dalcol e Camila Régis desligaram-se de onde trabalhavam como repórter e editor do jornal *Zero Hora*, de Porto Alegre, e repórter digital da Revista *Select*, em São Paulo, respectivamente.

Outro aspecto importante do grupo de entrevistados para a constituição do *corpus* é que a maioria dos nomes escolhidos, em algum momento ou situação, fez parte da vida

profissional do autor desta pesquisa, mantendo em boa medida alguma conexão. Foram poucos os que tivemos um primeiro contato pessoal somente por ocasião da pesquisa. Tal contexto de aproximação exige uma vigilância redobrada, buscando o distanciamento que, supostamente, seria mais fácil a outro pesquisador sem esse envolvimento. Porém, acreditamos que esse deslocamento é sempre relativizado, pois não há como manter uma neutralidade em tais processos, que sempre acumulam olhares subjetivos e podem ser traduzidos como de admiração, competência, reconhecimento e também de amizade. Se a proximidade pede uma redobrada atenção, ela também favorece entradas junto àquele que se convida para participar da pesquisa. Assim, chegar até nomes reconhecidos em diversas instâncias sociais se torna menos trabalhoso, mas não menos tenso no que diz respeito ao grau de cobrança de parte dos pesquisadores. Sempre surgem dúvidas das mais diversas, que vão da própria performance frente ao que poderia ser visto como um ídolo profissional, passando pelo processo de realização das entrevistas. Hesitações que precisam ser dominadas, administradas a cada contato com os escolhidos para o *corpus*. Obviamente a criticidade não deixar de ocorrer quando das análises das entrevistas, mas pode ser relativizada, pois um olhar de fora da pesquisa e distante das fontes elencadas é capaz de dar novos entendimentos e sentidos às entrevistas. Tudo, no entanto, para também enfatizar que os dados foram trabalhados de forma compreensível e com exatidão, numa relação recíproca e amistosa entre pesquisadores-entrevistados.

Diante do exposto e ciente de várias limitações impostas a partir de um recorte necessário à investigação, escolhemos para compor o *corpus* um núcleo de 11 profissionais, que atinge dois terços de profissionais da mídia e o restante de assessores de imprensa. Nos debruçamos majoritariamente sobre a denominada mídia tradicional, que é o foco ainda dominante daqueles que buscam visibilidade social, segundo os próprios depoimentos. Assim, listamos os profissionais entrevistados em ordem alfabética e com currículos resumidos, sendo que indicamos apontamentos em duas plataformas (uma acadêmica, *Lattes*, e outra profissional, *LinkedIn*) com detalhamentos de cada trajetória dos entrevistados:

- Angélica de Moraes<sup>70</sup>, jornalista *freelancer*, é também crítica de arte e curadora independente. Formada em Jornalismo pela PUC-RS com curso de pós-graduação em Artes Visuais Teoria e Praxis (PUC-RS). Radicada em São Paulo desde 1986, onde trabalhou por longo período no jornal *O*

---

<sup>70</sup><https://br.linkedin.com/in/angélica-moraes-b6242662>

*Estado de S. Paulo* em coberturas internacionais como edições da *Documenta* de Kassel (Alemanha) e *Bienal de Veneza* (Itália), além de mostras como *Sculpture Projects* (Münster, Alemanha), *ARCO* (Madri, Espanha), *Art from Brazil in New York* (EUA), *Ultramodern* (Washington, EUA) e *Trienal de Yokohama* (Japão). Tem passagem também por outros veículos de comunicação, entre os quais as revistas *Afinal*, *Veja*, *Bravo*; e o caderno *Mais!* do jornal *Folha de São Paulo*.

- Camila Régis<sup>71</sup>, *freelancer*, ex-repórter digital da Revista *Select*. Também foi colaboradora da *Folha de São Paulo*, das revistas *Piauí*, *Artinfo Brasil*, *Bamboo*. Cursa Letras na USP.
- Cláudia Noronha<sup>72</sup>, jornalista formada pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro e diretora-proprietária da CWeA<sup>73</sup>, empresa sediada no Rio de Janeiro e criada em 1994 como assessoria de imprensa especializada em artes visuais, design, patrimônio histórico, cultura e lazer. Entre os clientes tem o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro; Anita Schwartz Galeria de Arte; Pinakothek; e Galeria de Arte Ipanema.
- Fábio Cypriano<sup>74</sup>, jornalista e crítico de arte do jornal *Folha de São Paulo* e colaborador das revistas *Frieze*, *Flash Art*, *Atlântica* e *Arte!Brasileiros*. Atualmente é coordenador do curso de graduação Arte: História, Crítica e Curadoria, da PUC-SP. Tem graduação em Comunicação Social – Jornalismo, mestrado e doutorado em Comunicação e Semiótica, ambos pela Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP). Entre 1997 e 2000 esteve radicado em Berlim para pesquisa do doutorado sobre Pina Bausch.
- Francisco Dalcol<sup>75</sup>, jornalista, *freelancer*, crítico, pesquisador e curador independente e ex-repórter e editor no jornal *Zero Hora*, do Grupo RBS, na área de artes visuais. Doutorando em Teoria, Crítica e História da Arte pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Mestre pelo

<sup>71</sup><https://br.linkedin.com/in/camila-régis-93b1898a>

<sup>72</sup><https://br.linkedin.com/in/claudia-noronha-a73a60/pt> e <https://br.linkedin.com/in/claudia-noronha-a608605/pt>

<sup>73</sup>[www.cwea.com.br](http://www.cwea.com.br)

<sup>74</sup><http://lattes.cnpq.br/0863440167458855>

<sup>75</sup><http://lattes.cnpq.br/5429738945701879>

Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais (PPGART), da UFSM, na linha de pesquisa Arte e Cultura, com ênfase em história, teoria e crítica (2013).

- Gisele Kato<sup>76</sup>, jornalista, editora-chefe do canal Arte 1, desde a criação, em dezembro de 2012 pelo Grupo Bandeirantes, em São Paulo. Tem passagens pelas redações da rádio Eldorado AM, revista *Veja-São Paulo* e revista *Bravo!*.
- Leonor Amarante<sup>77</sup>, jornalista, *freelancer*, crítica de arte, editora da revista *Nossa América*, do Memorial da América Latina em São Paulo. Editora de várias publicações entre as quais *Arte!Brasileiros*, curadora de bienais como de Ushuaia, do Mercosul (1999/2001), de Curitiba e do Barro. Graduada em Jornalismo e Comunicação Visual pela Fundação Armando Alvares Penteado, São Paulo.
- Marcy Junqueira, diretora-proprietária da Pool Comunicação<sup>78</sup>, de São Paulo. Desde 1997 é especializada no atendimento na área cultural e uma das principais responsáveis pela coordenação dos projetos para diversas instituições brasileiras. Durante uma década atuou na Rhodia S/A como parte de uma equipe pioneira no desenvolvimento da comunicação empresarial no Brasil. Entre os clientes da empresa estão o Instituto Tomie Ohtake, Fundação Bienal de São Paulo e SESC SP.
- Mariele Salgado, jornalista, diretora-proprietária da Mariele Salgado Assessoria de Imprensa<sup>79</sup>. Atuante a partir de Porto Alegre, desde 1997. Entre os principais clientes está o Santander Cultural.
- Paula Alzugaray<sup>80</sup>, jornalista, diretora de redação da Revista *Select*<sup>81</sup>, curadora e crítica de arte. Mestre em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicação e Artes da USP e doutoranda em Comunicação e Semiótica na PUC-SP. Entre os veículos que atuou estão a revista Istoé, Bravo!, Istoé Gente, Casa Vogue, *Wish Report* e Número e sites como Canal Contemporâneo e Trópico.

---

<sup>76</sup><https://br.linkedin.com/in/gisele-kato-23a078b8>

<sup>77</sup><http://lattes.cnpq.br/3190989758509757> e <https://br.linkedin.com/in/leonor-amarante-121839b3>

<sup>78</sup>[www.facebook.com/PoolDeComunicacao/info](http://www.facebook.com/PoolDeComunicacao/info)

<sup>79</sup>[www.facebook.com/marielesalgado?fref=ts](http://www.facebook.com/marielesalgado?fref=ts)

<sup>80</sup><https://br.linkedin.com/in/paula-alzugaray-9687366a>

<sup>81</sup>[www.select.art.br](http://www.select.art.br)

- Silas Marti<sup>82</sup>, jornalista, repórter de artes visuais, arquitetura e design do caderno *Ilustrada*, da *Folha de São Paulo*, desde 2007, especialista em curadoria e crítica de arte. Mestrando da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. Colaborador de publicações nacionais e estrangeiras, como *The Art Newspaper*, *Frieze*, *Artforum*, *Art Agenda*, *Artsy*, *Arquitetura e Urbanismo*, *GQ*, *Vogue*, *Harper's Bazaar*, *FFWMAG!* e *Arte!Brasileiros*.

É possível, ainda, fazermos algumas considerações amplas sobre os entrevistados no sentido de torná-los mais, sinteticamente, perceptível. Temos uma predominância de profissionais formados e atuantes no eixo Rio-São Paulo por questões palpáveis de espaço de atuação, seja ele mercado, publicações e mesmo demanda de jornalistas. Temos uma faixa etária de entrevistados de 25 anos a pouco mais de 60 anos. Predominantemente trabalham em veículos impressos como jornais e revistas, tendo experiência nas mais importantes publicações do país, o que também lhes possibilita um conhecimento amplo da realidade cultural e das artes no Brasil e exterior. Mas temos ainda profissionais atuantes junto à mídia digital e à televisão. Predominam entre os entrevistados profissionais que constantemente estão presentes nos principais eventos nacionais e internacionais de arte. Os currículos dos entrevistados mostram uma formação especializada na área cultural, além das artes visuais, e o exercício em outras funções dentro do jornalismo, como crítica, edição e até conselhos de publicações, assim como em atividades ligadas ao campo amplo da arte, como a figura de curadores e professores universitários.

### 3.5. A entrevista e a temática

Como os jornalistas da mídia e os assessores de imprensa percebem a si mesmos e aos outros na função de agentes de mediação jornalística das artes visuais é uma questão articulada na proposição e que se soma a investigar o que estas percepções apontam sobre o *ethos* profissional. Ambas apontam para nosso objetivo amplo de compreensão mais nítida do entendimento dessa relação entre profissionais do campo da comunicação. Assim, tivemos de optar por um tipo de entrevista a realizar e recorreremos à entrevista temática. Através dela abordamos o entrevistado prioritariamente sobre um tema escolhido, diferente de história de vida que enfatiza o indivíduo na história e num enfoque

---

<sup>82</sup><https://br.linkedin.com/in/silas-marti-0aa5b489> e <http://lattes.cnpq.br/2538911337036247>

mais extenso. Alberti (2013) esclarece que ambas as entrevistas de história oral pressupõem a relação com o método biográfico, já que mesmo optando por cortes temáticos, a entrevista tem como eixo tanto a biografia como a vivência e a experiência do entrevistado.

Nossa opção metodológica da história temática identificada como um recurso ou um tratamento adequado é somada, ainda, à Análise de Discurso, que é elencada como uma metodologia articulada na concretização da análise, o que, segundo Orlandi (1998, 2007), permite a ordenação, a sistematização e o exame crítico dos sentidos produzidos pelas evidências orais obtidas com as entrevistas. O estabelecimento de maior qualidade e profundidade em relação aos entrevistados é outro aspecto relevante do uso da história oral temática. A validade e a riqueza de tal recurso se justificam, pois implicam na “reflexão teórica, trabalho empírico e de campo; maior ligação e vínculo pessoal com os sujeitos estudados; um processo de constituição de uma fonte e um processo de produção de conhecimentos científicos” (ACEVEZ LOZANO, 1996, p. 24).

O estudo realizado trabalhou a partir de um olhar para o jornalista como um dos agentes sociais do construto social, acreditando o quanto os depoimentos orais podem ampliar a compreensão dos processos de constituição e pertencimento a uma identidade jornalística, além de perceber inter-relações entre lugares, falas e temporalidades dos jornalistas da mídia e assessores de imprensa. Tudo isso acreditando que esses profissionais, no universo profissional brasileiro, se relacionam hoje de maneira diferenciada do que décadas atrás, com base no empenho de alguns valores caros a ambos os grupos.

Para explorar e descortinar a relação entre esses profissionais no caso específico da tese, estabelecemos um roteiro de entrevista semiestruturado com um cruzamento de conteúdos em três níveis de contextualização: aspectos da trajetória individual (família, formação escolar, formação de competência para atividade profissional); institucional (questões específicas da prática profissional) e macrossocial (questões contextuais, econômicas e políticas, mudanças estruturais na prática laboral e no *ethos* dos agentes), conforme exemplificamos no apêndice da tese. No entanto, as perguntas tiveram aberturas possíveis, objetivando tornar a obtenção dos dados mais próxima da proposta de pesquisa. Escolhidos, localizados e contatados ao longo de quase um ano, os entrevistados tiveram os devidos esclarecimentos sobre a tese, assim como os objetivos e a dinâmica das entrevistas. Como investigadores, seguimos as exigências éticas em

pesquisa acadêmica por meio da Plataforma Brasil<sup>83</sup>, uma base nacional e unificada de registros de pesquisas envolvendo seres humanos, ligada à Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP), submetendo o projeto de tese à aprovação e ajustes. Para obtermos o parecer final favorável, preenchemos todas as etapas de registro e apresentação de documentos por meio digital, inclusive com os aceites de participação dos entrevistados, através do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), documento que estabelece a participação e implicações legais do sujeito na pesquisa, o que dá transparência ainda maior para a tese. Todos os envolvidos aderiram à realização da pesquisa, o que ocorreu de maneira tranquila e sem nenhum contratempo.

Buscamos trabalhar com as falas dos entrevistados no sentido do estabelecimento de um discurso final como pesquisadores, evidenciando sentidos predominantes. Com as respostas dos entrevistados, agrupamos os testemunhos em núcleos temáticos de sentido, a partir de formações discursivas contidas nos depoimentos. Buscamos perceber nas trajetórias individuais indícios de processos de formação (formação familiar, ensino formal e informal, formação de competência); questões profissionais (maneiras pelas quais aderem à ideologia profissional, valores do campo jornalístico, disputas de segmentos específicos), além de posturas diante de novas rotinas de trabalho e das relações com fontes e leitores. Com esse processo, como afirma Orlandi (2007), se constrói um dispositivo da interpretação. Trata-se de uma análise das falas de maneira interpretativa na procura de pistas que possam abrir múltiplas janelas sobre a construção do papel de mediador jornalístico no âmbito da arte e da cultura e do entendimento relacionado ao *ethos* jornalístico em nossos dias. No conjunto observamos a possibilidade de traçarmos paralelos entre as respostas, simetrias e discordâncias em torno das discussões propostas.

### **3.6. Anotações a partir de um diário de campo**

Aproximadamente um ano se passou entre a realização de uma entrevista-piloto com a jornalista Angélica de Moraes e a obtenção de todas as entrevistas previstas para a pesquisa. Em novembro de 2015, ocorreu a entrevista-piloto que ofereceu uma espécie de panorama para ajustes e enquadramentos que percebemos necessários, levando em conta desde o espaço físico onde se vai realizar a entrevista – com condições adequadas para um resultado sonoro satisfatório, até o equipamento de captação, a tranquilidade

---

<sup>83</sup>[www.saude.gov.br/plataformabrasil](http://www.saude.gov.br/plataformabrasil)

necessária ao entrevistado para buscar suas lembranças, a disponibilidade de dia e horário para o depoente receber o pesquisador, assim como checagem do roteiro, possíveis correções de dados obtidos anteriormente pelo pesquisador sobre o entrevistado e interrupções indesejadas ou necessárias. Ainda durante esse ano foi constituída uma lista ampla de nomes possíveis para a obtenção dos depoimentos e analisados diversos aspectos que levassem a um *corpus* representativo de relatos de profissionais envolvidos no assessoramento e a cobertura das artes visuais pelo jornalismo cultural brasileiro. Entre os aspectos observados e já apontados, estiveram a trajetória e a significância dos clientes ou instituições de atuação dos assessores de imprensa, assim como a busca por depoimentos e nomes ou assinaturas de jornalistas da mídia que acompanham o setor com constância, competência e reconhecimento da sociedade e dos próprios colegas de profissão.

Para que todo esse processo funcionasse com maior precisão, contamos com o auxílio do CPDOC-FGV que, após contatos preliminares pessoais e por e-mails, tivemos uma troca de informações e um posterior período de quatro meses de estágio na sede do Rio de Janeiro. Lá, realizamos reuniões de trabalho para discutir e ajustar todo o processo e desencadear as entrevistas nas cidades do Rio, São Paulo e Porto Alegre. Tivemos acesso à biblioteca da FGV, onde podemos consultar livros e depoimentos nos moldes que poderíamos fazer uso na tese. Nesse processo também contamos com a participação concreta das pesquisadoras Verena Alberti e Alzira Abreu, reconhecidas profissionais<sup>84</sup> voltadas para trabalho com história oral. Para a tese, as pesquisadoras trouxeram novos olhares, assim como contribuições específicas para a metodologia, informações vitais de como registrar os depoimentos, seja na construção de um roteiro, seja nos protocolos técnicos. Foram algumas reuniões de trabalho que resultaram no entendimento e aprimoramento do processo prático envolvendo a captação de depoimentos a partir dos preceitos da história. Houve discussão das necessidades para um roteiro de entrevista eficiente, como proceder na interlocução com entrevistados, o equipamento mais eficiente de captação do áudio e do trabalho em si, etc. Tal processo se deu entre novembro de 2015 a março de 2016, resultando nos arranjos e adaptações para o fechamento dos dias, horários e locais da obtenção das falas dos convidados (**Tabela 1**).

---

<sup>84</sup> Alberti, além de pesquisadora do CPDOC, integra o Programa de Pós-graduação em História, Política e Bens Culturais. Já Abreu tem na trajetória de pesquisa trabalhos com biografias da elite política brasileira; jornalistas e imprensa no Brasil na fase de transição democrática, que resultaram em diversas publicações.



**Tabela 1 – Entrevistados representantes do *corpus* da pesquisa**

Nome do entrevistado (Ordem Alfabética)	Data da entrevista	Número de páginas da transcrição
Angélica de Moraes	23.11.15	34
Camila Régis	24.11.15	18
Cláudia Noronha	05.11.15	35
Fábio Cypriano	25.11.15	15
Francisco Dalcol	09.11.15	27
Gisele Kato	30.11.15	31
Leonor Amarante	20.11.15	11
Marcy Junqueira	26.11.15	21
Mariele Salgado	10.11.15	19
Paula Alzugaray	30.11.15	19
Silas Martí	22.03.16	25

As entrevistas ocorreram em situações diversas, considerando a proximidade ou não com o depoente; os locais a que tivemos acesso para gravar, como a abertura da casa por alguns; ou, ainda, a pressa, por vezes, de um ou outro entrevistado, obtendo assim o depoimento, por exemplo, em um intervalo de agenda combinado na impessoalidade de um café de shopping ou entre tarefas numa universidade, quando o entrevistado está no exercício da função de professor. A intenção inicial era que as gravações das entrevistas fossem feitas em um estúdio técnico. Pensávamos num registro ideal nesse formato junto à FGV, até para futuro arquivamento dessas falas. No entanto, por não termos um vínculo direto como pesquisadores ligados à instituição, isso não foi viável. Contudo, acreditamos que os locais não trouxeram, em essência, agravo à captação dos depoimentos, pois ocorreram na maioria em espaços sem muito barulho ou outra perturbação, além de serem espaços onde os entrevistados optaram por fazê-los, deixando-os confortáveis.

Percebemos que o grau maior ou menor de camaradagem colaborou ou não para a *performance* do pesquisador na condução das entrevistas. Foi perceptível, após alguns depoimentos, uma cobrança de cunho pessoal que acreditamos natural, de que algumas questões poderiam ter um caráter mais incisivo, mais bem formuladas em algumas situações. Uma sensação de que aspectos relacionados à cordialidade, ao coleguismo

teriam interferido no processo como um todo, além de uma preocupação constante da eficiência do equipamento de gravação como maior auxiliar para o registro fidedigno de toda a singularidade daquela narração.

As entrevistas tiveram início pelo Rio de Janeiro e variaram de uma hora a duas horas e meia, sendo que a média das entrevistas foi de uma hora e meia de duração. Houve uma dificuldade relativamente grande de executar a agenda de encontros, devido aos compromissos de cada depoente. Algumas foram remarçadas várias vezes. No entanto, a partir da confirmação de cada uma das entrevistas, as mesmas se deram com poucas interrupções, em conversas um tanto informais que creditamos muito à identificação pessoal do entrevistado com o entrevistador. O que alguns lembraram foi o fato de naquele momento ele, entrevistado, estar na situação de suas fontes. Tínhamos como guia um questionário orientador, semiestruturado, que também levou em conta na sua construção a trajetória de vida e profissional de cada entrevistado, anteriormente pesquisada como parte da sustentação do referido guia.

Os depoimentos foram gravados com a realização, por parte do entrevistador, de apontamentos simultâneos com o objetivo, num momento posterior, de lembrar questões importantes trazidas nos depoimentos, pontos de interesse específico do pesquisador, etc. Nossa impressão é que as falas dos entrevistados mais velhos tiveram um caráter nostálgico, porém positivo e até divertido, quando buscaram situar-se como sujeitos no mundo. Já sobre os entrevistados mais jovens tivemos a visão de que buscaram muito contextualizar questões pontuais que envolviam rotinas produtivas e das empresas em que atuam ou atuaram, ressaltando o caráter pesado e pouco reflexivo desses processos no dia a dia.

Após a coleta de todo o material, reservamos um período para a transcrição das entrevistas de maneira integral, mantendo todos seus pormenores e onde, por exemplo, respeitamos a oralidade dos entrevistados, ou seja, seus modos de fala. Esse trabalho de reprodução inicial das falas foi realizado pela jornalista Bruna Linhares, que seguiu a orientação de manter algumas marcações de tempo para guiar o trabalho posterior, assim como, caso houvesse, imprecisões sonoras em pequenos trechos, apontamentos para posterior conferência, como nomes e eventos específicos. Logo após o envio da transcrição, fizemos a escuta e a conferência das entrevistas, uma a uma, constituindo uma checagem ampla do material de cada entrevistado, na qual foram considerados os apontamentos anteriores. Foram ainda levantados, a partir do conhecimento do

pesquisador, possíveis erros de informação relacionados às datas, nomes, ocasiões e outras circunstâncias. Assinaladas tais dúvidas, se buscou compreender cada situação e a necessidade de algum ajuste. O passo seguinte foi encaminhar a entrevista transcrita a cada entrevistado, conforme combinado e de acordo com os procedimentos metodológicos, a fim de obter suas considerações e anuência de que o que estava transcrito seria o material a ser trabalhado na pesquisa. Cada entrevistado pode checar possíveis deslizos ou reivindicar alguma informação que, porventura, quisesse rever ou omitir, o que não ocorreu, sendo o material total aceito como o definitivo para o trabalho acadêmico. Houve apenas alguns entrevistados que fizeram contextualizações mais detalhadas de algumas partes dos depoimentos, visando torná-los mais precisos. Após todas essas etapas foram criados os arquivos definitivos para o trabalho de análise, sendo impressas e trabalhadas simultaneamente as versões digital e impressa, num vai e vem constante para a construção da análise das entrevistas. Entendemos que com esses passos seguimos o mais fielmente possível os recursos da história oral para o processamento do material coletado.

## 4. ANÁLISE DE DISCURSO DAS ENTREVISTAS: MAPEAMENTO DOS SENTIDOS

### 4.1. Depoimentos sob a Análise de Discurso

De maneira semelhante à dissertação desenvolvida nessa pós-graduação em 2010 que explorava as relações entre jornalismo e cultura, nos aproximando da temática das artes visuais, tivemos mais uma vez que fazer escolhas teóricas e metodológicas que nos acercassem de forma mais certa do tema proposto. Assim, uma trajetória e pesquisa bibliográfica extensas trouxeram o referencial teórico que precisávamos para trabalhar nossos pressupostos. Dessa forma, a estrutura conceitual possibilita trabalharmos com o jornalismo como linguagem preocupados com o referencial da autoimagem, pois “a imagem de si está no centro das noções de autoridade e legitimidade, sustentando, juntamente com o efetivo fazer profissional, a credibilidade de um veículo ou de um jornalista. Este discurso sobre si, suas qualidades e competências, constrói o *ethos* jornalístico” (BENETTI e HAGEN, 2010, p. 134).

Todo o discurso é dialógico (BAKHTIN, 1981), e o jornalismo nesse contexto deve ser tratado como gênero<sup>85</sup> particular, no qual a intersubjetividade e os atores do processo são fundamentais (CHARAUDEAU, 2004; BENETTI, 2008). Para esta tese entendemos que a perspectiva comunicacional é a mais adequada, pois trabalha a reflexão a partir de condições específicas de produção, circulação e interpretação, articulando relações históricas e sociais que, de acordo com Benetti (2008), não ignoram as condições de fala, interpretação e constituição da memória no objetivo de compreender um certo modo de pensar.

Ao refletirmos sobre a mediação jornalística do discurso da arte, acreditamos que também vale enfatizar que o relato jornalístico é aquele que mais busca se aproximar da verdade dos fatos, ou, pelo menos, o que tem esta aproximação como ideal normativo ou de representações do real. Assim,

A atividade de construção consiste em tornar o mundo inteligível, categorizando-o segundo um certo número de parâmetros cuja combinação é bastante complexa. A estruturação do saber depende da maneira como se orienta o olhar do homem: voltado para o mundo, o olhar tende a descrever esse mundo em categorias de *conhecimento*;

---

<sup>85</sup> Há relevantes autores e produções que tratam da questão dos gêneros jornalísticos. Nos campos da Análise de Discurso, da Semiótica e da Análise Textual, Charaudeau (2004) destaca que há pelo menos quatro pontos de vista de onde se podem compreender os gêneros: funcional, enunciativo, textual e comunicacional.

mas, voltado para si mesmo, o olhar tende a construir categorias de *crença* (CHARAUDEAU, 2006, p. 43, grifos do autor).

Se, como garante Maingueneau (2007), o discurso se modifica ao longo do tempo, refletindo as características da própria sociedade que o torna possível, é factível e importante uma análise social pelos discursos produzidos por sujeitos situados em um determinado tempo e lugar, como propusemos em relação ao convívio e atuação dos jornalistas especializados em artes visuais na virada do século. A isso, soma-se que “jornalista que enuncia tem uma imagem sobre si, seu papel e sua identidade” (BENETTI, 2008, p. 19), imagem essa, lembra a autora, “alicerçada tanto em ideais como verdade e credibilidade, quanto na consciência (às vezes nem tão consciente assim, pois internalizada) sobre as condições de produção do discurso”.

Cabe ainda aqui abordar, mais uma vez, a história oral como processo conjunto nesta investigação acadêmica. Além de relatos de acontecimentos passados, nos explica Alberti (1994), uma entrevista de história oral fornece um conjunto de ações que visa determinados efeitos sobre o interlocutor na conversa e para além da entrevista, naqueles que a consultam e, eventualmente, na sociedade em geral. Esse discurso do sujeito, seguindo pelo entendimento da Análise de Discurso “não acontece “no” texto, compreendendo aqui texto como um objeto material escrito, oral ou pura imagem. Ele acontece entre os sujeitos da interlocução. É no espaço *entre* esses sujeitos que o discurso efetivamente se constitui” (BENETTI, 2008, p. 17). Assim, a fala ou o depoimento resulta numa produção intencional de documentos da parte do pesquisador, ou seja, construímos um objeto teórico, problematizando-o através de conceitos inseridos numa perspectiva reflexiva mais ampla.

As entrevistas entendidas como documentos oferecem uma diversidade de pontos de abordagens ao pesquisador, sendo necessário nos limitarmos a determinado tema, o que não esgotará outras possibilidades da entrevista. Um aspecto adicional a observar é aquele que questiona as versões fornecidas pelos depoentes, colocando em xeque a realidade ou a verdade sobre o que se está abordando. Em relação a isso, o fundamental é considerar o potencial documental de entrevistas de história oral diante de uma determinada *realidade factual* em foco, onde o uso das palavras configura discursos que buscamos compreender mais claramente. A história oral como método de pesquisa que produz uma fonte especial mostra-se como importante dispositivo no sentido de possibilitar, conforme Ferreira (1994, p. 12) “uma melhor compreensão da construção das

estratégias de ação e das representações ou grupos ou indivíduos em uma dada sociedade”. No caso investigado, abarcando a história oral temática, a discussão gira em torno de um assunto central de estudo, as percepções e articulações de um *ethos* profissional.

Dessa maneira, nossa opção metodológica de análise das entrevistas recai sobre a Análise de Discurso (AD) de linha francesa percebida “como a disciplina que, em vez de proceder a uma análise linguística do texto em si ou a uma análise sociológica ou psicológica de seu contexto, visa a articular sua enunciação sobre um certo lugar social” (MAINGUENEAU, 1998, p. 13-14), mostrando-se proveitosa quando articulada conjuntamente com a história oral. Inscrita na mesma matriz paradigmática do interacionismo, a Análise de Discurso nos possibilita trabalharmos sentidos também com interpretação a partir da precisão de critérios que passam pela teoria, pela construção do *corpus* ou no detalhamento dos processos de trabalho na pesquisa.

A junção da utilização da entrevista acrescida da Análise de Discurso como método, quando reconhecida como técnica é, por vezes, percebida como recurso desigual, na medida em que traz dados difíceis para sistematização, com pouca uniformidade; porém, conforme Sartor (2011), ressaltamos que a aplicação da entrevista se mostra adequada a captar sentidos comuns compartilhados, como de jornalistas da mídia e assessores de imprensa em relação às interações que estabelecem entre si. Assim, como as histórias trazidas a partir do *corpus* são “construídas por códigos compartilhados, remetem a significações que respondem à singularidade” (VILELA, 2006, p. 51) do indivíduo, bem como do âmbito social em que está inserido.

Se a Análise de Discurso é um dos modos de problematização da linguagem, como destaca Benetti (2016, p. 236), na escolha desta metodologia para estudo de objetos empíricos no campo comunicacional no entanto devemos recorrer a alguns conceitos e nos posicionarmos como pesquisadores sobre o assunto elencado. Das noções essenciais<sup>86</sup> apontadas pela autora, demandam aqui atenção algumas delas, mais valiosas à pesquisa que efetivamos. O dialogismo é um deles, pois a linguagem está baseada na interação entre sujeitos, na qual “a palavra orienta-se para alguém, e este alguém pressuposto existe em uma relação social com o sujeito falante”, evidencia. Nessa intersubjetividade, a partir

---

<sup>86</sup> Dialogismo, discurso, leitor real, leitor imaginado, interdiscursividade, formação imaginária, formação discursiva, paráfrase e polissemia são os conceitos apontados pela autora.

do dialogismo, há uma relação entre discursos, sendo que o texto se mostra como uma materialidade discursiva com efeito ao produzir sentidos por um sujeito que o enuncia ou o interpreta. Pois “é necessário que os dois sujeitos envolvidos no processo possam compreender a posição de sujeito do outro, além de sua própria (BENETTI, 2008, p. 19).

Ainda fundamental à tese e proveniente da Análise de Discurso é a noção que enfatiza no dialogismo a interdiscursividade. Está compreendida como o processo de cruzamento ao qual o discurso é submetido, reconfigurando a formação discursiva (FD)<sup>87</sup> a partir de elementos exteriores ao discurso. É a formação discursiva que nos possibilita agrupar o que está disperso ao longo de textos pelo mesmo sentido. “Uma região razoavelmente delimitada de sentidos que correspondem a uma determinada perspectiva”, estabelecida na “relação com outras formações discursivas, em um movimento de tensionamento, complementação ou distinção”, salienta Benetti (2016, p. 240).

Às bases explicitadas, acrescentamos a de formação imaginária que apresenta a posição de sujeito, um lugar social e historicamente construído, ora de fala, ora de interpretação. Ou seja, de representação de si e do outro. A noção de sujeito é essencial à Análise de Discurso, embora nos processos envolvidos seja preciso perceber que a origem do dito não provém originalmente do sujeito, mas da junção do social e da singularidade nele existente<sup>88</sup>.

Paráfrase e polissemia são dois outros conceitos também importantes apontados nos procedimentos relacionados à Análise de Discurso e na construção de sentidos a partir de um discurso, como dos profissionais jornalistas que focamos. A paráfrase é a reiteração do mesmo e que pode estar presente em diferentes textos e palavras, enunciada por diferentes sujeitos e temporalidades diversas, levando a percepção de sentidos

---

<sup>87</sup> A noção de formação discursiva (FD), explica Maingueneau (1998, p. 68), utilizada pela escola francesa foi introduzida por Foucault na obra *A arqueologia do Saber* (1972), buscando caracterizar conjuntos de enunciados relacionados a um mesmo sistema de regras, historicamente determinadas. Na Análise de Discurso esta noção surge com Pêcheux (1988), sendo hoje o conceito amplamente utilizado fora da problemática por ele proposta. Originalmente ele trabalha com formações ideológicas que incluem as formações discursivas (FDs) interligadas, determinando o que pode e deve ser dito, também numa conjuntura dada. Assim, considera-se que em uma “unidade de um conjunto de enunciados sócio historicamente circunscrito”, as formações discursivas podem ser entendidas como contrastiva (cada uma pensada como espaço autônomo) ou interdiscursiva (constituída e mantida através do interdiscurso ou um conjunto de discursos).

<sup>88</sup> Para a Análise de Discurso é o que Pêcheux (1988) diz constituir a ilusão discursiva: ao mesmo tempo *ilusão de autonomia*, em que o sujeito entende que é o senhor absoluto do discurso que produz e detentor original das ideias que veicula; e *ilusão de unidade*, na qual o indivíduo anula a noção de que seu discurso é um amálgama de sujeitos e escolhas determinadas em estratégias de construção de sentidos.

hegemônicos em determinados discursos. Já a polissemia, como aceitação de diversos sentidos que uma palavra pode ter, deve ser percebida e ocorrer em múltiplos contextos.

#### **4.2. Construção interpretativa dos núcleos temáticos de sentido e sequências discursivas**

Estabelecidos os aspectos da Análise de Discurso, entendida como gesto interpretativo, é perceptível que enquanto pesquisadores também produzimos sentidos sobre as entrevistas analisadas como objeto empírico. Ou seja, buscamos *dar sentido* ao que investigamos, mas com base, com clareza de seus propósitos e apoiado no que Orlandi (1998) denomina dispositivo teórico para sustentação do trabalho. Dessa maneira, metodologicamente, buscamos mapear sentidos nucleares ou formações discursivas (FDs) a partir das entrevistas, sempre buscando responder ao objetivo geral da tese, qual seja: as percepções de si e sobre os outros de jornalistas especializados em artes visuais no papel de mediação que exercem e como articulam um *ethos* no jornalismo cultural contemporâneo. Além disso, dessa maneira estamos colaborando com o entendimento de uma autoimagem ou do que é ser jornalista, sob o ponto de vista de cada entrevistado, a partir do(s) lugar(es) que ocupa(m) no espaço profissional; configurando um *ethos* ou sistematizando valores, crenças e normas que os entrevistados associam ao campo profissional; compreendendo a essencialidade do repertório ou verificando a formação de competência profissional na área cultural, enquanto um território que mescla funções de jornalista e de especialista; balizando o *modi operandi*; e mesmo interrogando o papel do jornalismo cultural como espaço tradutor e legitimador das experiências artísticas, estéticas e intelectuais, envolvendo uma cadeia produtiva de indivíduos ou grupos que ambicionam visibilidade social.

Das diversas maneiras que se alicerça um *ethos* profissional, podemos destacar que são os modos de dizer que o revelam, produzindo interdiscursividades e colaborando na construção da imagem de si. Entendemos que os profissionais entrevistados preferem seus discursos sobre si, majoritariamente, operacionalizando um *habitus* profissional, de grupo, articulado de forma semelhante em ambos os subgrupos, jornalistas da mídia ou assessores de imprensa, e se apresenta como vital na especialização uma formação de repertório. Princípios geradores e organizadores de práticas e de representações refletem e reforçam nesses profissionais um *ethos* discursivo, associado ao campo profissional, que tem como aspectos-chave de sustentação os valores da credibilidade e da confiança.



Verificamos, assim, que são estes os núcleos centrais dos discursos proferidos pelos entrevistados e da inter-relação estabelecida entre eles.

Nas entrevistas estivemos interessados em compreender um tipo de discurso que nos ajudasse na articulação em torno de um *ethos* de jornalistas e assessores envolvidos com o jornalismo cultural brasileiro e focados nas artes visuais. No exame de marcas evidenciadas por meio das entrevistas percorremos o que é entendido como uma primeira camada discursiva até outras ligadas à cultura profissional e à especialização. Essas vertentes estão reunidas em sentidos nucleares (FDs) que aglutinam sequências discursivas (SDs), trechos ou os fragmentos que respondem à investigação extraídos das entrevistas realizadas. Assim, para fins de padronização, as SDs são apresentadas com a identificação do E, da palavra entrevistado, e o numeral que o identifica pela ordem alfabética do *corpus*. Por exemplo: E1 para o entrevistado número 1 que é Angélica de Moraes.

Assim, inicialmente, localizamos dez assuntos (Tabela 2) oriundos de uma leitura flutuante e evidenciada a partir de sequências discursivas mapeadas nas respostas dos jornalistas entrevistados. Tais sequências contribuíram para a definição de um primeiro elenco de formações discursivas (FDs). Elas dizem respeito (1) à imagem de si e dos outros profissionais; (2) o jornalismo como profissão; (3) o exercício profissional nas últimas décadas; (4) parâmetros deontológicos; (5) *habitus* jornalístico; (6) percepção do jornalismo cultural e artes visuais; (7) o bom e o ruim da assessoria de imprensa; (8) a precarização do trabalho jornalístico; (9) formação de repertório profissional; (10) e a dimensão do diploma para a atividade.

Refinando e refazendo o percurso de leitura das transcrições sobre as sequências iniciais, percebemos que algumas sobrepunham ou havia uma sobreposição de sentidos e eram fortemente representativas dos dois subgrupos estudados. Isto também indica que as marcas textuais identificadas nas entrevistas estão presentes em mais de um núcleo de sentido, uma ambivalência na qual uma sequência pode fazer parte de mais de uma categoria, e não apenas de uma formação discursiva.

**Tabela 2 – Formações Discursivas (FDs)**

<b>Formações Identificadas</b>	<b>Identificação das FDs iniciais</b>
01	Imagem de si e dos outros profissionais
02	Jornalismo como profissão
03	Exercício profissional nas últimas décadas
04	Parâmetros deontológicos
05	<i>Habitus</i> jornalístico
06	Percepção do jornalismo cultural e artes visuais
07	O bom e o ruim da assessoria de imprensa
08	Precarização do trabalho jornalístico
09	Formação de repertório profissional
10	Dimensão do diploma para a atividade jornalística

Em todo o percurso, constatou-se expressões que nos apontavam para temáticas específicas que possibilitaram agrupar marcas textuais e, conseqüentemente, identificar as seqüências discursivas. Verifica-se, a partir das entrevistas, que poderíamos condensar os dez assuntos em quatro principais formações discursivas: a constituição de repertório como condição essencial para integrar o campo; o papel mediador como jornalista da mídia e como assessor de imprensa; a proeminência da confiança como uma virtude fundamental para o êxito nas relações entre profissionais; e o espelhamento de uma autoimagem, edificada a partir de um *habitus* – conjunto de ações e entendimentos –, aglutinador de um *ethos* discursivo.

Assim, o que esboçamos anteriormente nos levou a extrair, por proximidade, estes quatro núcleos de sentido do discurso produzido pelo nosso *corpus* de entrevistas. Perseguindo estes mesmo núcleos realizamos um exercício de percurso pela tese, sob um ponto de vista bourdiano, onde é possível adentrar ao campo ou ao *habitus* jornalístico a partir da relação de mediação efetuada por assessores de imprensa e jornalistas da mídia especializados nas artes visuais. Com isso, acreditamos garantir uma ampliação do entendimento deste mesmo campo e dos subgrupos evidenciados. A partir dos quatro núcleos de sentidos ou formações discursivas com os respectivos temas associados é proposta uma análise que enfatiza que:

- a) ao profissional há uma condição de entrada nesse campo, que é sua formação de **competências** e de **repertório**, inicialmente e primordialmente, a partir do aprendizado com colegas de profissão e que segue acompanhada pela aquisição do conhecimento formal.
- b) para efetuar a mediação jornalística é necessário ter uma posição de jogo ou *modi operandi* de jornalistas da mídia ou assessores de imprensa, oferecendo o entendimento das práticas exercidas por cada subgrupo.
- c) há uma relação entre jogadores que se estabelece através de um capital, um valor, que se tem e é depositado no trato entre os profissionais baseado na **confiança**.
- d) e uma matriz de percepção constante, um *habitus* que compreende a ideia de uma **autoimagem** em perspectiva, manifesta na articulação de um *ethos* profissional.

A partir dessa esquematização manifesta, trazemos os resultados. Eles estão organizados segundo estes quatro núcleos de sentidos (FDs), apontando neles sequências discursivas nas quais expressões e palavras remetem a temáticas específicas que desejamos evidenciar. Ou seja, obviamente, não se trata do universo integral das falas analisadas a partir dos depoimentos, mas 147 sequências discursivas que acreditamos como significativas para os propósitos da tese.

#### **4.2.1. Primeiro núcleo de sentido: A lógica do repertório para adentrar ao campo especializado**

Para adentrar ao campo do jornalismo, uma das condições do profissional é a formação de competências e de repertório. Particularmente, aqui, significa ter repertório para exercer a mediação do discurso artístico. Mas antes de se ter domínio ou habilidade numa área específica é essencial entender as dinâmicas sociais e as ações e práticas do campo, do fazer jornalístico. A ideia de *habitus* colabora em muito nesse entendimento,

a partir dos profissionais entrevistados, sobre processos pessoais de adesão e sobre situar-se no campo, numa construção de uma identidade colada ou mesclada com o próprio sujeito, um discurso referencial de como raciocinar, comportar-se e transitar a partir do campo jornalístico para o social.

Podemos perceber, também, em sequências discursivas trazidas a seguir, processos que envolvem desafio, sofrimento, resignação – presentes, por exemplo, em **E5 – SD53, E5 - SD58, E6 - SD76** ou **E6 - SD77**- e outras para a aquisição do aprendizado do campo, estruturando a aquisição de *expertise*.

Então foi assim que eu entrei no Diário de Santa Maria. Eu entrei direto no Caderno de Cultura para fazer uma coluna jovem, que era a Contracapa, baseada em uma contracapa do Roger, que era um modelo. Não sei se o Pioneiro já não estava fazendo isso, mas depois o Pioneiro também, que é o Carlinhos que faz até hoje. **Me colocaram nessa. Bah, aí foi como aprender a caminhar.** Porque assim: **a experiência do Diário de Santa Maria foi tremenda, uma experiência que pouquíssimas pessoas tiveram e vão ter**, porque o jornal saiu do zero. **(E5 – SD53) Francisco Dalcol.**

... hoje, trabalhar em jornalismo, depois a gente pode falar um pouco mais sobre isso, tu tens que estar muito pronto para sobressaltos diários. Se fala muito, em ambiente de redação, regime Beta de trabalho. Beta é aquele programa que ainda não está pronto, mas que já sai rodando e se der problema volta a faz de novo. **Trabalhar em redação**, hoje, não é aconselhável para quem não quer muito sobressalto, quem quer ficar tranquilo. Todo dia tem uma coisa nova pintando, alguma situação adversa.... **É bem difícil, bem desafiante. A gente se adapta, mas a adaptação não é uma coisa suave. A adaptação demanda disposição, tranquilidade, serenidade.** **(E5 - SD58) Francisco Dalcol.**

**...sofri pra caramba na Bravo!**, porque, quando eu entrei, era isso. Eu lembro da Vera me pedir para **escrever notinhas** e eu escrevia até de madrugada. Eles tinham esse esquema, sabe? **Três da manhã e eles dizem: "Reescreve. Reescreve". Uma nota de cinco linhas.** Eu falava: "Filha, como é que eu reescrevo cinco linhas". **Eu lembro que eu chegava em casa chorando.** **(E6 - SD76) Gisele Kato.**

Eles **rasgavam meu texto no meio da redação.** Eu lembro do Reinaldo falando: "Que bosta. Eu não aceito isso vindo de você. Isso é um elogio, hein, porque eu estou dizendo que eu não aceito vindo de você esse texto cheio de clichês". **(E6 - SD77) Gisele Kato.**

É possível, ainda, a partir de mais sequências listadas, detectarmos ou realçarmos o quanto é importante e determinante o aprendizado que emerge no ambiente de trabalho

ou por meio das relações com colegas, percebidos como verdadeiros professores, e num espelhamento ou crença, a partir do contato diário ou da visão dos jornalistas mais antigos como mestres. Por vezes, através, de uma aprendizagem com jornalistas referenciais que transitaram ou transitam por segmentos como da crítica, da curadoria, da formação acadêmica. Tais ideias estão em exemplos como **E1 – SD5, E4 – SD42, E5 - SD56, E6 – SD72, E6 – SD74, E6 – SD75, E7 – SD99 e E10 - SD124.**

... tenho minha Santíssima Trindade. **São os caras com quem aprendi muito lendo as matérias deles.** Era um aprendizado autodidata feito com muita atenção, paixão mesmo. Eu lia a coluna do Frederico Moraes no jornal O Globo (Rio) ... Grande Frederico Moraes, que eu chamo de "meu tio". Ele não é meu parente, mas eu chamo de tio e ele se diverte muito com isso cada vez que a gente se encontra. Acabamos amigos. O segundo guru é o Olívio Tavares de Araújo, que escrevia na revista semanal Isto É. Grande texto. E o terceiro guru era o Casimiro, que escrevia na Veja. Então era o Casimiro, o Olívio e o Frederico. Quando o Casimiro me convidou para ir para a Veja, eu me senti condecorada, como se tivesse recebido uma comenda no peito, sabe? Selo de qualidade. **(E1 – SD5) Angélica de Moraes.**

... eu já tinha 30 anos quando fui para a Folha, mas eu não entendia nada de artes plásticas e eu fui **muito ingênuo** durante muito tempo. Claro que, **ficando tanto tempo no jornal, a gente vai ganhando, conhecendo**, entrevistando as pessoas. **(E4 –SD42). Fabio Cypriano.**

Mas aí, com o tempo, eu conheci algumas pessoas também e comecei a olhar para os lados. Eu tinha aqui na Zero Hora o Eduardo Veras, que era uma pessoa que já estava fazendo esse caminho. Tinha a Paula Ramos. Eu comecei a ver **"tem pessoas que fizeram esse caminho"**, por isso são **pessoas referenciais** para mim, esses dois nomes que te contei. São pessoas que vêm do jornalismo, se aproximam das artes e se encaminham em pós-graduação e hoje são professores. Eles **são referências**, porque, querendo ou não, o trajeto que eu venho fazendo é um trajeto que eles fizeram. Claro, com algumas diferenças, mas a grosso modo... **(E5 - SD56) Francisco Dalcol.**

Eu tive **mestres**, lá na Bravo!. **(E6 –SD72) Gisele Kato.**

A Gioconda Bordon tinha na rádio Eldorado AM e foi um tempo áureo da rádio. Ela inventou o Ouvinte-Repórter. Era uma rádio muito forte aqui. A Gioconda tinha um programa de duas horas, do meio-dia às duas da tarde, que era conversas de cultura e tal. **Eu fazia a produção e ela me ajudou muito. O lugar também me ajudou.** Era um programa diário, ela não conseguia se atualizar de todas as coisas. Então, muitas vezes, ia lá o fulaninho e ela ficava "meu". Eu tinha que fazer uma **superpesquisa** e aí pensei: "Meu, eu tenho essa coisa japonesa, eu vou **fazer a pauta** para ela, com 20 perguntas" e fui

**ganhando muito repertório com isso. E aí a Bravo! (E6 – SD74) Gisele Kato.**

No Jornalismo, é essa coisa de *quem indica* mesmo. É uma coisa escrota, num certo sentido, é difícil, mas tem uma coisa que se eu for abrir uma vaga aqui eu vou dar uma perguntada para os coleguinhas quem é..... Essas **relações pessoais são muito importantes**. E tem essa dose de... eu não sei se é sorte, enfim. **A minha história, em perspectiva, foi acontecendo assim e eu fui encontrando pessoas fundamentais eu fui encontrando.** (E6 – SD75) Gisele Kato.

Para exercer a profissão cursei Jornalismo na Faculdade Cásper Líbero, mas eu **já trabalhava no Estadão sempre dentro da área da cultura.... sempre focada na minha especialização, em artes plásticas**. Inicialmente trabalhei na Major Quedinho, onde o Estadão funcionava, no centro da cidade, e depois o jornal foi para a Marginal do Tietê, onde está até hoje e lá criaram o Caderno Dois. Assumi a reportagem de artes plásticas do jornal. **Foi uma oportunidade fundamental para que eu desenvolvesse meu lado crítico.** (E7 – SD99) Leonor Amarante.

Na prática, com os meus editores. **Os meus editores me ensinavam, basicamente**. Eu tive editores muito.... **Foram os meus professores**. Por exemplo, na editoria de Internacional. Eu fiz Internacional, também, com essa experiência fora. Eu tinha contato direto com o editor de Internacional, que era o Jayme Brener. Eu nem sei por onde anda o Jayme Brener atualmente, mas ele é um cara extremamente rigoroso, muito ligado às questões do conflito árabe, Oriente Médio. Ele era judeu, então o enfoque da editoria de Internacional ia muito para as questões do conflito árabe. Eu estava na Europa, que é sempre um lugar com esses conflitos iminentes. O Jayme me fez enxergar as coisas por um lado. **Muita correção de texto, muito copy desk. Os meus textos foram muito reescritos e aí você vai aprendendo, à medida que você vai sendo editado. Foram quase dez anos nesse processo, de embate com editores.** (E10 - SD124) Paula Alzugaray.

Se pinçarmos exemplos a partir do exercício profissional de assessor de imprensa, temos sequências que enfatizam o aprendizado a partir de uma visão comunicacional mais ampla, diferenciada das redações tradicionais, como em **E8 – SD108, E8 – SD109, E8 – SD112 e E9 - SD122**. Podemos entender que os entrevistados reconhecem o aprendizado formal como vindo em segundo lugar, como uma decorrência ou necessidade. O somatório de capacidades, aliado à aquisição de conteúdos e conhecimentos específicos, constitui uma soma de repertório e competência profissional.

**Tive um chefe muito inspirador, que me ensinou a trabalhar em comunicação e principalmente a me colocar como profissional.** Acabei fazendo parte de uma experiência muito interessante. Trabalhava ao lado de jornalistas inteligentes e provocadores, com os quais pude me divertir e discutir assuntos legais. (E8 - SD108) Marcy Junqueira.

Trabalhar com pessoal de cultura, pessoas que faziam livro, fotógrafos ou escritores, era muito instigante. Participávamos de todo o processo, pois a Rhodia acompanhava o projeto do começo ao fim. Pude conhecer escritores, críticos de arte, designers com uma visão de mundo muito diferente dos executivos da empresa. **Os jornalistas que estavam lá também tinham este papel de ajudar a ver o mundo de outros prismas.** E eles também, apesar de serem de esquerda, estavam na Rhodia [risos]. (E8 - SD109) Marcy Junqueira.

**... adquiri mais repertório, então eu consigo decupar melhor e já comunicar.** E, geralmente, eu nunca vou mandando nosso texto direto para as redações. Ele vai para a aprovação antes. Por isso que, então, vejo que eu tenho entendido bem. Mas acho que eles melhoraram também para o conteúdo não ficar tão enrolado. (E8 - SD112) Marcy Junqueira.

Exige que eu monte um texto jornalístico, mas com informações que eu recebo já muito bem estruturadas e isso tem a ver, também, com a estrutura do cliente com o qual eu trabalho. **Os clientes com os quais eu trabalho são muito bem estruturados e são especialistas no que fazem, então quando eu recebo essa informação eu já recebo ela muito adequada para um trabalho que eu tenho que continuar.** (E9 - SD122) Mariele Salgado.

Estas SDs anteriormente apresentadas, em nosso entendimento, são distintas daqueles que vão abordar os mestres da redação. Estas nos falam de uma relação com clientes altamente especializados demandando o repertório do assessor que demandaria o repertório do jornalista, num ciclo que se retroalimenta.

O que vimos nos exemplos trazidos a partir do *corpus*, até aqui, é como jornalistas da mídia e assessores de imprensa percebem as exigências ou habilidades para o exercício profissional. Estas somam e são igualmente importantes com o domínio de repertório. No entanto, situado no caso do jornalismo cultural entendemos ser o repertório um aspecto fundamental, devido às especificidades e ao trato de temas formadores para o público em geral. E é muito em função dos apontamentos oriundos do *corpus* e do caráter do jornalismo e dos profissionais que lidam com a cultura que trazemos com um núcleo de sentido em destaque, ligando a formação de competências a de repertório. Há uma ênfase

para o repertório numa relação direta com o jornalismo cultural, associada às habilidades do fazer jornalístico, já que competência também tenderia a ser percebida como vinculada ao núcleo de sentido relativo à autoimagem e a um *habitus*, o que também poderia ser inferido.

Inobstante nesta tese não tenhamos pesquisado outras especializações, há em relação ao jornalismo cultural uma compreensão da sociedade – e hoje, aparentemente, bem menos por parte dos jornalistas – de um caráter iluminista ou à imagem do intelectual à francesa dos profissionais que compõem este lugar do jornalismo. Eles compuseram uma mística ou crença num jornalista-intelectual, aquele defensor de valores abstratos e universais. Em nossos dias, eles ocupam um território que mescla funções de jornalista e de especialista. Por outro lado, também acreditamos que as histórias de vida dos entrevistados estão intimamente ligadas às trajetórias individuais e a uma transformação mais abrangente no meio cultural brasileiro, pois, como lembra Pereira (2011, p. 174), “é a partir dessas mudanças que passamos a associar o jornalismo a uma competência técnica, distinta da visão romântica que tendia a lhe atribuir um caráter humanístico”.

Nos espaços da mídia denominada tradicional, onde também novos segmentos são evidenciados a cada dia, há uma espécie de contradição com a exigência, muitas vezes, de conhecimentos específicos, e a exigência de profissional multitarefas. Já o jornalismo ligado às artes visuais se mostra como algo qualitativamente diferente e mais relevante do que a agenda de notícias convencional de cultura. No entanto, seus profissionais são submetidos à mesma lógica da versatilidade. Os especialistas entrevistados enfatizam uma responsabilidade especial em levar ao público a apreciação das artes, embora muitas vezes esse discurso esteja restrito a seus iguais ou é exercido por um grupo muito pequeno de profissionais qualificados, como ocorre com as áreas de música erudita, teatro e outras.

Já se pensarmos o trabalho dos jornalistas fora da mídia ou em assessorias de imprensa, percebemos que também pode ser “um tipo de experiência profissional bastante diversificada, em que coexistem complexos padrões de contratação e remuneração, combinados a exigências variadas quanto a competências e habilidades dos trabalhadores” (MICK e LIMA, 2013, p. 61, 64-65), em que cada vez se percebe mais um trabalho de equipe ao invés da especialização.

Constatadas de maneira bem sucinta tais realidades, vale ressaltar a relevância desses jornalistas entrevistados dentro do próprio campo do jornalismo e no domínio dos



sistemas especializados ou peritos. Nosso *corpus* destaca relatos de profissionais que desempenham e operam com estratégias discursivas, visando à legitimação de seus discursos e daqueles que buscam visibilidade social. Por exemplo, os assessores são contratados como vozes sociais legítimas para fazer circular o discurso de sujeitos e instituições. Já os jornalistas da mídia têm o poder das palavras, tanto pela legitimidade do veículo ao qual está veiculado, quanto como locutor competente que se mostra socialmente.

Respaldados na confiança mútua, jornalistas da mídia e assessores de imprensa fazem a mediação, as escolhas, a seleção dos temas relevantes, como da arte de mercado, foco da atuação dos profissionais entrevistados. Diferentemente do entendimento leigo, tal conhecimento técnico diz respeito a habilidades e informações especializadas, dependente de procedimentos e formas simbólicas, retidas em seletos grupos, embora, lembre Giddens (2002, p. 35), “o conhecimento incorporado nas formas modernas de especialização está em princípio disponível para qualquer um, desde que tenha os recursos, tempo e energia para adquiri-lo”. Tal distinção ou a luta pela autoridade surge como uma espécie de capital social, a partir da reputação, prestígio e autoridade, passando pelo reconhecimento dos pares, através do exercício de competência de um discurso, fazendo parte do efeito da crença que favorece a apreensão e a apreciação da obra de arte, assim como é parte de um momento da produção da obra, de seu sentido e de seu valor. E, também por isso, Bourdieu (1998) lembra que a competência é também a capacidade de se fazer escutar ou a linguagem autorizada a partir de um lugar socialmente definido.

Foram identificadas nas entrevistas várias falas que reforçam a lógica do repertório como essencial, tanto para mediar o discurso jornalístico na mídia tradicional como a partir das assessorias. Sem ele, associado à construção de uma rede envolvendo relacionamentos das mais diversas instâncias, o exercício desta intermediação nos parece ineficiente ou de uma visibilidade comprometida. É possível entender o imprescindível significado do repertório prévio e o de redação, este apontado pelos próprios entrevistados no exercício das rotinas profissionais, assim como mecanismo o conhecimento formal, legitimadores dos seus discursos e posições ocupadas no tabuleiro do jogo comunicacional, como é o caso das sequências discursivas que trazemos.

Das sequências que respaldam a enfática demonstração de uma mediação capacitada presente na maioria dos discursos de nosso *corpus*, podemos interpretá-las levando em conta aspectos distintos. Podemos, inicialmente, dividi-las de duas maneiras

- a título de auxílio à leitura, salientando que há, eventualmente, sequências de um mesmo entrevistado que podem ser encontradas em mais de um segmento.

Primeiro, apontamos aquelas sequências do *corpus* de profissionais que se encaminharam pelo autodidatismo para a formação de repertório, traçando por si-mesmos uma trajetória de estudos, por exemplo. Elas estão presentes em **E1 – SD3, E1 – SD4, E2 – SD18 e E5 - SD55**.

... há uma profissionalização geral, inclusive do mercado de arte, que ficaria mais consolidado nos anos 1990 mas começa a ser mais consistente nos anos 1980. Eu **senti que havia necessidade de uma formação mais objetiva, mais teórica, porque eu tinha a prática, tinha a leitura autodidata**, mais ou menos de acordo com as minhas necessidades. **(E1 – SD3) Angélica de Moraes.**

Crítica e reportagem de artes visuais, era só o que eu fazia, porque **eu me especializei nisso**. Decidi que eu ia priorizar isso quando vim para São Paulo. **(E1 SD4) Angélica de Moraes.**

Eu fiz alguns  **cursos relacionados** a isso. Eu fiz o curso da Bienal, fiz um curso muito interessante na Unicamp e aqui em São Paulo tem um circuito em que essas informações circulam. Pessoas dão palestras, aulas livres, que é uma vez por dia. Durante um bom tempo eu frequentei isso, mas atualmente é leitura, **a carga de leitura. Se você quer falar sobre um assunto, você tem que saber de onde ele vem.** **(E2 – SD18) Camila Régis.**

Minha vida é de acúmulo de funções até hoje [risos]. Foi isso. Aí recebi o convite para virar editor, aceitei, era relativamente moleque ainda e sendo editor, aceitei. Isso em 2005, três anos depois de ter feito isso. Aí tá, um novo desafio, virar editor, aí sim **tive que estudar muito Jornalismo Cultural, tentar me instrumentalizar**. É um período que eu vou para São Paulo fazer um curso da revista Cult. Eles tinham um curso – não sei se eles ainda têm – "Jornalismo Cultural" é o nome do curso.... Fui lá, conheci jornalistas da Folha, da Veja, do Estadão. Foi um evento muito bacana. Me **instrumentalizou** muito, me abriu, me deu muita informação. **(E5 - SD55) Francisco Dalcol.**

A segunda maneira de demonstrar a mediação capacitada é através de sequências marcadas pela contemporaneidade de um modo de pensar dos sujeitos entrevistados, ou seja, eles almejam desde a Universidade seguir cursando uma formação especializada em distintos graus de pós-graduação. Esta característica é captada em exemplos como das sequências **E5 - SD57, E10 - SD125** ou **E11 – SD140**, indicando um aprofundamento em relação ao caminho autodidata reafirmado anteriormente.

**... eu vim para cá uma pessoa mais instrumentalizada, eu já tinha um ano de mestrado, muita leitura.** Porque esse foi o grande lance. Quando eu entrei no mestrado em Artes Visuais, duas coisas: primeiro, **uma bagagem de leituras que eu não tinha e que eu tinha que percorrer** – se não dominar, percorrer –, e outra identificar alguns livros que era da área de Humanas. Isso foi muito bacana. (E5 - SD57) **Francisco Dalcol.**

... na prática, dentro do ambiente da *IstoÉ*, eu não me sentia um peixe fora d'água por não ter feito Jornalismo, porque tinha muito essa diversidade na equipe. É claro que algumas leituras, alguns **aprofundamentos**, eu fui buscar depois nas pós. Aí eu **fui fazer o mestrado e o doutorado em comunicação um pouco para aprofundar leituras na área.** Eu fiz na ECA, o mestrado, e o doutorado na comunicação e semiótica da PUC, buscando aprofundar algumas leituras, algumas questões, mas é que, realmente, não eram as questões daquele jornalismo de formação. Eu acho que isso tudo, na verdade, me serviu para o meu trabalho com arte. Eu acho que todos esses **repertórios**, do mundo, da cidade, da comunidade, da sociedade, me deram bagagem para chegar a trabalhar com as várias poéticas e as várias propostas que os artistas têm. Eu acabei optando pelo jornalismo de arte, pelo jornalismo especializado em arte. (E10 - SD125) **Paula Alzugaray.**

... o **repertório** é fundamental, mas eu não acho que seja uma coisa presa à universidade ou a um curso. Eu acho que é um pouco ao contrário.... a chance de ter uma **visão panorâmica** do que acontece no mundo.... fui formando um gosto estético de ter visto tudo isso ao mesmo tempo, agora, e muito rápido. **Na academia, eu fui buscar maneiras de enquadrar essas coisas.** (E11 – SD140) **Silas Martí.**

Se para alguns a educação formal é um recurso destacado para a formação de repertório, outros compreendem que tal construção pode se dar de maneira diferente ou acumulativa. No segmento de sequências discursivas que seguem são enaltecidas a formação de competência oriunda das redações, junto a colegas, através da experiência, do diálogo, da exigência, do aprofundamento pelos mesmos. Há, também, uma perceptível preocupação de alguns com uma formação humanista ampla, envolvendo questões práticas e teóricas. Exemplos como **E1 – SD2, E5 – SD54, E6 - SD71, E6 - SD78, E6 - SD81, E6 - SD88, E7 - SD101, E10 - SD133 e E11 - SD139.**

... precisa **repertório específico da área.** Se você não tem o conhecimento da linguagem do cinema, você pode contar a historinha e, pronto, você já fez o comentário do filme. Se a história no filme foi bem contada, mal contada, mal arrematada. Mesma coisa o teatro e a literatura de ficção. As artes visuais, não. Para escrever sobre isso tem que ter um **background**, tem que ter um conhecimento anterior daquilo

que está por trás da imagem. Ela **não pode ser resumida a uma narrativa mais ou menos factual.** (E1 – SD2) **Angélica de Moraes.**

A formação filosófica, humana, o lastro teórico, a teoria, teoria da comunicação, semiótica. Tudo isso, eu não vejo apartado da prática. Acho que anda junto. A universidade foi importantíssima para a leitura. Escola de Frankfurt, Marcuse, enfim, toda essa formação crítica. **A minha formação crítica vem da universidade....** Eu agradeço a muitos professores que eu tive. Questões de ética, também, enfim. (E5 – SD54) **Francisco Dalcol.**

... acho isso uma sorte muito grande, de eu ter, desde cedo, descoberto o que eu queria, porque eu acredito que o jornalista cultural, a diferença que você tem para ser um bom profissional ou não, é **repertório**. Então, quanto mais você lê, quanto mais você vai ao cinema, quanto mais coisas você vai fazendo na vida... é vivência um pouco. **Repertório conta muito no Jornalismo Cultural, mais, talvez, que em outras áreas, do que o poder de apuração,** daquela coisa que você pode não entender nada, mas vai a fundo e em uma semana você tem a notícia. Eu acho que **a gente precisa muito desse olhar**, que é muito nosso, que é fazer a **diferença** entre ser eu cobrindo e ser outra pessoa. E aí, assim, as minhas **referências**, o que eu sei daquele diretor, daquele artista e outras coisas. (E6 - SD71) **Gisele Kato.**

Foi uma faculdade para mim, a Bravo!. E esse **repertório maior...** Porque a Bravo era uma revista mensal, em que cada matéria que a gente tinha que fazer na época, ainda mais no começo da revista, era **uma matéria em que eu lia cinco livros**, sem brincadeira, para começar a pensar o que seria a pauta e propor melhor. Os editores exigiam isso. **A gente fazia entrevista com, sei lá, 15 pessoas para escrever uma pauta, numa exigência e numa profundidade que eu tinha que correr atrás e para mim foi muito legal.** Em cada pauta eu aprendia muito sobre várias coisas. Passaram pela Bravo! as pessoas que eu mais admiro intelectualmente na vida: Michel Laub, Almir de Freitas, Armando Antenore, Vera de Sá. (E6 - SD78) **Gisele Kato.**

O texto da Bravo era duro. O meu texto falava só com os *experts* e pronto. (E6 - SD81) **Gisele Kato.**

O processo aqui no Arte 1, para criar essa equipe e para essa equipe funcionar, foi muito doloroso e difícil. Já mudou muito a equipe. Tem uma rotatividade maior. Tem pessoas do impresso que eu acho que entram aqui e esse processo fere elas, no sentido de que elas não conseguem abrir para isso, inclusive se comunicar com essas pessoas com **repertórios diferentes**. Você tem que **estar aberto** e aí eu comecei a pensar isso. O jornalista de impresso tem um ego que é foda e aí, às vezes, não adianta. (E6 - SD88) **Gisele Kato.**

**O jornalismo precisa de especialistas que aprofundem a discussão.** O lugar do jornalista é no centro das tensões, embora parte da imprensa

não estar interessada em artigos de fundo, mais densos. Hoje o jornalista tem que pensar como o dono do jornal ou da emissora de televisão à qual trabalha. O leitor contemporâneo é o homem das imagens, da rapidez. Ele pode pegar o seu celular e se informar à maneira dele e ficar satisfeito com a informação que encontra. **(E7 - SD101) Leonor Amarante.**

... fui artista e eu sou curadora, inclusive, então o meu **repertório**.... Eu falo com todos. **Eu transito na área, não como jornalista, mas como agente mesmo, como parte do sistema. (E10 - SD133) Paula Alzugaray.**

... não penso em nada como a voz da autoridade. Eu mesmo já mudei de ideia sobre vários artistas.... Acho que é normal, até pelo **repertório** que a gente tem. **(E11 - SD139) Silas Martí.**

E, se levarmos em conta que trabalhamos a tese a partir de dois lugares no campo do jornalismo, tal discernimento está manifesto também junto aos assessores de imprensa entrevistados. Eles, da mesma maneira que os jornalistas da mídia, percebem e são percebidos como sujeitos que necessitam e são cobrados em suas especificidades. Sempre na conquista de um repertório muito específico, construído, como já lembramos, empírica e formalmente.

O processo se dá de maneira semelhante, sendo que há declarações sobre excelentes profissionais de formação na especificidade das artes visuais trabalhando como assessores, a exemplo da sequência **E7 - SD103.**

Temos pessoas com **ótima formação** prestando assessorias, jornalistas que não quiseram permanecer dentro das suas redações e foram trabalhar em empresas ou indústrias da informação e que são **verdadeiros craques**. As empresas e as instituições sempre dependeram deles e, por mais que tenham mudado a forma de atuar, ainda dependem deles. **(E7 - SD103) Leonor Amarante.**

Em termos de discurso, as sequências que apontamos remetem à paráfrase, ou seja, nossos entrevistados reiteram uma mesma manifestação, mesmo que em diferentes formulações, mesmo que enunciada por diferentes sujeitos, o que traz a percepção de sentido hegemônico nesses discursos. Os discursos como pertencentes a um grupo profissional evidenciam a paráfrase como matriz do sentido, pois não há sentido sem repetição, sem comprovação na prática discursiva.

Apesar de tudo isso, e mesmo cientes da importância de repertório para o exercício profissional, há que se ressaltar que no tratamento da informação há uma seleção dos

fatos, critérios práticos, que promovem uma redução da complexidade dos mesmos como parte da existência da própria mídia. Ou seja, há uma complexidade no tema que precisa ser evidenciada, pois é importante frisar que a enorme série de sistemas abstratos da sociedade atual não permite pensarmos universalismos senão apoiados na divisão do trabalho especializado, no qual a competência de um indivíduo como especialista é próxima à sua especialidade. Ou seja, quando refletimos sobre uma mediação qualificada como lógica para adentrar ao campo especializado das artes e ao jornalismo, reforçamos a ideia que este conhecimento específico está assentado primordialmente na legitimidade dos sistemas de autoridade.

#### **4.2.2. Segundo núcleo de sentido: Espaço tradutor e seus *modi operandi***

O segundo sentido preponderante que apontamos, a partir das entrevistas, destaca os objetivos e o papel das mediações exercidas pelos dois subgrupos de profissionais do campo jornalístico, ou o sentido de espaço tradutor exercido por estas duas instâncias comunicacionais, pois todo o processo de comunicação é articulado a partir das mediações. Assim, por meio das falas dos entrevistados, buscamos a compreensão que eles têm sobre o papel do jornalismo cultural como espaço tradutor e legitimador das experiências artísticas, estéticas e intelectuais.

Também é preciso que tenhamos ciência de que a arte é um meio de conhecimento da sociedade, embora não seja produzida com essa intenção, pois a obra de arte decorre de um trabalho cuja significação ou produção de sentidos demanda a superação de uma concepção imediatista. No entanto, a noção de obra artística não é suficiente para pensar a arte, que é ao mesmo tempo objeto e ação. Assim, “um dos critérios de avaliação da obra de arte, na pós-modernidade, parece ser sua capacidade de questionar seu próprio *status*” (CAUNE, 2012, p. 121) e daí a importância e essencialidade das instâncias mediadoras de tal discurso, assim como de outros dos sistemas peritos.

Nesse contexto e aproximação ao tema da mediação e sua dimensão comunicacional é preciso considerar e distinguir mediação estética e mediação artística, em que esta última leva em conta o objeto, o processo e outras questões do campo da arte e em torno da obra de arte. Embora não sejam estranhas uma a outra, é a mediação estética que nos interessa mais de perto como “uma relação estabelecida por meio de um suporte sensível (um aparecer) entre uma enunciação singular (uma subjetividade) e um destinatário que é visado para que se realize, em seu contato com o objeto, uma experiência estética” (CAUNE, 2014, p. 124). Interessa-nos, pois se desenvolve

essencialmente no campo do social, por meio de uma construção como a do discurso jornalístico. É nele que podemos encontrar a compreensão dos processos artísticos e da arte, assim como aproximações apontadas para o receptor, em que não há uma chave explicativa pelo conceito e pelo código, pois essa relação ultrapassa um discurso de representação mimética.

Na procura por esclarecer de maneira mais eficiente e abrangente que representação é esta exercida pelos jornalistas, reconhecemos a existência das mediações a partir do universo das artes visuais, praticada através de duas maneiras e interesses recíprocos. Na obtenção dos depoimentos fica manifesto que os subgrupos presentes na tese se distinguem no exercício de mediação: aqueles inseridos nos veículos da mídia, em busca da informação, comprometidos, em princípio, com o exercício da essencialidade de seu papel formativo para com o público; e os assessores de imprensa, detentores de um capital, proveniente de um cliente que os contrata, detentores de filtros constituintes de uma engrenagem de transferência de conteúdos revestida de identidade jornalística.

Tais comprometimentos resultam em maneiras diferentes de assinalar suas atuações. Em geral mundos institucionais distintos, jornalistas e assessores são colegas de profissão, e na formação acadêmica passam pelo mesmo entendimento da ideologia profissional. No entanto, têm interesses da mídia e organizacionais, respectivamente, numa disputa de visibilidade e de uma *boa* notícia, em que se estabelece uma relação envolvendo negociações e conveniências.

Nas sequências discursivas elencadas a seguir é possível verificar como jornalistas de mídia e assessores de imprensa compreendem, a partir das distintas posições, o papel de mediadores de um discurso tão específico como o artístico. As falas provenientes dos dois subgrupos sobre mediação estão misturadas, onde há também a constatação de processos parafrásticos e processos polissêmicos, em uma tensão entre o mesmo e o diferente.

Nas sequências selecionadas sobre o aspecto da mediação do tema das artes visuais temos desde a observação para um direcionamento do olhar do público (**E2 – SD23, E5 - SD61, E6 - SD87 e E8 - SD111**).

É o **jornalismo de comadre**.... Você escreve para quem você entrevista. É um pouco triste, se você fizer uma análise, porque é, de novo, a burguesia se visitando. **Você produz conteúdo desse meio para esse meio. Você produz conteúdo para os iniciados.** Não existe uma preocupação de formação de público. Nenhuma, nula, zero. Por que o que acontece? Como todo bom burguês, você está sendo didático

ou você está dando tudo mastigado ou você está **direcionando o olhar** ou você está menosprezando a minha inteligência ou você está diminuindo essa pauta. (E2 – SD23). **Camila Régis.**

... escrevo sobre artes visuais, mas em um jornal generalista diário, dentro de um caderno de cultura. Eu tenho que saber de onde eu estou falando, ou seja – depois a gente pode falar um pouco disso –, mas que texto é esse? **É um texto que tem uma dimensão de imediato, pedagógica, que tem que ter um texto de jornal generalista.** Não estou escrevendo em uma revista especializada em artes visuais. Então esse texto tem que contemplar de onde estou falando, de que contexto estou falando. A Zero Hora não me obrigaria a visitar uma exposição para escrever sobre ela, mas eu, enquanto profissional, me coloco isso como condição basilar. Eu preciso ver, eu tenho que ver a exposição. (E5 - SD61) **Francisco Dalcol.**

Em Artes Visuais, principalmente. É o gueto, né, Luciano? **Quando começa a virar popular e não sei o quê, as pessoas torcem o nariz.** A gente tem uma dificuldade, a gente tem mesmo. Então quanto mais escroto parece que o jornalista é, parece que melhor ele é. Tem tudo isso. (E6 - SD87). **Gisele Kato.**

**Decupa-se** [risos]. Não dá para mandar do jeito que vem. Não dá. **A gente dá uma simplificadinha muitas vezes, sintetiza, torna jornalístico.** Às vezes, a gente não entende e telefona, faz entrevistas para tornar o conteúdo mais comunicativo. Porque às vezes, a gente não entende, né? E sem entender não adianta você mandar nada. Seria ridículo. (E8 - SD111). **Marcy Junqueira.**

Há, a partir do *corpus*, a premência da mediação especializada do processo devido, também, ao hermetismo do assunto frente a um público amplo. Isso é possível verificar a partir das sequências apontadas **E1 – SD7, E3 – SD37 e E6 - SD84.**

Quer dizer, partindo do princípio sempre de que o leitor vai tomar contato com aquele artista naquele momento, então você tem que dar os fatos principais naquele texto, **você tem que fazer com que aquele texto seja autossuficiente para o leitor que toma contato pela primeira vez com aquela obra.** Então é essa preocupação com a **legibilidade de uma área** tida como extremamente difícil, complicada, hermética. (E1 – SD7) **Angélica de Moraes.**

**Artes visuais é como se tivesse que ter uma bula.** Tem um vocabulário, é uma coisa às vezes insuportável para quem não está acostumado. Você vai falar de suporte, vai falar de instalação. Eu me lembro de uma apresentadora de televisão que, quando finalmente aprendeu a falar a palavra “instalação”... foi um artista lá e ela falou: “isso é uma instalação” e a pessoa falou: “não, isso é uma escultura”. São piadas, porque **é um vocabulário hermético,** que está mais do que na hora de ser mudado. Ninguém mais aguenta falar em arte



contemporânea. Você fala em arte contemporânea há pelo menos 25 anos. **(E3 – SD37). Cláudia Noronha.**

... no Arte 1 eu acho que eu **tenho essa possibilidade ainda maior de falar com um público maior**, que a televisão, sem perder isso de ser, sim, um canal de curadoria, com escolhas que passam por um crivo. Não, nós não estamos fazendo o que a gente não acha que é legal. Acho que esse é o grande desafio. **Acho que às vezes as matérias ficam herméticas.** Ficam. Mas acho que é isso que me faz levantar todo dia. **(E6 - SD84). Gisele Kato.**

Trazemos agora um bloco significativo de sequências discursivas que apontam para a essencialidade do jornalismo como lugar de mediação por excelência e de aprofundamento. Este conjunto demonstra a importância dos profissionais e a compreensão pelos mesmos da função que lhes é delegada. Os exemplos são as sequências **E3 – SD29, E4 – SD52, E6 - SD82, E6 - SD83, E6 - SD96, E7 – SD107, E10 - SD126, E10 - SD127, E10 - SD128 e E10 - SD132.**

Mas, qual é a nossa função também? É fazer uma tecla *sap*. Às vezes, o artista é superarticulado quando fala, mas não necessariamente artista é articulado. Então cabe a nós passar para o português aquilo ali que ele vai mostrar.... **A gente vai dizer o que o público vai ver e por que é importante aquilo ali.** A gente faz essa tecla *sap*. A gente **passa para o português uma linguagem que é específica.** A rigor, o artista não precisava explicar o que ele está fazendo. O que ele está fazendo é aquilo ali, você vá lá e veja. **(E3 – SD29). Cláudia Noronha.**

Na verdade, na revista, em geral, eu escrevo textos mais analíticos, com um tamanho maior, porque na Folha é muito raro eu escrever alguma coisa além de três mil toques. Na revista é sempre, no mínimo, seis mil. **Certos assuntos eu prefiro abordar na revista, porque eu sei que eu vou ter mais qualidade de texto.** Lá, de fato, é um outro tempo. É uma revista de artes plásticas, basicamente de arte contemporânea, então **a gente tem uma preocupação muito específica, que é a de falar o que está acontecendo hoje com densidade.** Eu gosto muito de ter esse tipo de experiência, eu acho que é muito legal. **(E4 – SD52) Fabio Cypriano.**

... **quero que todo mundo me entenda.** E na Vejinha eu só cobria Artes Visuais, então era isso. Como é que você vai falar sobre Richard Serra, sei lá, para o público da Vejinha? Não é o público da Bravo!. E aí a minha passagem pela Capricho me ajudou. Foi um período interessante, também.... Esse amolecer, na verdade, eu uso até sem essa restrição, porque eu acho que um texto mole, no sentido de um texto gostoso, é um texto mais difícil de fazer, é um texto que eu respeito muito e que eu persigo. **Eu acho que a gente precisa comunicar.** A função de jornalista e de Artes Visuais é um pouco "eu quero levar as pessoas para as exposições e tal". **(E6 - SD82). Gisele Kato.**

... a gente tinha já na Bravo!, até no período em que eu fiquei lá, em 2012, essa preocupação, em **comunicar** com mais gente, fazer texto. Na Bravo!, como eu fazia isso? Na Bravo! tem vários textos meus que abrem de um jeito mais romanceado em que de fato eu fico tentando já fazer daqueles artistas personagens sedutores e abrir apresentando eles de um jeito. Os meus textos nunca foram.... Eu **acho que o fato de eu ser jornalista e não virar curadora, me especializar, mas me especializar até um certo nível, me ajuda nisso, de eu tentar me colocar no lugar.** (E6 - SD83). Gisele Kato.

**Hoje em dia tem uma coisa que a nossa relação com o conteúdo é muito superficial.** Pega ali e tal. Sei lá, viu no Curta, no Arte 1. "O Arte 1 tem um jeito mais jornalístico". **Não sei se, de fato, as pessoas percebem alguma diferença, sinceramente.** (E6 - SD96). Gisele Kato.

A arte contemporânea não está dissociada da contemporaneidade. Ela detém a velocidade das imagens buscando ampliar suas possibilidades expressivas. **O mesmo ocorre com o Jornalismo Cultural que captura um instante real e permite o acesso do público a essa existência.** Quando um artigo incita o público com a leitura de obras como “para ver e tocar”, por exemplo, ele está buscando uma empatia com o público. A contemporaneidade tem a ver mais com a condição do que com uma definição. De um modo geral o Jornalismo Cultural se organiza a partir de uma agenda contemporânea, com pautas sugeridas pelo circuito de arte, criando assim um círculo vicioso. (E7 – SD107) **Leonor Amarante.**

**O jornalismo, de maneira geral, é uma linguagem de mediação.** O jornalista é um mediador por natureza. Então eu acho que a preocupação o tempo inteiro é estudar uma questão, um repertório, e **traduzir isto em uma linguagem universal,** que seria a linguagem jornalística, para entendimento universal. Isso eu aprendi do... Exigência 1 do jornalismo é essa. (E10 - SD126). **Paula Alzugaray.**

... nesse campo, eu realmente acho que a **tradução é fundamental.** Então eu acho que o **meu trabalho consiste muito em como eu vou fazer essa tradução, de maneira a não simplificar, de maneira a não banalizar,** porque, realmente, traduzir e falar a todos não tem nada a ver nem com simplificar, nem como banalizar e nem com generalizar. Eu acho que tradução é uma questão muito mais complexa do que isso. (E10 - SD127). **Paula Alzugaray.**

**... tenho categorias diferentes de textos e isso é como você procura fazer essa transmissão do conhecimento.** Ela não precisa ter uma forma final apenas. Eu acho interessante você partir de uma mesma origem e ver como ela pode gerar dois ou três textos de naturezas diversas. **Isso é uma exploração que me interessa bastante** e é uma

exploração que eu acabo fazendo ao ser, por exemplo, colaboradora, engajada em veículos diferentes. O texto que eu escrevo para a *Select* é um, o texto que eu escrevo para a *IstoÉ* é outro e o texto que eu escrevo, eventualmente, para uma apresentação de um trabalho de um artista, para um catálogo, ou um texto reflexivo para um catálogo, é outro. Eu acho que **pensar essas formas do texto, essas formas de tradução – porque são formas de tradução – é uma questão importante para mim. (E10 - SD128). Paula Alzugaray.**

... a gente vive a **cultura da mediação**. É importante, acho que é **uma função muito importante. (E10 - SD132). Paula Alzugaray.**

Diante de uma temática repleta de singularidades, por vezes hermética e distante para a maioria, o papel mediador por primazia dos jornalistas é relevante e basilar. Tanto para desvelar e explicitar os discursos do campo da arte, como torná-lo mais reflexivo, abrangente, inclusivo, desembaraçado. Até porque é muito claro que o público que consome informações estabeleça com o jornalismo um contrato de confiança no qual se apoiará com enorme dependência. Por isso, concordamos de maneira peremptória que o campo jornalístico promove hoje uma mediação que, segundo Gomes (2009, p. 86-87), serve para “orientar escolhas, basear planejamentos, formar a própria opinião, montar perspectivas, selecionar pessoas, instituições e posições, formar afetos e disposições internas, construir sonhos e esperanças”.

Posto a compreensão dessa elaborada tarefa mediadora ou tradutora no sentido de tornar conhecido ou compreensível o discurso da arte, avançamos com o propósito de apontarmos por meio das entrevistas sequências discursivas que levam a distinção dos *modi operandi* de jornalistas da mídia e assessores de imprensa. Sabemos e já ressaltamos, mediante a discussão que promovemos, que os entrevistados transitam em meio a duas propostas comunicativas, por vezes, conflitantes, mas que em nossos dias cada vez mais se revestem do discurso jornalístico para afirmação das mesmas num caminho tangencial. Tal constatação é válida diante de observações como a de Amossy (2008, p. 138), lembrando que “a construção da imagem de si no discurso tem, em contrapartida, a capacidade de modificar as representações prévias, de contribuir para a instalação de imagens novas e de transformar equilíbrios, contribuindo para a dinâmica do campo”. Tal colocação na detecção de um *ethos* discursivo, a partir dos subgrupos de entrevistados, é oportuna, porque temos clareza sobre crescentes e constantes alterações conceituais e conjecturais, sejam elas nas empresas jornalísticas ou de assessoria de comunicação.

Neste sentido, o *modus operandi* de cada um desses subgrupos estudados se mostram distintos. Por isso é preciso esclarecer essas diferenciações e entendimentos, um

de nossos objetivos específicos. Na situação dos jornalistas da mídia, acreditamos que o *modus operandi* é, em princípio, aquele que compõe o *habitus* profissional e, inclusive parte do senso comum. Já o desenvolvimento das atividades de assessores de imprensa, por vezes, é questionado em várias situações, inclusive e principalmente pelos pares.

Dessa forma, o jornalismo na nova configuração mundial é o lugar de socialização das manifestações particulares, organizadas sob a lógica da competição e nas mais diversas áreas sociais, em que publicar ou divulgar se tornou a mais eficaz forma de agir no mundo e com ele interagir, o que leva as instituições a quererem cada vez mais fazer parte das “teias comunicativas”. Reconhecemos que as relações entre instituições e imprensa decorrem em interfaces conflitantes, mas também que a informação como necessidade estratégica, assim como a relação de organizações e imprensa, já não são questões novas. Houve uma aceleração nesse processo, seja pela nova mídia ou outros fatores, e conseqüentemente novas formas de trabalho. Tal constatação nos faz acreditar ainda mais num cruzamento cada vez maior das formas de atuação dos subgrupos que trabalhamos.

Diante desse quadro, o que se percebe atualmente no espaço profissional, por uma série de fatores que a sociedade contemporânea tem imposto, é que há uma maior racionalidade dos profissionais diante do mercado de trabalho. Assim, “a ação do grupo profissional passou, então, a caracterizar-se por um menor comprometimento em relação ao nicho definido *a priori* por gerações passadas, o nicho das funções convencionais do jornalista”, afirma Silveira (2010, p. 90).

Mesmo assim, ainda persiste e a tese comprova que, nos discursos proferidos pelos profissionais entrevistados, surgem ressalvas e ponderações distintivas e antagônicas em relação à atuação dos jornalistas nestes dois lugares no campo comunicacional. Para entender esta dicotomia, a seguir apontamos, primeiro, como os jornalistas da mídia entrevistados se veem diante da rotina de trabalho e na relação e atuação com assessores de imprensa em algumas sequências. Nessas falas dos jornalistas da mídia sobre o trabalho da assessoria e dos assessores de imprensa estão presentes diversas questões pertinentes ao campo e as rotinas envolvendo os subgrupos analisados.

Uma das constatações diz respeito a precarização do trabalho jornalístico na substituição de um profissional na redação por um material de release produzido por assessores de imprensa, conforme trazemos na sequência **E1 – SD11**.

O grande perigo não é o jornalista usar o release como matéria; é o chefe dele, o dono do jornal, do veículo, **usar como um substituto, como um outro funcionário grátis**. Isso me preocupa muito mais, porque, claro que o bom jornalista vai acabar apurando os fatos por ele mesmo. Agora, ele, **muitas vezes, é barrado no baile**. (E1 – SD11) **Angélica de Moraes**.

Outra, diz respeito a produção de conteúdo por assessores de imprensa versus a apuração dos fatos, algo que é trazido no *corpus* como essencial a um bom reportar, presente na mesma sequência anterior **E1 – SD11** e nas demais **E2 – SD20** e **E11 – SD143**.

O grande perigo não é o jornalista usar o release como matéria; é o chefe dele, o dono do jornal, do veículo, usar como um substituto, como um outro funcionário grátis. Isso me preocupa muito mais, porque, claro que **o bom jornalista vai acabar apurando os fatos por ele mesmo**. Agora, ele, muitas vezes, **é barrado no baile**. (E1 – SD11) **Angélica de Moraes**.

Acho que tem assessores que conseguem fazer muito mais um serviço de relações públicas e não acredito que ele esteja mentindo, usando de má-fé. Ele está fazendo uma boa edição do conteúdo que ele tem para trabalhar. E a nossa função, como jornalista, **é perguntar o que ele não está falando**. Ele manda o release, a gente lê. Dependendo da matéria, do conteúdo... não que a gente precise checar essas informações, mas **a gente precisa saber se tem alguma coisa a mais**. (E2 – SD20) **Camila Régis**.

... são papéis diferentes em que eles se jogam. Não acho que, se um dia eu for trabalhar em uma assessoria de imprensa, que eu vou perder meus valores, minha ética. Não acho isso. Mas eu vou saber que eu vou estar fazendo cumprindo outra função. Se a gente for falar de ética do trabalho, eu, como jornalista da Folha, penso assim: **o meu interesse é contar essa história da forma mais clara, mais verdadeira, enfim, mais nítida possível para o leitor**. (E11 – SD143) **Silas Martí**.

Ainda, a preocupação em não reproduzir na mídia um discurso *filtrado*, mas a partir de uma investigação original, conforme se vê nas sequências **E5 - SD62** e **E5 – SD64**.

... **cuido para não ser o press release dele**. Também isso é uma preocupação minha, de **a gente não ser press release das instituições e dos artistas**. (E5 - SD62) **Francisco Dalcol**.

... sei que **isso é uma fala autorizada**, é um discurso que vem embutido de intenções da instituição para cima do jornalista, então eu

tento me esquivar disso. Pode parecer meio utopia minha, mas eu acredito nisso, então vai acontecer isso. Porque eu também imagino que o assessor – isso eu estou imaginando, porque eu nunca estive nessa situação – é uma negociação complicada, porque ele está no meio, né? Às vezes ele tem o dono de uma galeria e ele tem que fazer o texto do jeito que o cara quer, e tem o artista vivo "não, não é assim". **(E5 - SD64) Francisco Dalcol.**

Há nesses depoimentos, também, uma questão que sempre vem à tona, quando os dois subgrupos são analisados, e que diz respeito à natureza diferente dos discursos proferidos por ambos os lugares. Isto está presente na sequência anterior **E5 - SD64** e nos exemplos **E5 - SD69** e **E11 – SD143**, mas numa conexão que perpassa um aparente relacionamento saudável.

... sei que isso é uma fala autorizada, **é um discurso que vem embutido de intenções da instituição para cima do jornalista, então eu tento me esquivar disso.** Pode parecer meio utopia minha, mas eu acredito nisso, então vai acontecer isso. Porque eu também imagino que o assessor – isso eu estou imaginando, porque eu nunca estive nessa situação – é uma negociação complicada, porque ele está no meio, né? Às vezes ele tem o dono de uma galeria e ele tem que fazer o texto do jeito que o cara quer, e tem o artista vivo "não, não é assim". **(E5 - SD64) Francisco Dalcol.**

... percebo alguns assessores que têm paixão pelo que fazem. O meu prazer vem de outra coisa, vem dessa relação de acessar uma sensibilidade, uma coisa desconhecida, fazer uma interlocução com o artista, restaurar um mundo criativo imaginário do artista, pode acessar. O meu prazer é esse, está na esfera do sensível.... É diferente, sabe? Eu não tenho preconceito. Eu **acho que é um trabalho de uma natureza diferente, mas interligadas, porque está tudo conectado, mas a natureza do trabalho é diferente.** **(E5 - SD69) Francisco Dalcol.**

... **são papéis diferentes em que eles se jogam.** Não acho que, se um dia eu for trabalhar em uma assessoria de imprensa que eu vou perder meus valores, minha ética. Não acho isso. Mas eu vou saber que eu vou estar fazendo cumprindo outra função. Se a gente for falar de ética do trabalho, eu, como jornalista da Folha, penso assim: o meu interesse é contar essa história da forma mais clara, mais verdadeira, enfim, mais nítida possível para o leitor. **(E11 – SD143) Silas Martí.**

Agora, trazemos, num segundo momento, aquelas sequências demonstrativas da percepção sobre a maneira de agir das assessoras de imprensa entrevistadas. Acreditamos que as sequências discursivas aqui apresentadas reproduzem muito do que o próprio senso comum tributa ao assessor de imprensa, ou seja, um prestador de serviço.

Numa primeira sequência, **E3 – SD38**, há uma distinção no próprio grupo para denominações como assessor e divulgador.

O mundo da arte herda essa palavra, “divulgador”. Eu não sou “divulgador”, eu faço assessoria de imprensa, tem uma diferença. Eu **trabalho estratégia**, eu **trabalho conceito**, eu **trabalho marca**, institucional que seja, eu trabalho isso. E a gente também lida com situações de crise, as instituições estão sujeitas às situações de crise. A gente lida com isso. Então “divulgação” é um termo errôneo para este trabalho, pelo menos do jeito que a gente faz aqui, estruturado como a gente faz aqui. A gente faz assessoria de imprensa. A gente **não tem um rótulo**. A gente **faz assessoria institucional**. (**E3 – SD38**) **Cláudia Noronha**.

Em outras falas podemos perceber que tanto assessor como jornalista da mídia prestam serviços, porém distintos, enfatizados pelas próprias assessoras de imprensa entrevistadas. Vejam nos recortes do *corpus* nas sequências **E8 - SD115**, **E9 - SD116**, **E9 - SD120** e **E9 - SD121**.

... como eu tenho relação com muitos patrocinadores das exposições, eu tenho relação com outras assessorias. O que eu sinto é que tem um **nível profissional** bastante bom. As pessoas entendem bem o que a gente fala. Eu sinto que eles estão um pouco massacrados, mas pela questão institucional das empresas. É diferente o meu jeito de trabalhar e o deles, muitas vezes. Nós temos **visões de mundo diferentes** também como profissionais, pessoais, mas eu acho que eles têm um entendimento bastante razoável. E também são uns massacrados pelos caras, executivos muito agressivos e tal, mas a gente tem tido boas experiências, no sentido que eu acho que são profissionais. Eu acho que melhorou. (**E8 - SD115**) **Marcy Junqueira**.

O formato que eu optei por trabalhar nesses últimos anos, que eu acho que está totalmente voltada para a economia criativa, para um trabalho customizado... eu uso esse termo porque eu **acredito** e **classifico** o meu trabalho como um **trabalho customizado**, um formato de trabalho totalmente adequado à economia criativa, a uma dinâmica mais contemporânea de jeito de trabalhar. (**E9 - SD116**) **Mariele Salgado**.

... fazem a mesma faculdade, mas são completamente **distintos**. Normalmente, quem é **jornalista de redação jamais quer ser assessor de imprensa**. (**E9 - SD120**) **Mariele Salgado**.

... **sou muito mais RP do que um jornalista que está em uma redação** com 200 pessoas. Eu acho que se diferencia por aí, porque tu tens que te relacionar com os outros jornalistas, por meio do *follow up*. Eu acho que o relacionamento que se dá por meio do *follow up* é muito

diferente do relacionamento do colega de redação. (E9 - SD121)  
**Mariele Salgado.**

Os entrevistados atuantes em assessorias admitem que prestam, diretamente, um serviço a um cliente como uma atividade a mais do campo comunicacional. Vejamos nas sequências **E3 – SD25** e **E3 – SD26**.

Nós, aqui, atendemos diretamente o cliente. Qual é a nossa diferença?... Nós ajudamos a resolver situações.... Nós mesmos **fazemos tudo, a gente gosta disso**. O Walter, que é fotógrafo amador, ainda faz alguns registros fotográficos, só para historiar mesmo. A gente gosta disso, a gente cuida de todo o processo. Porque... o que é assessoria de imprensa? Na assessoria de imprensa você tem **todos os processos do jornalismo**. Você tem que ser **repórter**, quando você entrevista o seu cliente, para você saber o que é importante dentro do que ele está dizendo. Tem coisas que, às vezes, ele acha que são importantes, mas não são, e tem coisas que ele não disse ainda, mas que você vai buscar, porque isso é que é o importante. Então a gente é repórter. A gente é **redator**, porque é a gente que redige; a gente é editor, porque tem que saber para onde mandar aquela informação. Você não vai falar com um colega seu sobre um assunto que não tem nada a ver com ele. E aí entra o relações públicas. Você tem que ser **relações públicas** para lidar com o cliente, mas a minha relação com a imprensa é de prestadora de serviço. A gente entende a assessoria de imprensa assim. (E3 – SD25)  
**Cláudia Noronha.**

Eu **presto um serviço**. Não importa se a imprensa despreza o assessor de imprensa, se a imprensa brinca e debocha de release. (E3 – SD26)  
**Cláudia Noronha.**

Mais que isso, eles se veem no papel de conciliadores entre a mídia e clientes para intermediar e dar visibilidade a determinado discurso. Tal percepção está presente nos exemplos de **E3 – SD30** e **E9 - SD117**.

O nosso maior inimigo, eu acho, é **conciliar**. O trabalho mais delicado, talvez, da assessoria de imprensa, porque a gente está entre a ponta do cliente e a ponta da imprensa. É você atender aos prazos necessários da imprensa, porque mesmo o jornal diário, o jornal cultural, tem os prazos dele, e o cliente, por mil e uma razões, está lá atrapalhado com esses prazos. Então a gente, às vezes, dá nó em pingo d'água. (E3 – SD30)  
**Cláudia Noronha.**

... o que importa, o que eu mais aproveito, é a **legitimidade** daquele conteúdo. O que é realmente verdade naquilo que a gente está contando, sem tentar induzir o jornalista ao erro, no caso de trazer muito adjetivo, supervalorizar. Eu procuro não fazer isso. Eu procuro entregar uma notícia limpa, clara, objetiva. Se tem um factual, ótimo. Se tem um serviço, ótimo. Se não tem o serviço, também ok. Mas entregar uma



**informação objetiva, clara, limpa, sem adjetivar, sem supervalorizar. É contar o que realmente é. (E9 - SD117) Mariele Salgado.**

Outro aspecto que fica muito evidente é que os assessores incorporaram o discurso jornalístico a seus discursos, uma adequação, seja em relação aos processos em geral, funções, tarefas ou no próprio fundamento do discurso estratégico que proferem e que atestam como legítimo, de qualidade, etc. Sigamos os exemplos pinçados de **E3 – SD27, E3 – SD28, E8 – SD113 e E9 - SD117.**

... a gente presta um serviço. Eu dou informação e é sempre **informação de qualidade**, porque, para mim, **jornalismo é informação**. Depois a gente vai falar sobre isso. A gente respeita a informação, a gente trata a informação com todo o **respeito** que ela merece, a gente **localiza a informação**, a gente **dá a fonte**, a gente **diz como, onde, por que e quando**, e a gente **dá isso para o jornalista. (E3 – SD27) Cláudia Noronha.**

... a assessoria de imprensa cobre todas as áreas do jornalismo – sempre vi assim, até porque eu já **fiz tudo isso no jornalismo também. (E3 – SD28) Cláudia Noronha.**

... acho que – não sei se por mérito ou pela antiguidade [risos] – **tenho uma posição de colaboração**. Eu tenho também uma posição mais confortável hoje em dia, porque, como eu também não quis ser uma enorme assessoria, eu não pego coisa que eu não acredito. **(E8 - SD113) Marcy Junqueira.**

... o que importa, o que eu mais aproveito, é a **legitimidade** daquele conteúdo. O que é realmente verdade naquilo que a gente está contando, sem tentar induzir o jornalista ao erro, no caso de trazer muito adjetivo, supervalorizar. Eu procuro não fazer isso. Eu procuro entregar uma notícia limpa, clara, objetiva. Se tem um factual, ótimo. Se tem um serviço, ótimo. Se não tem o serviço, também ok. Mas entregar uma **informação objetiva, clara, limpa, sem adjetivar, sem supervalorizar. É contar o que realmente é. (E9 - SD117) Mariele Salgado.**

A partir dessas sequências trazidas aqui, acreditamos que hoje, mais do que no passado, se assume o uso da estratégia, do discurso alinhado ou personalizado para o exercício do trabalho de assessor e o anseio de visibilidade de seus clientes. Por último, entendemos que embora existam casos impositivos de atuação de assessoria, a relação

entre os dois subgrupos que tratamos na tese tem se mostrado mais colaborativa, menos perniciososa.

Sabemos que, ao pensarmos sobre o jornalismo como profissão, existe o entendimento resultante de uma construção histórica, amparada num discurso de gerações, sempre na busca por legitimação, a partir de valores e ideias. Já abordamos que o que seria a identidade jornalística confunde-se com um *ethos*, construído mutuamente, através dos jogos de espelhamento das relações de competência ou atribuições. Nesse contexto, a credibilidade, muito próxima da noção de confiança, se mostra como uma condição de fiança para justificar uma crença, seja no grupo profissional ou nos processos de circulação e consagração dos bens culturais.

Todavia, também não devemos esquecer e questionar que presenciamos novas movimentações no campo jornalístico que levam a discussões sobre fronteiras profissionais, autocontrole e distanciamentos éticos, principalmente diante dos aspectos mercantis ou comerciais em que o campo está inserido. São questões de caráter interno e externo que parecem redesenhar ou racionalizar os contornos do nosso espaço perito.

Dito isto, vejamos, inicialmente, nossos recortes sobre o entendimento de jornalistas da mídia entrevistados sobre a *performance* de assessores. Destacamos sequências de falas dos entrevistados que espelham pontos de divergências sobre cada tipo de atuação, uma autopercepção dos dois subgrupos e seus *modi operandi*, mas também outro juízo sobre estes lugares. São reflexões que apontam para questões polêmicas com relação a funções convencionais e do que é o exercício do jornalismo. Temos exemplos que indicam isso, como em **E1 – SD12, E1 - SD16, E2 – SD19, E4 – SD46** ou **E10 - SD131**.

São duas profissões diferentes. Uma coisa é jornalista e outra coisa é assessor de imprensa, porque o **assessor de imprensa tem compromisso com o cliente** e o **jornalista tem compromisso – ou deveria ter – com o leitor**. Eu acho que são **coisas diferentes**. (**E1 – SD12**) **Angélica de Moraes**.

... eu não tenho preconceito com a assessoria de imprensa. Eu tenho preconceito com certa assessoria de imprensa que **censura**, que **dificulta o acesso à fonte**, que faz **mercado persa**. Claro que tenho de agradecer a uma série de assessores de imprensa que facilitam, me aproximam das fontes, oferecem bons dados de contextualização do evento e me ajudam a cavar um espaço na agenda dos entrevistados para eles me atenderem. Quando o assessor de imprensa trabalha corretamente, com **transparência**, com **lealdade** ao jornalista, eu acho

ótimo. É ter, realmente, uma assessoria. Porque há, como já falei, a desassessoria. Talvez eu consiga fazer essas **distinções de *modus operandi*** porque sou da primeira geração de jornalistas profissionais que pôde comparar a ausência da assessoria com a existência da assessoria. (E1 - SD16) **Angélica de Moraes.**

É  *muito* complicado, porque, dentro do nicho do Jornalismo, a assessoria de imprensa é o principal filão que tem uma coisa horrível chamada cliente. Você é um prestador de serviço, você não é uma fonte de informação isenta. Você é uma **fonte de informação comprometida** e o seu compromisso não é com a informação; seu **compromisso é com o cliente** basicamente. (E2 – SD19) **Camila Régis.**

... acho que o papel do assessor é esse, também. Não é ficar escondendo as coisas, ou maquiando, como eu acho que algumas assessorias fazem, mas ser um canal de **transparência**, especialmente quando são órgãos públicos. Uma coisa é você ser uma galeria comercial. Tudo bem, você não tem nenhum compromisso público, mas se você é um Centro Cultural Banco do Brasil, a Bienal, enfim, que têm função pública, você tem que **jogar limpo**. Eu vejo **pouca gente jogando limpo** nas assessorias de imprensa. (E4 – SD46) **Fabio Cypriano.**

... acho que não tem nada de **antiético**. Só acho que o que está se fazendo ali não é jornalismo. O profissional pode ter formação em jornalismo e tal, mas o que ele está fazendo ali é uma **assessoria** de comunicação. É comunicação. Acho que **não é jornalismo**. Mas acho que não tem nada de problemático nisso, nem de demérito, porque não está fazendo jornalismo. Eu acho que esse mesmo profissional, se não estivesse fazendo assessoria, poderia estar atuando muito bem como jornalista. (E10 - SD131) **Paula Alzugaray.**

Também encontramos, sempre presente, o discurso dos bons e maus assessores, além da mobilidade responsável em relação à atividade que o jornalista possa estar envolvido, um aspecto do campo profissional que se mostra mais evidente em nossos dias e que já apontamos anteriormente, quando tratamos de fronteira profissional. Vejamos isso em **E5 – SD70** e **E10 - SD129**.

... não tenho preconceito, eu não tenho nada contra o trabalho do assessor. Como a gente estava falando, tem assessores e assessores. **Tem assessores mais éticos, menos éticos; tem uns mais apelativos, outros menos.** Tem alguns assessores que têm uma sensibilidade maior para o trabalho do jornalista de redação, tem uns que são muito inconvenientes e essa fama de inconveniente fica sobre ele e acaba gerando impicâncias. Isso existe. Assessores sem noção, que forcem, que tentam vender uma pauta de um artista que não é relevante e, às vezes, esquecem que estão falando com pessoas minimamente esclarecidas, que sabem... (E5 –SD70) **Francisco Dalcol.**

O assessor de imprensa não é um, assim como o jornalista não é um, certo? A gente **tem jornalistas e jornalistas, críticos e críticos e assessores e assessores**. Então eu acho que **não dá para generalizar** mesmo por categoria. Acho que cada um faz o seu trabalho. Essa que é a questão. Eu acho que não existe uma fórmula de como fazer. Acho até que, pelo fato de eu ter me inventado e ser uma autodidata, eu criei uma forma de fazer e continuo criando. Essa fórmula não está estática, não existe uma fórmula. Então eu vejo as **profissões** assim, **muito móveis**. (E10 - SD129) Paula Alzugaray.

No entanto, identificamos que os jornalistas da mídia situam o universo dos assessores dentro de uma perspectiva temporal referindo-se explicitamente ao poder que o segmento tem adquirido mais recentemente em relação ao passado (exemplo em **E6 - SD89**).

... teve um período mesmo no início em que o assessor era isso: a gente quase achava que era um **jornalista de segunda categoria**. "Esse **não deu em nenhuma redação** e foi fazer assessoria" e é muito louco, porque a crise bateu no Jornalismo e o assessor cresceu muito. É a figura que cresceu nessa história toda. Primeiro porque, hoje, quem é artista, empresa, não sobrevive sem um assessor e essa construção da imagem pública com rede social, com tudo – a gente está sempre construindo a nossa imagem pública, e quem precisa disso, público e cliente, mais ainda. Então o assessor vira uma figura **onipresente, indispensável**, e com uma **inteligência muito específica** para saber vender essa imagem. Isso, hoje, tem um **valor enorme**. A minha relação com o assessor sempre foi muito boa, porque, tanto na Bravo! como no Arte 1... (E6 - SD89) Gisele Kato.

O protagonismo dos assessores não chama apenas atenção no êxito da transferência de informações à sociedade, mas principalmente à detenção de poder que ganharam nas últimas décadas no controle das fontes e de informações. É comum nos depoimentos termos o uso por parte dos entrevistados do verbo “instrumentalizar” para retratar como percebem a maneira que assessores buscam exercer uma espécie de pressão sobre os jornalistas da mídia. O relato dessa realidade se vê em **E4 – SD47, E6 - SD97 e E11 - SD142**.

E eu sou jornalista. Eu não, e eu acho que para mim isso também sempre foi claro, não tenho que puxar saco. E eu vejo muito isso. **As assessorias de imprensa, como elas acabam hoje em dia tendo muito poder....** (E4 – SD47) Fabio Cypriano.

... você tem ainda um certo poder. Mas ele é um **poder** cada vez menor, de fato, do **jornalista**. E aí nisso o assessor cresceu. É quase o assessor falando "eu quero que entre assim. Você quer? Ele vai falar com você

cinco minutos. Você quer ou não quer?" E você fala: "Eu preciso de mais tempo". "Não vai dar. Quer ou não quer?". É um poder absurdo. Ponto. Acabou. **(E6 - SD97) Gisele Kato.**

... cada vez mais você tem que marcar um horário com o assessor, que vai estar presente, que vai dizer antes o que você pode perguntar ou não, que vai cronometrar o tempo que vocês têm, que vai exigir que tal coisa seja dita. Às vezes, eles querem exigir que tal coisa esteja na matéria antes da matéria existir. "Você precisa citar que o patrocínio é tal, você precisa citar que o fulano ganhou o prêmio X". Eu detesto isso. Já briguei com muitos assessores por causa disso, porque eu acho que é uma maneira de tentar controlar a notícia e de usar os jornais, as revistas, enfim, **instrumentalizar** o papel do repórter para colocar o release disfarçado de matéria. **(E11 - SD142). Silas Martí.**

Vale registrar, a título de informação adicional, que nas entrevistas diagnosticamos esse exercício de poder como sendo exercido, principalmente, nas metrópoles e a partir de clientes com grande potencial financeiro, como as marcas patrocinadoras de eventos culturais, constringendo os profissionais da área de comunicação.

Agora, apontamos sequências discursivas que revelam como assessores de imprensa se autopercebem em seu *modus operandi* na atividade junto à mídia.

**Antigamente, a assessoria de imprensa era um braço da publicidade.** A publicidade controlava a assessoria de imprensa e tinha a famosa comunicação integrada, porque a assessoria de imprensa respondia, em uma grande corporação, ao que a agência de publicidade estava desenhando. **Hoje em dia, isso está tão pulverizado.... (E3 – SD36) Cláudia Noronha.**

Nunca **plantamos notícia.** Nunca. A gente só lida com **coisas que são reais.** **(E3 -SD39) Cláudia Noronha.**

.... a experiência que tu vais adquirindo ao longo da tua carreira profissional vai construindo o teu jeitinho de trabalhar, a maneira como tu lida com cada situação. As situações que eu vivi, onde eu tive a experiência de vivenciar uma certa pressão por parte do cliente, não foram positivas. Então eu acho que isso me fez acreditar nesse outro formato, mais livre, mais solto, orgânico, legítimo, sem forçar a barra. Se o veículo quer fazer a entrevista com a pessoa tal, ótimo, que bom. Eu acho que sim, **eu imprimo muito a minha característica para o meu cliente e eu acho que eu sou super bem-sucedida nisso.** **(E9 - SD118) Mariele Salgado.**

Elencamos, também, cruzamentos trazidos nos discursos que levam a sequências discursivas que denotam concepções menos antagônicas desses dois lugares de atuação

do campo comunicacional. Acreditamos que esses depoimentos corroboram alguns aspectos já apontados na tese, que vão desde o modelo brasileiro de empresa jornalística que faz uso de conteúdos fornecidos por terceiros, passando por novas relações de forças sociais e imagem pública, e até na organização das relações na prática jornalística em proveito do público, ou seja, uma construção conjunta de conteúdo. As sequências discursivas que trazem esse enfoque e que seguem são **E6 –SD90**, **E7 – SD102** e **E10 – SD130**.

... minha **relação** com o assessor sempre foi **mais profunda**, porque eu preciso construir uma ideia de matéria com o assessor. (**E6 –SD90**) **Gisele Kato**.

O assessor de imprensa, como qualquer outro do campo do jornalismo, tem que **construir pontes** com os artistas, jornalistas, curadores, críticos. Posso dizer que, em todas essas décadas, conheci assessores de imprensa inesquecíveis pelos textos, por suas abordagens e suas capacidades analíticas. Alguns escreviam melhor do que os jornalistas da redação, os curadores e os críticos. Era fácil reconhecer seus trabalhos nos textos publicados e assinados por repórteres. (**E7 - SD102**) **Leonor Amarante**.

... **tenho relações ótimas** com algumas assessoras que são uma referência para mim. (**E10 - SD130**) **Paula Alzugaray**.

O que constatamos a partir destas sequências discursivas é que a maioria delas traz pontos de discordância ou de diferenças que os entrevistados apontam na maneira de atuar e, basicamente, a partir do olhar dos jornalistas da mídia. Isto não em função de potenciais contratos comunicacionais diferentes, mas, como vimos, essencialmente porque eles creditam posturas equivocadas e agressivas no trabalho de algumas assessorias ou assessores. Em se tratando do universo cultural, poderíamos entender que tais condutas sejam características de editorias como a de política ou a de economia, vistas como mais cobiçadas e poderosas dentro da mídia. No entanto, os depoimentos são reveladores, já que mesmo dentro da editoria cultural existe um segmento com controle de atuação em assessorias que busca impor práticas que podemos tachar de adversa, competitiva ou mesmo antiética. Na maioria das vezes, pelo que os depoimentos apontam, isto ocorre em decorrência de um tipo de cliente contratante, como grandes marcas diretamente submetidas à lógica publicitária na conquista de visibilidade. Há também, no entanto, um discurso da maioria dos entrevistados que espelha competência, ética e confiança em relação ao trabalho de assessoria, e não da generalização por critérios negativos.

Entre os pontos divergentes mais ressaltados estão a preocupação que as assessorias trabalhem de forma transparente, sem privilegiar este ou aquele veículo no fornecimento de informações e fontes; a dificuldade de acesso imposta a determinadas fontes para um bom trabalho jornalístico; e entrevistados comprometidos com determinados posicionamentos e que são apresentados como fontes.

#### 4.2.3. Terceiro núcleo de sentido: A confiança na interação de sistemas especializados

Confiança é antes de tudo acreditar, crer, ter familiaridade com um mesmo grupo de valores e cultura. Ao abordarmos o jornalismo nesta tese, podemos expor em sequências discursivas selecionadas no *corpus* a noção de *habitus*, que compreende a ideia de uma autoimagem articulada por um *ethos* profissional. O que ambicionamos com isso para chegarmos à confiança enquanto um conceito? Um aspecto é a existência de elementos que geram a confiança e que podem estar associados a ideias como ética e reponsabilidade social, como apontamos a partir das sequências **E2 – SD17** e **E6 – SD94**.

Você **não pode adulterar** informações, todo esse básico, tem que ter alguma maneira de **comprovar** essa conversa, por isso é sempre bom gravar, tenha em mente que alguém pode achar ruim, mas isso não quer dizer que é mentira o que você está falando. (**E2 – SD17**) **Camila Régis**.

O Jornalismo Cultural, isso de outras pessoas exercerem a função, eu, pelo que eu acho do repertório, eu até acho muito interessante. Eu acho que tem gente que não é jornalista e que faz muito bem o Jornalismo Cultural. Em outras áreas como política e tal acho que tem uma coisa de ética, essa coisa do Jornalismo.... **Qual é esse compromisso que jornalista tem com o público, de responsabilidade?** O que levou todos nós, em algum momento, para o Jornalismo, **somos esse compromisso**...No Jornalismo Cultural eu acho que outras coisas contam. A opinião é muito importante. (**E6 - SD94**) **Gisele Kato**.

Dessa maneira, abordarmos o sentimento ou a noção de confiança neste trabalho como parte essencial do mesmo, inclusive porque ela reveste boa parte de nossas atitudes durante a vida. A confiança é pressuposto fundamental, desde caráter ético que nutre, legitima e torna possível a existência do jornalismo, passando pela própria relação entre orientador/orientando, bem como na conexão entrevistado/entrevistador. Nesta última situação, chamamos a atenção que as razões para a crença no testemunho residem no próprio testemunho, mas não apenas nele, conforme afirma Lisboa (2012, p. 11), pois “temos a tendência de confiar em relatos e fontes que são indicados por pessoas em quem

confiamos ou com base na autoridade de quem os reporta, certos de que quem fala está nos dizendo o que sabe”. Portanto, entendemos que o aspecto valorativo da confiança ou de perdê-la pode ser percebido em sequências apontadas aqui como **E4 – SD49**, **E4 – SD51**, **E5 - SD67** e **E6 - SD98**.

Então, ao longo desses anos, eu sempre fui muito **honesto** com as pessoas, de publicar aquilo que eu achava importante e de falar aquilo que eu achava também. Claro, que, depois de tanto tempo, eu tenho os meus amigos e meus inimigos. Tem gente que gosta e tem gente que não gosta. Agora, muita gente pode até não gostar, mas respeita, porque eu **nunca inventei histórias**. Estou há tanto tempo na Folha também por conta disso, por uma certa **respeitabilidade** e por não ter descumprido nenhum tipo de **código ético** da profissão, ao contrário de vários outros jornalistas por aí, que inventaram coisas. Eu publico aquilo que eu acho importante e que tem que ser publicado, que é público. **(E4 – SD49) Fabio Cypriano.**

Você ser **correto, transparente**, você tem que ganhar **respeito** por isso. Muita gente pode não gostar do que eu falo, mas me respeita, porque eu **não estou inventando nada**. **(E4 – SD51) Fabio Cypriano.**

... estava em dúvida se eu não devia quebrar o embargo também. Fui me aconselhar com o diretor de redação e ele disse "não, não faz isso. **Vamos nos basear nos bons exemplos**". **(E5 - SD67) Francisco Dalcol.**

**o jornalista tem que se coçar para ver qual é a relevância dele**, porque a gente está numa crise. E eu acho que a gente também não dá conta de falar qual é a nossa relevância, porque a gente perdeu, de fato, e a gente ficou sentado olhando tudo isso passar. **(E6 - SD98) Gisele Kato.**

Assim, consideramos nos núcleos de sentidos relevantes esboçados neste trabalho que a confiança é o valor maior construído por meio de um *ethos* discursivo presente nos depoimentos do nosso *corpus*. Inobstante, pré-conceitos existentes na relação jornalista da mídia e assessor de imprensa são assentados nesta virtude que em boa parte flui e sedimenta a interação entre estes profissionais, resultado da experiência de uma interlocução credível. Já para o público, a confiança no jornalismo cultural está presente por efeito de uma assinatura legitimadora do discurso que emite, na imagem do veículo que apresenta este discurso e no próprio contrato comunicacional com o público.

Dito isso, trazemos três exemplos a seguir, **E1 – SD14**, **E3 – SD24** e **E3 – SD33**, sequências que refletem o quanto a credibilidade, como um sinônimo de confiança,



sinaliza um tipo de poder social e é ressaltada nos discursos de alguns entrevistados, onde se recorre à paráfrase, a insistir no caráter hegemônico do discurso da credibilidade, como matriz de sentido do grupo profissional.

Para mim, é um mantra: **qual é o meu capital como profissional? A minha credibilidade.** Eu não tenho o rabo preso. Eu desafio alguém a achar, em alguma coisa que eu escrevi, o rabo preso. **Não tenho rabo preso com artista, com galeria, com mercado, com coisa alguma.** Isso é utópico? Para mim, não é. É muito difícil, é muito caro, porque eu tenho que abrir mão de uma série de coisas que seriam muito mais fáceis para mim se eu fizesse diferente. **(E1 – SD14) Angélica de Moraes.**

“Olha, gostaria que você desse a primeira nota da exposição. É importante que as pessoas saibam que o “Pensador” que virá não é o grandão que está na entrada do Museu Rodin, em Paris. O que estará aqui será em bronze, medindo 1,20m, tamanho original que o Rodin criou”. E o Zózimo deu exatamente assim. Até hoje eu tenho um pouco essa tradição de dar a primeira informação para uma coluna cultural. Era importante o público que já tivesse estado no museu parisiense **não se sentir enganado.** Muita gente viajava – a maior parte das pessoas que ia ver talvez não soubesse – mas **era importante que a primeira informação fosse corretíssima, não tivesse nenhum tipo de expectativa falsa.** **(E3 – SD24). Cláudia Noronha.**

O meu patrimônio não é material, é imaterial. É **o meu crédito e a minha credibilidade que eu tenho pela minha trajetória.** **(E3 – SD33). Cláudia Noronha.**

A discussão do próprio termo confiança está presente em muitas obras e autores. Giddens (1991, 2002) e Luhmann (1979) são exemplos que nos interessam pelo enfoque que implica em compreender confiança levando em consideração as circunstâncias de risco, o que difere de um pensamento como de Simmel, que alia muito diretamente fé e confiança. Nossa percepção da confiança presente nas falas se traduz em parte como crença, uma expectativa na credibilidade de uma pessoa ou sistema, funcionando como uma moeda de troca proveniente do acúmulo de conhecimentos por meio das diversas interações entre agentes ao longo da vida pessoal e profissional. Também aqui, novamente, surge a repetição, a paráfrase, como que numa afirmação de significado, identificação, transferência para com o sentido de confiança. Vejamos como isso ocorre destacando as seguintes sequências discursivas **E3 – SD31, E3 – SD35, E5 - SD63, E6 - SD95, E7 - SD104, E8 - SD114 e E11 - SD144** selecionadas.

Eu trabalho com informação, então tem que estar ligado a projeto, a um livro, a uma exposição, a alguma coisa que esse artista esteja fazendo. Mas aí, ao longo desse período, **eu tenho, claro, uma relação de confiança**, de amor, que passa pelo trabalho. A minha relação com o mundo se faz pelo trabalho, o que também fica um pouco confuso para mim. (E3 – SD31). **Cláudia Noronha.**

Tem uma relação de confiança. **Não dá para fazer a minha profissão se não houver uma relação de confiança.** (E3 – SD35). **Cláudia Noronha.**

... a **relação de confiança**. Sim, **o tempo faz com que tu estabeleças relação de confiança com algumas pessoas e algumas situações que se colocam reforçam ou enfraquecem essas situações.** Então tem pessoas que, com o tempo, tu conheces melhor, tu sabes que pode contar mais ou menos, tu conheces a qualidade do trabalho, o empenho ou não, tem experiências ruins, que marcam e aí tu já ficas blindado com aquela pessoa. Não a ponto de boicotar a pauta dela, não é isso, mas tu já sabes o que vem de lá, tu já sabes que aquela pessoa é complicada. (E5 - SD63). **Francisco Dalcol.**

... acho que uma das coisas que fez o Arte 1 ter saído do limbo e ser hoje, pelo menos na classe artística, **um canal reconhecido é muito essa relação de confiança.** Você falou, eu posso não ter gostado e colocar isso no ar, mas não vai ser uma coisa que você não falou. **Essa ética precisa existir e às vezes ela não existe.** (E6 - SD95). **Gisele Kato.**

O bom assessor de imprensa é aquele que você, mesmo mergulhada naquele mar de informação, o reconhece e vai atrás dele, porque **você sabe que esse profissional traz não só uma notícia de qualidade, mas também fidedigna.** (E7 - SD104). **Leonor Amarante.**

**E a minha relação com o jornalista é sempre honesta.** Eu procuro ser honesta na vida toda e nessa posição também. Os jornalistas mais antigos sabem sempre qual é a minha posição. Eu nunca atravesso nenhum farol, não atravesso nenhum limite, porque eu sei o limite deles, eu conheço o trabalho deles, eu conheço o limite deles também. (E8 - SD114). **Marcy Junqueira.**

...tem assessores em quem eu confio. Tem assessores, inclusive, que se tornam fontes, porque o cara está fazendo aquele papel, mas, **como a gente tem uma relação de confiança, ele sabe que eu já sei daquilo que estou falando.** Mesmo em *off*, tem assessores que já dizem “olha, na real, o que está acontecendo é isso. Mas é obvio que eu não te falei e, já jogando às claras, essa pessoa não vai falar, não vai ter isso”, mas eu acho que isso vem de uma relação pessoal. Isso não vem de um método de assessoria. (E11 - SD144). **Silas Martí.**

No entanto, é válido lembrar Giddens (1991) quando este trata das relações de intimidade – como acreditamos se estabelecer nestes subgrupos além do aspecto profissional –, a confiança se mostra sempre ambivalente, e a possibilidade de rompimento está grosso modo presente. O risco, jornalisticamente, está na perda da credibilidade, base e sustentação do campo e de seus profissionais. Algumas sequências presentes - **E5 - SD65, E5 - SD66, E5 - SD68, E6 - SD91 e E11 - SD145** - retratam tanto a suspeição como a renovação do pacto de confiança.

Sim, se **corre riscos nisso...** Então tem assessores que têm **essa sensibilidade**, não só isso, mas também sabem que eu vou querer entrevistar o artista, o curador, porque, para algum outro veículo, se eles mandarem umas aspas, está resolvido e é isso. É que eu tenho um carinho, também, pelo jeito de conduzir a coisa. Eu gosto disso e é por isso que eu tento manter uma qualidade, um nível alto. Eu tento, né? **(E5 - SD65). Francisco Dalcol.**

... receber material em primeira mão com embargo, e se pactua, né? Se **confia** e se **pactua**. **(E5 SD66). Francisco Dalcol.**

A gente tem que ter noção da área onde estamos. Não é o Mensalão, não é o Petrolão, não é um assunto de comoção pública. Eu entendo isso. É um assunto ameno, das artes, da cultura e, dentro do jornalismo, tem essa diferenciação. Já me aconteceu isso. Eu acho que, quando eu **pactuo** alguma coisa com alguém, isso é uma **relação de confiança** que se estabelece. **(E5 - SD68). Francisco Dalcol.**

A gente faz negociações do tipo um escritor, que a gente acha que tem relações com as Artes Visuais e que o livro tem muitas coisas visuais. Eu falo: "eu quero fazer a entrevista na Pinacoteca" e o escritor fala: "meu, não". É **uma construção com o assessor** e isso acontece muito. Aí tem assessores e assessores. Tem assessores que eu já construí isso....tem outros assessores que são relações mais superficiais, que o cara fica te ligando e só quer emplacar aquela pauta. **(E6 - SD91). Gisele Kato.**

já fui enganado por assessorias milhões de vezes e, quando é assim, claro, você fica com o pé atrás para sempre. Mas existem os que nunca me enganaram, que sempre falaram numa boa. Acabam sendo essas as pessoas em quem a gente **confia**, mas porquê... Assessores que eu sei que eu posso perguntar coisas. Inclusive, se eu quero saber coisas às vezes até de outra instituição, eu sei que essa pessoa vai saber. E se tornam fontes. É muito raro isso acontecer. **Pouquíssimos assessores eu acho que se tornaram fontes para mim. Tenho uma relação de confiança com alguns, mas mesmo assim você é obrigado a checar por outro caminho**, e por outro, por outro e por outro. Existe, nessa

coisa do controle que se tem sobre a notícia.... (E11 - SD145). **Silas Martí.**

Exposta aqui parte da nossa tese, entendemos e concordamos, em parte, com o ensaio de Gomes (2009), que estes discursos trazem à tona o compromisso do jornalismo e de narradores confiáveis não apenas de serem verazes, mas de fazer uso de todos os recursos para evitar o engano e o erro. Até para que a verdade proferida não seja meramente uma convicção subjetiva sua, afastando do reportar o risco do erro. E, distanciando, da mesma maneira, da constante autolegitimação do discurso jornalístico, como relevador das coisas e não somente uma narrativa.

Sendo o mundo contemporâneo extremamente complexo, é necessário estar atento ao fato de que o acordo de mediação postula ao jornalismo responsabilidades à sua importância.

#### **4.2.4. Quarto núcleo de sentido: Autoimagem em perspectiva**

Pactuamos da afirmação de Benetti e Hagen (2010, p. 124) que “o discurso jornalístico constrói representações de si mesmo – do jornalista, do veículo e da profissão – e como, neste movimento, reafirma crenças”. Por esse caminho, voltamos à pergunta central que conduz a tese, ou seja, quais são as percepções de si e sobre os outros de jornalistas especializados em artes visuais, e como estes jornalistas articulam um *ethos* no jornalismo cultural contemporâneo? Para isso, pensemos a perspectiva do campo por parte dos entrevistados. Claramente, as entrevistas retratam a incorporação das noções, abordadas nos preceitos teóricos, de um *ethos*, constituinte do *habitus*, e que comporta a autoimagem em perspectiva e que abordamos neste trecho.

Se toda trajetória social deve ser compreendida como uma maneira singular de percorrer o espaço social, onde se exprimem as disposições do *habitus*, é importante enfatizarmos que estamos nos referindo à transferência de capital simbólico pela imitação das ações consagradas nas esferas prática e crítica, uma predisposição de sentir, pensar e agir assimilados com sentido prático. Esse *habitus* preenche uma função, segundo Bourdieu (2008, p. 144), e se evidencia por meio do indivíduo como “um corpo socializado, um corpo estruturado, um corpo que incorporou as estruturas imanentes de um mundo ou de um setor particular desse mundo, de um campo, e que estrutura tanto a percepção desse mundo como a ação nesse mundo”.

Embora seja necessário relativizar tal pensamento quando reflexionamos sobre a produção de uma forma de interesse que diz respeito ao simbólico, fica patente a constatação de que os agentes sociais não realizam atos gratuitos, mas motivados no reconhecimento da existência de um jogo social, o que justificaria a assimilação por parte de sujeitos a grupos profissionais, por exemplo. Segundo o mesmo autor, o sentido do jogo é imposto, mesmo para aqueles que se mostram em posições opostas em um campo, como poderíamos supor, assessores e jornalísticas da mídia, na medida em que há uma cumplicidade entre *adversários* no mesmo campo. É a *illusio*, perceptível tanto no jornalismo como na arte, e que é explicada por Bourdieu (2008, p. 139-141), como “estar preso ao jogo, preso pelo jogo, acreditar que o jogo vale a pena jogar”. Ou, em síntese, a expressão do ser e estar no jornalismo é um conhecimento construído, não dado, seja pelas instituições acadêmicas, pelos colegas, pelas experiências. E onde se passa a compreender e a aceitar regras de conduta do campo, como técnicas específicas, valores, etc. e seu papel de comunicador, mediador social.

Como já nos referimos anteriormente, é por meio da observação e de uma prática rotinizada, que é fundamentado o agir do jornalista. Dessa maneira, detectamos, seja entre jornalistas da mídia ou assessores de imprensa, uma identidade autorreferencial a partir do *habitus* jornalístico que abarca um *ethos* que constrói o lugar de autoridade. Nesta tese a posição de autoridade se mostra a partir dos subgrupos analisados, detentores de um capital simbólico que os habilita a mediar o discurso da arte. Assim, reforçamos, tais profissionais são possuidores de uma segunda natureza do jornalista, indutora de valores e princípios.

A compreensão das interações estabelecidas entre jornalistas da mídia e assessores de imprensa nos apontou, como já havíamos visto também nos itens anteriores, exemplos concretos de como o *habitus* jornalístico é apresentando diretamente no discurso dos profissionais e de maneira muito semelhante, independente do subgrupo. Isto, entendemos, aponta para afinidades no que diz respeito à postura profissional, na maioria das vezes presa às convenções e à cristalização de costumes, condutas e formas de agir. Assim como a construção de uma autorrepresentação.

Até em função disso, tendemos a admitir, ao observar a atuação do jornalista da mídia e dos assessores, uma problematização sobre os dois territórios é inevitável na tese, uma vez que não existe uma regulamentação bem definida, diferenciando ações de um e outro. O que ocorre hoje é um espectro amplo de transição entre estes dois universos.

O que é manifesto na voz dos entrevistados é o conhecimento canalizado para a *práxis* que nem sempre ocorre, enquanto aprendizado e aplicação, de maneira consciente. Isto, para Bourdieu (2008), é o resultado de um *ethos* e de um raciocínio comum, estruturado pela própria realidade somada às estruturas de pensamento próprias de um tempo, estabelecendo socialmente um conjunto de operações conceituais.

O grupo de jornalistas, como afirma Traquina (2013), se estrutura ao mesmo tempo como uma tribo ou uma “comunidade imaginária e imaginada<sup>89</sup>”: a primeira tem nas imagens, valores e sentidos elementos de composição emprestados de um imaginário coletivo que estabelece e formata as identidades individuais e grupais; a outra é articulada também com o imaginário coletivo, mas baseada principalmente em processos de comunicação.

Assim, apresentamos sequências discursivas que exprimem de que maneira se manifesta nas falas uma matriz de percepção constante, um *habitus*, que compreende a ideia de uma autoimagem em perspectiva, manifesta na articulação de um *ethos* profissional. Nas sequências discursivas que seguem podemos perceber como isso se manifesta, seja ações repetidas, aprendizado anterior trazido por colegas e uso de técnicas incorporadas. Tais condutas não são estabelecidas por critérios pragmáticos e mensuráveis, mas como consequência óbvia de uma ação anterior.

Do *corpus* elencamos exemplos, a partir das sequências **E1 – SD1, E-6 – SD73, E6 – SD85, E-7 – SD105, E7 – SD106 e E11 – SD135**, que ilustram claramente o entendimento dos entrevistados a respeito da aderência a práticas cotidianas e de origens diversas no campo jornalístico, balizando um *habitus* profissional. As competências do fazer, ser repórter, saber perguntar, etc. que estão na base da formação do profissional especializado.

Eu acho que devo talvez 70% da minha formação ao fato de ter sido repórter. Essa coisa de **saber perguntar, saber ouvir, saber encaminhar** uma entrevista, que é fundamental. **Isso é tudo**. Se você não sabe ouvir, você não é um bom repórter. Se você não sabe perceber – no caso transferindo agora para a crítica de arte –, se você não se sente à vontade dentro do ateliê do artista – ou mesmo, hoje, que não precisa ateliê, porque o cara com um laptop te mostra toda a sua obra em imagens digitais –, se você **não sabe levantar um assunto, não sabe entrar no mundo da pessoa**, realmente, eu acho muito difícil ter intimidade com o processo criativo do artista, chave para perceber as características de sua obra. Eu acho que tem determinados críticos que

---

<sup>89</sup> Segundo o próprio Traquina (2013) o termo ‘comunidade interpretativa’ provém de Zelizer (1993), havendo também o uso do termo ‘tribo’ (Maffesoli, 1998). Hymes (1980, p. 2) conceitua ‘comunidade interpretativa’ como um ‘grupo unido pelas suas interpretações partilhadas da realidade’.

têm uma enorme dificuldade de penetrar na obra de arte por causa disso. Eu **acho que deveria ser uma condição *sine qua non* para se fazer crítica de arte ser antes repórter**, para você perceber a pessoa com quem você está lidando. Se você não percebe qual é a psicologia da pessoa, como é que você vai perceber a obra dela? (E1 - SD1) **Angélica de Moraes.**

... cheguei a fazer helicóptero, a fazer trânsito, a cobrir outras coisas, cobrir esporte, várias outras coisas. A rádio me deu esse **traquejo de jornalista** para a vida. "Vai lá, filhinha, e sinto muito. Pega o seu gravador e traz a matéria de não sei quem", que eu não tinha. (E6 – SD73) **Gisele Kato.**

....acho que o **fundamental é repertório. O que eu acho é que não é só repertório. Repertório faz uma grande diferença, mas não é só.** (E6 – SD85) **Gisele Kato.**

Sou **cria do jornalismo diário** e, para trabalhar em uma redação de jornal você tem que ser centrada e ao mesmo tempo rápida e criativa. (E7 -SD105) **Leonor Amarante.**

**Boa matéria** sempre dependeu do **bom jornalista**, no passado e no presente. (E7 - SD106) **Leonor Amarante.**

Na Ilustrada, os redatores sempre escreveram matérias, além de editar e fechar, então é um trabalho meio duplo. Eu comecei como redator **fazendo tudo**, ajudando a fechar, editava horóscopo, editava os quadrinhos e fazia as matérias.... Naquela época, tinha a vantagem de ter muito mais gente na equipe. (E11 - SD135) **Silas Martí.**

Neste grupo, devido à quantidade maior de sequências trazidas, optamos por agrupá-las seguindo critérios de orientação de representações do profissional e da profissão. Objetivamos enfatizar que tais discursos são carregados de valores e normas (objetividade, independência, imediatismo) que norteiam o sentido de comprometimento que cada profissional diz processar no dia a dia de atuação.

As sequências apontadas - **E1 – SD6, E1 – SD9, E1 – SD13, e1 – SD15, E2 – SD22, E4 – SD45 e E4 – SD48, E4 – SD50 e E11 - SD146** - nos fornecem subsídios para a compreensão de uma autoimagem característica de alguém que anseia liberdade e independência, ou de um profissional que almeja alcançá-las e demonstrá-las publicamente. Normas, valores e práticas produzem representações do papel do jornalismo e lhe dão autoridade como narrador da realidade social. Valores estes que compõem o *ethos* profissional, como a credibilidade e a confiança, já trazidas

anteriormente à discussão. Podemos compreender essas questões a partir de sequências como

Então eu acho o seguinte: pode ser ingenuidade da minha parte, mas eu acho que eu, de certa forma, eu soube e sei separar essas coisas, entendeu? Eu **nunca fui correia de transmissão do mercado....** Ou acho que não fui. Talvez tenha sido inconscientemente, sei lá, mas nunca, conscientemente, negociadamente, fui correia de transmissão de galeria nenhuma. Eu **comprei muita briga** escrevendo algumas coisas que não interessavam a certos donos de galerias ou presidentes de bienais, etc. **(E1 – SD6) Angélica de Moraes.**

Meu **compromisso sempre é com o leitor**, com a avaliação correta da mostra que estou sugerindo visitar (ou não). Se eu tiver que escrever uma crítica que vai deixar o amigo x, y ou z magoado, azar. O que eu vou fazer? Eu **não sei falsear a minha opinião.** **(E1 – SD9) Angélica de Moraes.**

No momento em que o jornalista passa a acreditar que isso (o **jornalismo independente**) não é possível, é onde começa a derrocada da qualidade do jornalismo brasileiro. Na **minha opinião**. Eu posso estar sendo, sei lá, qualquer adjetivo depreciativo que você queira, mas, no momento em que o jornalista passa a não acreditar no próprio taco, na própria independência.... **(E1 - SD13). Angélica de Moraes.**

Manter a **independência**, atualmente, é um luxo. **(E1 - SD15) Angélica de Moraes.**

Você **não tem que ter amor à classe nenhuma**, você tem que ter **amor** às pessoas, **aos seres humanos.** **(E2 – SD22) Camila Régis.**

Eu venho de uma escola que é crítica, porque o jornalismo político é crítico. Para mim, era natural fazer isso e eu continuo sendo assim. Ou seja, eu nunca deixo de escrever sobre o que eu penso de **verdade.** **(E4 – SD45) Fabio Cypriano.**

A minha tese é que o problema maior está nos jornalistas do que nos veículos, porque são eles que **não têm mais ética hoje em dia.** Existe toda uma crítica dos veículos de comunicação. Claro que eles também empobreceram, digamos assim. As redações são menores. Mas os **jornalistas estão muito comprados** e aí é difícil. E aí tem dois lados. Ou eles estão muito comprados e dão qualquer matéria em troca de algum tipo de **benesse** ou eles criam as polêmicas erradas, porque são ingênuos. **(E4 – SD48) Fabio Cypriano.**



Eu me pauto por isso e eu sei que tem **muita gente que me respeita** por isso e fala "eu gosto do seu trabalho porque você fala aquilo que acha que tem que ser falado". (E4 – SD50) **Fabio Cypriano.**

Eu **falo o que eu acho que tem que falar.** (E11 - SD146) **Silas Martí.**

A representação de si realimenta crenças, uma questão amplamente disseminada sobre o que é jornalismo. Observemos como algumas falas reproduzem, por meio da autoimagem, três questões representativas, às vezes presentes em mais de um item da exposição:

Primeiro, trazemos o discurso enobrecedor sobre a importância do trabalho do jornalista que pode ser interpretada a partir de sequências como **E1 – SD8, E2 – SD21, E3 – SD34, E4 – SD41, E5 – SD60, E6 - SD92, E9 - SD123, E10 - SD134, E11 - SD137 e E11 - SD138** exibidas a seguir e que se mostram dominantes nas falas sobre autoimagem. Um sujeito ao mesmo tempo, supostamente, intelectualizado, extremamente atento a tudo, analítico e laborioso.

Todo o **meu esforço** foi trazer da **minha experiência** de repórter para a experiência da crítica de arte ou da reportagem de arte, inicialmente, esse **cuidado na apuração dos fatos**, fazer uma boa lição de casa, de pesquisar antes de entrevistar a pessoa. (E1 – SD8) **Angélica de Moraes.**

Eliminando todas essas ideias principais que você tem de trabalho, eu acho que **é uma profissão que exige muito do profissional**, no sentido de que, como você está fazendo um **trabalho intelectual...** são coisas que não casam, alta produtividade e pensamento intelectual, para mim. Eu não vou escrever uma matéria vencedora de Pulitzer todo dia. Então eu acho que, nesse sentido, **os jornalistas são cobrados pela inovação, pela ideia, pelo lead perfeito, pelo melhor título, principalmente em jornal diário.** Essa cobrança, por exemplo, eu não tenho na Select, porque ela é uma revista bimestral e o tempo existe. (E2 – SD21) **Camila Régis.**

E aí tem a loucura da fragmentação da vida que a gente leva. Eu sou extremamente fruto do meu tempo. Eu **tenho 300 olhos, 400 ouvidos.** (E3 – SD34) **Cláudia Noronha.**

Eu **acredito no jornalismo**, não importa a plataforma. O jornalismo sempre vai existir. (E3 – SD40) **Cláudia Noronha.**

Eu acho que eu **tenho duas particularidades** em relação a quem faz jornalismo cultural e que também explicam um pouco o meu caminho.

Primeiro é que eu trabalhei com políticos durante dez anos, com jornalismo político. **Se você pegar as minhas matérias e o meu tipo de cobertura, ela é uma cobertura que não é deslumbrada com o meio, mas ela é muito crítica, muito próxima de como é o jornalismo político. (E4 – SD41) Fabio Cypriano.**

A coisa ruim é que **a gente está sempre trabalhando**. A coisa boa é que a gente está trabalhando com o que a gente gosta. E é por isso que se mistura, é porque a gente gosta. É por isso que a gente trabalha com Jornalismo Cultural, porque **a gente gosta e porque a gente acredita**. Entende? Eu acho que esse é o perfil do Jornalismo Cultural. **(E5 – SD60) Francisco Dalcol.**

Acho muito legal o jornalista estar na rua, então um pouco dessa minha questão de **não deixar de ser repórter** é um pouco isso. Acho que eu **sou melhor gestora** quando eu vou para a rua e estou enfrentando o que os repórteres estão enfrentando, o mesmo problema de trânsito, de não almoçar, de "ah, qual é o tempo?", pedir para um entrevistado fazer uma determinada cena de filmagem e aí não rolou, essa frustração na ilha. **(E6 - SD92) Gisele Kato.**

Mas, hoje, se tu me perguntar se eu acho **importante o papel que eu cumpro**, eu diria que sim, é extremamente importante. **(E9 - SD123) Mariele Salgado.**

... estabeleço relações com artistas, curadores e diretores de museu, eu também **estabeleço relações** com assessores e eu acho que essas relações devem ser **orgânicas**. **(E10 - SD134) Paula Alzugaray.**

... me **identificava** já com aquela linguagem, **com aquela visão**. Esse período do treinamento foi ótimo para entender isso. E ao mesmo tempo também, a coisa sedutora, digamos assim. Eu acho que isso vale para qualquer pessoa que entra lá e que continua também, porque não é uma carreira que você vai ter luxos. Não é assim. **Você faz porque você gosta, porque, se não, você não faria**. A carga horária é imensa, você não tem muita liberdade, mas a ideia de você poder se expressar – e isso eu não sei, porque eu nunca trabalhei em outros cadernos, mas a sensação que eu tenho é de **poder me expressar com muita liberdade**, até porque, talvez, as Artes Visuais não seja uma coisa estratégica para o jornal, não vai derrubar o presidente e nem vai eleger ninguém. **(E11 - SD137) Silas Martí.**

... adoro Artes Visuais desde sempre, eu sempre gostei, só que eu vejo esse campo – não só as artes plásticas, mas a cultura em geral – quase sempre...**Todo o jornalismo é subjetivo**, mas eu acho que isso é mais subjetivo ainda e você pode se permitir ser subjetivo. Então algumas cobranças ferrenhas do Manual de Redação – a imparcialidade, o outro lado – claro que se aplicam às reportagens de cultura, mas, numa crítica de exposição ou em uma matéria em que você vai contar mais ou menos como que é, não é tão preto no branco. Isso que **eu gosto**. Isso **que me atraiu e ainda me motiva a continuar trabalhando**. **(E11 - SD138) Silas Martí.**

A segunda representação elencada em torno da autoimagem diz respeito à dedicação extrema do profissional, transbordando para o contexto da vida privada como em **E5 - SD59**, **E5 – SD60** e **E7 - SD100**;

O Jornalismo Cultural, é **muito difícil tu separar trabalho e vida pessoal**. Eu acho que quem trabalha com Jornalismo Cultural mistura tudo, porque é a gente, é as coisas que tu lêes, as coisas que tu ouves, que tu assistes. É muito difícil fazer essa separação, tipo assim "passei o meu crachá, estou saindo agora e sou eu". É muito difícil, porque tu levavas trabalho para casa, nesse sentido. Então tu tens que estar tranquilo quanto a isso. Se tu não estás tranquilo, tu tens que ir para outro lugar fazer outra coisa porque as coisas vão se misturar. (**E5 - SD59**) **Francisco Dalcol**.

... minha formação jornalística se mistura com toda essa problemática política. Eu acho que ter sido estudante naquele momento me enriqueceu profundamente. **O que eu vivi reflete até hoje no jornalismo que eu faço**. Como curadora, não consigo ver a arte pela arte. Em todo fazer artístico, eu vejo também um ato social e político, não consigo dissociar isso. (**E7 - SD100**) **Leonor Amarante**.

... conheço todo mundo nesse meio, mas eu **não tenho amigos íntimos nessa área**. (**E11 - SD141**) **Silas Martí**.

E, como terceiro tópico, buscamos mostrar sequências – **E4 – SD43**, **E6 - SD79**, **E11 - SD136** e **E11 - SD147** - que espelham uma autoimagem dos profissionais na qual a relação que estabelecem com o local de trabalho se mostra de excepcional relevância na vida desses entrevistados. Vejamos a seguir:

... tinha um **investimento do jornal em mim**, e isso, para mim, foi muito importante. É o que eu uso em alguns cursos que eu dou hoje em dia. Eu nunca estudei arte. (**E4 - SD43**) **Fabio Cypriano**.

... aprendi a escrever também lá. Eu falo com muita emoção da revista. Para mim, foi muito difícil agora que ela fechou. De verdade, dá vontade de chorar. Eu **tenho uma relação muito maluca com a revista** e por muito tempo eu fiquei nessa "cara, eu não quero trabalhar nunca mais em lugar nenhum", porque eu estreei no **lugar que eu sempre sonhei** e estou lá. Isso, para mim, foi muito difícil, porque eu era isso, não é? Não aumentava salário e eu estava lá "não precisa, **eu só quero estar aqui**". Vinha outra proposta e eu falava: "eu não quero nem ouvir. Não vou nem lá". (**E6 - SD79**) **Gisele Kato**.

... a Folha.... Eu acho que – eu tendo trabalhado tanto tempo lá – eu **entendo um pouco a cabeça de como pensa o jornal**, e isso é uma

coisa que a gente aprende para valer no treinamento, porque você vê como a visão das coisas é construída. (E11 - SD136) **Silas Martí**

...sou muito **perfeccionista**, extremamente apegado ao acabamento final da página. Eu quero saber como é que vai ficar a foto, eu quero ver como está o título, quero ver se tem viúva no texto. Milimetricamente, eu **quero controlar** até onde der, para que aquilo saia.... Porque eu penso também na questão visual da página. Eu gosto até hoje do impresso porque ele é diferente do on-line. (E11 - SD147) **Silas Martí**.

Sabemos que a autoimagem conduz as representações do profissional no campo. Não só nele, mas também conceitualmente nas inter-relações dentro do espaço social, apontando valores, competências, etc. Dessa maneira, o jornalismo é uma prática discursiva em que os interlocutores envolvidos devem reconhecer seus lugares de fala e interpretação por meio de um contrato de comunicação. Assim, vejamos, como um dos entrevistados remete seu discurso a questões envolvendo o contrato comunicacional no sentido de dar voz às fontes como uma prioridade conforme a sequência **E1 – SD10**.

Eu **sempre privilegio** a fala do artista. A fala do artista, para mim, é o mais importante. (E1 – SD10) **Angélica de Moraes**.

No exercício de examinar a partir de que percepções a autoimagem dos profissionais se manifesta surgem situações pontuais, nas quais os entrevistados fogem a uma positividade característica de uma autoimagem, apontando tanto para discussões de particularidades envolvendo o campo de atuação, como aspectos de caráter social mais amplo com relação à profissão.

Fatiamos esses pontos a partir dos subgrupos analisados, pois acreditamos significativo trazermos tais observações. Vejamos, primeiro, as sequências **E4 – SD44**, **E6 – SD80** e **E6 - SD93** de jornalistas da mídia revelando em parte uma desconstrução da autoimagem como profissional.

.... tenho capacidade para dar isso porque eu entrevistei, pessoalmente, todos os curadores importantes de todas as exposições dos últimos tempos, das bienais, os artistas. Mas eu sei que o meu **começo foi muito errático**. Agora, como eu tinha essa experiência como repórter ou como assessor de políticos, eu sempre tive uma certa desconfiança com o meio. Eu **nunca fui um deslumbrado, como é a maior parte das pessoas que vão trabalhar**. (E4 – SD44) **Fabio Cypriano**.

E tevê tem isso, não é? Às vezes o chefe mais preparado intelectualmente, a pessoa que segura o programa, ganha menos do que o apresentador *rock star*, que é famoso. A tevê tem isso. O **carisma é um valor**, que é uma coisa que você nasce com ou sem. Eu nunca me conformei com isso. Sou daquelas que.... Por isso que eu falo que tem muito sentido essa coisa japonesa. Eu acho que o **valor é o esforço**. (E6 – SD80) **Gisele Kato**.

... não tem mais mercado para um jornalista cultural.... Está cada vez mais diminuindo. Eles contam muito com isso. Eu já ouvi que quase que eu tenho que agradecer por estar aqui e nem precisa de salário, vai? Porque é tão legal. A **nossa profissão está muito desvalorizada** mesmo. É um pouco triste o que tem acontecido. (E6 - SD93) **Gisele Kato**.

Agora, trazemos sequências **E3 – SD32**, **E8 - SD110** e **E9 - SD119** em que assessores de imprensa retratam situações em que a autoimagem de alguns entrevistados se desnuda de maneira menos valorativa.

Eu não sou empresária, não sou produtora, não sou galerista, não sou curadora. Eu **sei bem o meu lugar**. (E3 – SD32) **Cláudia Noronha**.

Eu mesma tinha **preconceito contra mim mesma**. Eu sempre gostei muito mais de leitura, por isso também que me atraio mais pelo Jornalismo. Sempre gostei de ler, sou uma pessoa da leitura. E sempre gostei de artes visuais também. Me interessa cultura, livros, fotos. Eu sou muito sensível para a arte, para o mundo contemplativo. Desde criança, eu sou muito contemplativa. De olhar mais. Então eu acho que isso me influenciou muito. (E8 - SD110) **Marcy Junqueira**.

... acho que a experiência vai te mostrando o melhor caminho. E eu **não sou uma jornalista de redação**. Porque, assim como alguns jornalistas lá da redação jamais gostariam de estar no meu lugar, de escrever release, fazer divulgação, *follow up*, então... jornalista de redação tem horror a fazer *follow up*, porque eu acho que os caras recebem tanto *follow* no dia a dia que eles detestam. **Às vezes a pessoa não tem nem característica para isso, não é do jeito dela**. (E9 - SD119) **Mariele Salgado**

Nossa impressão em relação a estas últimas sequências discursivas é de que esboçam o preconceito que ainda parece compor a própria autoimagem de alguns assessores de imprensa, aqui os entrevistados para a tese. Se apresentam nas falas constatações sobre o próprio preconceito sobre si, assim como espécie de justificativas para aproximações maiores ao ideário imagético do jornalista padrão, suas tarefas ou características, no nosso caso aquelas voltadas ao perfil do jornalismo cultural.

Assim, admitimos que um conjunto de valores referenciais da profissão domina os discursos deontológicos sobre o *dever ser* jornalístico, influenciando a representação social e identitária do jornalista, o que leva a uma mitificação da atividade, mesmo sabendo-se de uma quantidade de ambivalências e contradições nos discursos idealizados.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Na tese fizemos dois percursos, um teórico e um empírico, objetivando evidenciar dois subgrupos comunicacionais – jornalistas da mídia e de assessoria de imprensa, pois acreditamos que eles vivenciam desde a última década do século passado transformações nas suas práticas relacionais, o que pouco tem sido estudado, principalmente no que diz respeito ao jornalismo cultural especializado em artes visuais. Um espaço de cruzamento destes subgrupos e de suas atividades, recheado de contrastes, divergências e disputas no que diz respeito ao universo profissional e que necessita olhares mais atentos que possibilitem trazer novos entendimentos sobre o exercício do jornalismo.

Ao longo do percurso teórico, estabelecemos algumas amarrações que possibilitassem dar contornos a nossa pesquisa. Por meio delas, entendemos o jornalismo como uma realidade construída e acreditamos no reconhecimento interpretativo do jornalismo cultural. No campo jornalístico, temos o profissional dotado de um *habitus*, no qual este *habitus* é composto por um *ethos*, princípios ou valores incorporados às ações. A partir deste conjunto de noções conceituais avançamos no entendimento de uma autoimagem dos entrevistados que configuraram nosso *corpus*. Ainda no percurso teórico, refletimos sobre os sistemas peritos e a noção de confiança, tencionando contextualizar junto à tese tais definições sob a contemporaneidade.

Já no percurso empírico, por meio da análise discursiva de entrevistas realizadas com jornalistas da mídia e assessores de imprensa, interrogamos sobre mudanças nos padrões normativos, tanto do *ethos* profissional como da própria mediação do jornalismo contemporâneo ligado às artes visuais. E, principalmente, tendo como fio condutor do trabalho captarmos nestes dois subgrupos suas autoimagens e como percebem aos outros profissionais. Recorreremos, ainda, à história oral, conjuntamente com a Análise de Discurso, acreditando num *além da entrevista*, na medida em que o discurso de entrevistados tem sua ocorrência entre os sujeitos da interlocução, ou seja, entre nós pesquisadores, os próprios entrevistados, os professores que se debruçam sobre a tese e quem mais tiver acesso a esse material.

Por esta dupla trajetória tivemos a intenção de analisar o entendimento do que é ser jornalista, sob o ponto de vista de cada entrevistado, a partir do(s) lugar(es) que ocupa no espaço profissional; sistematizar valores, crenças e normas que os entrevistados associam ao campo; verificar a formação de competência profissional na área cultural, enquanto um território que mescla funções de jornalista e de especialista; e interrogar o

papel do jornalismo cultural como espaço tradutor e legitimador das experiências artísticas, estéticas e intelectuais.

Pelos depoimentos colhidos reiteramos que os subgrupos de entrevistados se distinguem no exercício de mediação, através daqueles profissionais pertencentes à grande mídia e comprometidos, em princípio, com o exercício da essencialidade de seu papel formativo para com o público; e dos assessores de imprensa, contratados por um cliente para tornar do conhecimento social determinado tópico ou assunto, através da cedência de conteúdos, sob a apresentação de informação jornalística. No exercício profissional ou na cooperação entre os profissionais destes dois subgrupos há um pacto sempre negociado em função de interesses e congruências, onde o jornalismo toma um formato complexo e é exercido numa mescla de atividade informativa e planejada. Tal quadro possibilita que acreditemos que os subgrupos, em anos mais recentes, vem norteando suas atuações por valores muito semelhantes, onde a assessoria de imprensa cada vez mais se configura como um lugar de atividades híbridas.

Os profissionais entrevistados proferem seus discursos sobre si, majoritariamente, operacionalizando um *habitus* profissional, de grupo, articulado de forma muito semelhante em ambos os subgrupos, em que se apresenta como vital na especialização uma formação de competências e de repertório. Além disso, princípios geradores e organizadores de práticas e de representações refletem e reforçam nestes profissionais um *ethos* discursivo, associado ao campo profissional, que tem como aspectos-chave de sustentação os valores da credibilidade e da confiança. E, ainda, este *ethos* discursivo é manifesto através de uma matriz de percepção constante, um *habitus*, que compreende a ideia de uma autoimagem. Esses são os núcleos centrais dos discursos proferidos pelos entrevistados e da inter-relação estabelecida entre eles.

Dessa maneira, e através dos eixos fundamentais trazidos, renovamos a ideia de que o jornalismo é uma prática discursiva em que os interlocutores envolvidos devem reconhecer seus lugares de fala e interpretação por meio de um contrato de comunicação. Assim, *ethos* discursivo e contrato de comunicação são constitutivos um do outro e necessitam de frequente investimento. Desta forma, enfatizamos que a concepção de *ethos* não diz respeito àquilo que o enunciador diz de si explicitamente, mas à imagem que é formada com base na cena enunciativa, ou seja, uma noção discursiva, um processo sociodiscursivo e parte de uma circunstância histórica. Algo que envolve também a cena da entrevista em que dois interlocutores jornalistas também se defrontam, ainda que em lugares distintos. Alguma coisa que se apresenta como representação dos modos de



argumentação e, segundo Accioly (2007, p. 1-2), “um misto de valores e ideais, um *ethos* que cada membro do grupo deve encarnar como segunda natureza ou identidade social para ser reconhecido como pertencente à categoria”. Ou seja, um espelhamento, no qual indivíduo e grupo incorporam-se em uma identidade única. Trata-se de um processo contínuo de construção e reconstrução de si, num discurso autorreferencial que, segundo Lopes (2011), “refere-se a sua própria ética, proclama sua própria função, faz inúmeros apontamentos para seu próprio dever cívico, sua própria competência, seus próprios sofrimentos, suas próprias vitórias...” e, dessa maneira, forja uma identidade com indivíduo ou grupo. Tal autoimagem construída pelos profissionais na realidade tem muito de controversa. No entanto, a noção de *ethos* nos faz entender que nem sempre ele corresponde ao verdadeiro, mas que a ratificação de que determinados sentidos acaba por reafirmar o que é o jornalismo e os jornalistas. A autoimagem direciona representações, abastecida por meio de representações sociais ou estereótipos culturalmente partilhados. Esta autoimagem concebe o indivíduo como um organismo atuante, capaz de sentir, pensar e agir.

Na sociedade, os campos do jornalismo como o da arte são percebidos como sistemas peritos ou especializados, nos quais a premência de aquisição de repertório para transitar, no campo do jornalismo, é condição essencial em um exercício profissional satisfatório. Os entrevistados evidenciam que a própria credibilidade e a confiança estabelecidas nas relações interpessoais dos profissionais têm sustentação em parte no desenvolvimento da especialização, percepção semelhante que entendemos, e se dá sobre o público na apreensão e narração da realidade reportada. Na captação dos discursos proferidos, a sustentação no valor da confiança deu o tom de boa parte das falas, sendo a confiança uma conquista obtida ao longo da construção de uma trajetória profissional e cultivada ou aprimorada a cada dia entre os pares.

No caso dos assessores de imprensa, as interações percebidas entre os subgrupos, diante das entrevistas realizadas e do próprio trabalho analítico desenvolvido, se mostram perceptíveis em um esquema heterogêneo. O profissional se retrata como alguém que busca se valer de todo os processos e aparatos relacionados ao campo do jornalismo aliados as técnicas da propaganda – como a busca pela visibilidade ou a construção de imagem –, o que ainda contribui para questionamentos éticos dentro do campo. Já sobre os jornalistas da mídia há, mesmo que de maneira subliminar, um discurso ancorado sempre no trânsito pelos valores normativos do campo, sendo pouco questionado o

necessário cumprimento de tais preceitos diante da postura e da realidade das empresas jornalísticas.

Os valores associados ao jornalismo sempre são perpassados pelas questões éticas. A legitimidade do discurso do campo e do *ethos* que o representa estão assentados em valores bastante enaltecidos e referendados, como a independência, a verdade, a credibilidade, ou a confiança. Buscar a compreensão desses valores, seja entre o jornalismo e o público, seja entre os profissionais que trabalham junto ao campo comunicacional, é necessário e fundamental para avançarmos rumo à uma sociedade menos desequilibrada.

Com a concretização desta tese, no entanto, nos foram trazidos outros caminhos, novas apreciações possíveis sobre o jornalismo. Embora tenhamos explorado amplamente as 11 entrevistas, acreditamos que a riqueza deste tipo de material baseado em depoimentos seja vasta e possibilite muitos olhares sobre a mesma documentação. Cobrimos com as entrevistas um universo bastante significativo de profissionais, ousaríamos dizer, que o grupo dos mais representativos do jornalismo cultural especializado em artes visuais. No entanto, há muitos outros profissionais com potencial de pesquisa que podem ser fonte no Brasil, a partir de mídia de atuação, gerações, regiões do país, tipo de cobertura, etc. O jornalismo cultural é carente de mais pesquisas acadêmicas, inclusive porque nas últimas décadas a realidade dessa especialização se alterou substancialmente. Nesse contexto, exemplos como o poder das assessorias de imprensa, a pressão dos fatores econômicos sobre as pautas de cultura, os lugares da crítica, os pseudoeventos no contexto cultural, o universo on-line como espaço de visibilidade cultural, o papel das redes sociais na configuração da cultura contemporânea são algumas das temáticas potencialmente interessantes à exploração acadêmica.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Alzira Alves de. Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática. In: ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; KORNIS, Mônica Almeida. (Org.). *Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

ABREU, Alzira Alves de. Um novo olhar sobre os jornalistas: os depoimentos orais. *Sur le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, v. 1, n. 1, p. 96-104, sept. 2012. Disponível em: <<http://surlejournalisme.com/rev/index.php/slj/article/view/19>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

ABREU, Alzira Alves de; LATTMAN-WELTMAN, Fernando; ROCHA, Dora Guimarães de Mesquita. *Eles mudaram a imprensa: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2003.

ABREU, Alzira Alves de; ROCHA, Dora Guimarães de Mesquita. *Elas ocuparam as redações: depoimentos ao CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 2006.

ACCIOLY, Sheila. O ethos agônico no jornalismo potiguar: discursos de identidades. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE COMUNICAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO REGIONAL, 12., 2007, Fortaleza. *Artigo...* Fortaleza: [s.n.], 2007.

ACEVEZ LOZANO, Jorge Eduardo. Prática e estilo de pesquisa na história oral contemporânea. In: FERREIRA, Marieta de Moraes; AMADO, Janaína (Coord.). *Usos & abusos da história oral*. Rio de Janeiro: FGV, 1996.

ALBERTI, Verena. *Manual de história oral*. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2013.

ALBERTI, Verena. “Ideias” e “fatos” na entrevista de Afonso Arinos de Mello Franco. In: *Entre-vistas: abordagens e usos da história oral*. FERREIRA, Marieta de Moraes; ABREU, Alzira de Abreu [et al.]. Rio de Janeiro: Editora FGV, 1994.

ALBERTI, Verena. *História oral: a experiência do CPDOC*. Rio de Janeiro: FGV, 1989.

AMOSSY, Ruth. O ethos na intersecção das disciplinas: retórica, pragmática, sociologia dos campos. In: AMOSSY, Ruth (Org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2008.

BAKHTIN, Mikhail. *Marxismo e filosofia da linguagem: problemas fundamentais do Método Sociológico na Ciência da Linguagem*. São Paulo: Hucitec, 1981.

BALDISSERA, Rudimar. Significação e comunicação na construção da imagem-conceito. *Revista Fronteiras – estudos midiáticos*. São Leopoldo, UNISINOS; v. 10, n. 3, p. 193-200. Disponível em <http://www.revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/5397>. Acesso em 20.03.15.

BARBOSA, Marialva; RIBEIRO, Ana Paula Goulart. Memória, relatos autobiográficos e identidade institucional. *Revista Comunicação & Sociedade*. Universidade Metodista de São Paulo; v. 28, n. 47, p. 99-114. Disponível em [www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/issue/view/65](http://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/CSO/issue/view/65). Acesso em 20.03.15.

BARROS FILHO, Clóvis de. *O habitus na comunicação*. São Paulo: Paulus, 2003.

BASTOS, Marco Toledo. Medium, media, mediação e midiaticização: a perspectiva germânica. In: JANOTTI JUNIOR, Jader; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda. *Mediação & midiaticização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

BAUER, Martin W.; GASKELL, George; ALLUM, Nicholas C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento – Evitando confusões. In: BAUER, Martin W.; GASKELL, George (Editores). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes, 2008.

BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: UNESP, 1997.

BELTING, Hans. *O fim da história da arte: uma revisão dez anos depois*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.

BENEDETI, Carina Andrade. *A Qualidade da Informação Jornalística: Uma análise da cobertura da grande imprensa sobre os transgênicos em 2004*. Dissertação (Pós-graduação em Comunicação) – Faculdade de Comunicação, Universidade de Brasília, 2006.

- BENETTI, Marcia. *Análise de Discurso como método de pesquisa em Comunicação*. In: Pesquisa em Comunicação – Metodologias e Práticas Acadêmicas. Porto Alegre: EdIPUCRS, 2016.
- BENETTI, Marcia; LISBOA, Sílvia. O jornalismo como crença verdadeira justificada. *Brazilian Journalism Research*, Brasília, v. 2, n. 2, p. 10-29, 2015.
- BENETTI, Marcia. Revista e jornalismo: conceitos e particularidades. In: TAVARES, Frederico Mello B; SCHWAAB, Reges (org.). *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013.
- BENETTI, Marcia. Jornalismo e perspectivas de enunciação: uma abordagem metodológica. *Intexto*, Porto Alegre, v. 1, n. 14, p. 1-11, jan./jun. 2006. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/4251/4475> . Acesso em: 20.03.15.
- BENETTI, Marcia; HAGEN, Sean. Jornalismo e imagem de si: O discurso institucional das revistas semanais. *Revista Estudos em Jornalismo e Mídia*. Florianópolis, v 7, n. 01, p. 123-135, 2010. <http://dx.doi.org/10.5007/1984-6924.2010v7n1p123> . Acesso em 20.03.15.
- BENETTI, Marcia. O jornalismo como gênero discursivo. *Revista Galáxia*, São Paulo, n. 15, p. 13-28, 2008.
- BENETTI, Marcia; JACKS, Nilda. *O discurso jornalístico*. X COMPÓS. Brasília, 2001. [http://www.compos.org.br/data/biblioteca\\_1217.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_1217.pdf) Acesso em 20.10.16.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. Petrópolis: Vozes, 1974.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. *A construção social da realidade: tratado de sociologia do conhecimento*. 31. ed. Petrópolis: Vozes, 2009.
- BERGER, Peter; LUCKMANN, Thomas. A interação social no cotidiano. In: MORTENSEN, David. *Teoria da comunicação: textos básicos*. São Paulo: Mosaico, 1980.
- BLUMER, Herbert. A natureza do interacionismo simbólico. In: MORTENSEN, David. *Teoria da comunicação: textos básicos*. São Paulo: Mosaico, 1980.

BOLTANSKY, Luc. *Les cadres: la formation d'un groupe social*. Paris: Éditions de Minuit, 1982.

BOORSTIN, Daniel. *The image: a guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage Books, 1987.

BOURDIEU, Pierre. *Razões práticas: Sobre a teoria da ação*. Campinas: Papirus, 2008.

BOURDIEU, Pierre. *El sentido práctico*. Buenos Aires: Siglo XXI, 2007a

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2007b.

BOURDIEU, Pierre. *A produção da crença: contribuição para uma economia dos bens simbólicos*. Porto Alegre: Zouk, 2006.

BOURDIEU, Pierre. *Coisas ditas*. São Paulo: Brasiliense, 2004.

BOURDIEU, Pierre. *Questões de Sociologia*. Lisboa: Fim de Século, 2003.

BOURDIEU, Pierre. *A Economia das Trocas Linguísticas: O que Falar quer Dizer*. São Paulo: Edusp, 1998.

BOURDIEU, Pierre. *Sobre a televisão*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

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

BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Loïc J.D.. *Respuestas: Por uma antropologia reflexiva*. México: Editorial Grijalbo, 1995.

BOURRIAUD, Nicolas. *Radicante – por uma estética da globalização*. São Paulo: Martins Fontes, 2011.

BOURRIAUD, Nicolas. *Pós-produção: como a arte reprograma o mundo contemporâneo*. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BOURRIAUD, Nicolas. *Estética relacional*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2008.

BUCHER, Rue; STRAUSS, Anselm. Profession in process. *American Journal of Sociology*, v. 66, n. 4, p. 325-334, 1961.

BULHÕES, Maria Amélia. Considerações sobre o sistema das artes plásticas. *Porto Arte: Revista de Artes Visuais*, Porto Alegre, v. 2, n. 3, p. 26-34, maio 1991.

BULHÕES, Maria Amélia. O sistema da arte mais além de sua simples prática. In: BULHÕES, Maria Amélia (Org.). *As novas regras do jogo: o sistema da arte no Brasil*. Porto Alegre: Zouk, 2014.

BURKE, Peter. *Variedades de história cultural*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

CALDAS, Felipe Bernardes. O campo enquanto mercado: Um estudo sobre o cenário mercadológico de Porto Alegre (1990-2012). Dissertação (Programa de Pós-Graduação do Instituto de Artes) – Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2013.

CARVALHO, Carlos Alberto de; LAGE, Leandro. Mídiação e reflexividade das mediações jornalísticas. In: JANOTTI JUNIOR, Jader; MATTOS, Maria Ângela; JACKS, Nilda. *Mediação & mídiatização*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2012.

CAUNE, Jean. *Cultura e comunicação: convergências teóricas e lugares de mediação*. São Paulo: UNESP, 2014.

CAUQUELIN, Anne. *Arte contemporânea: uma introdução*. São Paulo: Martins, 2005.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Cem anos de assessoria de imprensa. In: DUARTE, Jorge (Org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas, 2011.

CHAPARRO, Manuel Carlos. Marketing, jornalismo e sociedade: um acordo possível. In: LOPES, Boanerges (Org.). *Comunicação empresarial: transformações e tendências*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

CHARADEAU, Patrick. *Discurso político*. São Paulo: Contexto, 2008.

CHARAUDEAU, Patrick. *Discurso das mídias*. São Paulo: Contexto, 2006.

CHAUÍ, Marilena. *Convite à Filosofia*. São Paulo: Ática, 2000.

CORNU, Daniel. *Jornalismo e Verdade: Para uma ética da informação*. Lisboa: Instituto Piaget, 1994.

CURRAN, James. Reinterpretação dos papéis democráticos da mídia. *Brazilian Journalism Research*, vol. 2, n.2, p. 28-53. 2014. Disponível em: <https://bjr.sbpjor.org.br/bjr/article/view/738/573>. Acesso em 20.05.16.

DELGADO, Lucília de Almeida Neves. História oral e narrativa: tempo, memória e identidades. *História Oral*, v. 6, p. 9-25, 2003. Disponível em: <http://revista.historiaoral.org.br/index.php?journal=rho&page=article&op=view&path%5B%5D=62&path%5B%5D=54#> . Acesso em: 29.04.15.

DUARTE, Jorge (Org.). *Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia: teoria e técnica*. São Paulo: Atlas, 2011.

DUARTE, Jorge; DUARTE, Marcia Y. M. Papel e atuação de jornalistas e relações-públicas em uma organização, segundo jornalistas. In: LOPES, Boanerges (Org.). *Comunicação empresarial: transformações e tendências*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2010.

DUARTE, Jorge; MONTEIRO, Graça F. Sobre astros e galáxias. In: LOPES, Boanerges; VIEIRA, Roberto Fonseca (Org.). *Jornalismo e relações públicas: ação e reação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2004.

FERREIRA, Marieta de Moraes (Coord.). *Entre-vistas: abordagens e usos da história oral*. Rio de Janeiro: FGV, 1994.

FIDALGO, Joaquim. *O jornalista em construção*. Porto: Porto, 2008.

FIGARO, Roseli (Org.). *As mudanças no mundo do trabalho do jornalista*. São Paulo: Atlas, 2013.

FORDE, Eamonn. From polyglotism to branding: on the decline of personality journalism in the British music press. *Journalism*, v. 2, n. 1, p. 23-43, 2001.



FOUCAULT, Michel. *Arqueologia do saber*. Petrópolis: Vozes, 1972.

FRANCISCATO, Carlos Eduardo. *A fabricação do presente: como o jornalismo reformulou a experiência nas sociedades ocidentais*. São Cristóvão: UFS, 2005.

GADINI, Sérgio Luiz. *Interesses cruzados: a produção da cultura no jornalismo brasileiro*. São Paulo: Paulus, 2009.

GEERTZ, Clifford. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: LTC, 2012.

GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GIDDENS, Anthony. A vida em uma sociedade pós-tradicional. In: BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: UNESP, 1997.

GIDDENS, Anthony. *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 2002.

GOLIN, Cida; CARDOSO, Everton. Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: mediação e visibilidade. In: BOLAÑO, César; GOLIN, Cida; BRITTOS, Valério (Org.). *Economia da arte e da cultura*. São Paulo: Itaú Cultural; São Leopoldo: Cepos/Unisinos; Porto Alegre: PPGCOM/UFRGS; São Cristóvão: Obscom, 2010.

GOLIN, Cida et al. Jornalismo cultural: pesquisa internacional sobre artigos registrados em bases de dados. *Lumina: Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação Universidade Federal de Juiz de Fora*, Juiz de Fora, v. 8, n. 2, p. 1-20, dez. 2014.

GOMES, Wilson. *Jornalismo, fatos e interesses: ensaio de teoria do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2009.

HADDAD, Galit. Ethos prévio e ethos discursivo: o exemplo de Romain Rolland. In: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2008.

HASNAT, Mohammad O. *Credibilidade das redes sociais online: aos olhos dos jornalistas profissionais finlandeses*. *Revista Comunicação e Sociedade*, vol. 25, 2014, pp. 202 – 219. Braga, Portugal.

HARRIES, Gemma; WAHL-JORGENSEN, Karin. The culture of arts journalists: elitists, saviors or manic depressives? *Journalism*, v. 8, n. 6, p. 619-639, Dec. 2007.

HELLMAN, Heikki; JAAKKOLA, Maarit. From aesthetes to reporters: the paradigm shift in arts journalism in Finland. *Journalism*, v. 13, n. 6, p. 783-801, Aug. 2012.

HYMES, D. H. Functions of Speech. In Hymes, D.H. , *Languages in Education*. Washington D.C., 1980.

KUNCZIK, Michael. *Conceitos de jornalismo: Norte e Sul*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1997.

LAGO, Claudia. *O romantismo morreu? Viva o romantismo. Ethos romântico no jornalismo*. 2002. Tese (Doutorado em Comunicação) – Escola de Artes e Comunicação da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2002.

LASH, Scott. A reflexividade e seus duplos: estrutura, estética, comunidade. In: BECK, Ulrich; GIDDENS, Anthony; LASH, Scott. *Modernização reflexiva: política, tradição e estética na ordem social moderna*. São Paulo: UNESP, 1997.

LE GOFF, Jacques. *História e Memória*. Campinas: Unicamp, 2003.

LISBOA, Silvia Saraiva de Macedo. *Jornalismo e a credibilidade percebida pelo leitor: independência, imparcialidade, honestidade, objetividade e coerência*. Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação), Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2012.

LOPES, Boanerges; VIEIRA, Roberto Fonseca (Org.). *Jornalismo e relações públicas: ação e reação*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2004.

LOPES, Fernanda Lima. O papel da retórica na construção da identidade jornalística. *Comunicação & Sociedade*. São Paulo. Ano 33, n. 56, p. 265-285, jul./dez. 2011

LOPES, Maria Immacolata Vassallo. Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latino-americanos de comunicação. São Paulo: Matrizes, v.8, n. 1, p. 65-80, 2014.

LUHMANN, Niklas. *Trust and Power*. Chichester: Wiley, 1979.

MACIEL, Suely. História oral e as fronteiras com o jornalismo: a possibilidade metodológica e a proposta de um novo fazer. *Revista PJ:Br Jornalismo Brasileiro*, São Paulo, ano 5, n. 8, 2007. Disponível em: [http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos8\\_b.htm](http://www2.eca.usp.br/pjbr/arquivos/artigos8_b.htm) . Acesso em: 29 abr. 2015.

MAFFESOLI, Michel (1998). *O tempo das tribos*. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.

MAINGUENEAU, Dominique. A propósito do ethos. In: MOTTA, Ana Raquel; SALGADO, Luciana (Org.). *Ethos discursivo*. São Paulo: Contexto, 2014.

MAINGUENEAU, Dominique. *Cenas da Enunciação*; organização Sírio Possenti, Maria Cecília Pérez de Souza-e-Silva. São Paulo: Parábola Editorial, 2008a.

MAINGUENEAU, Dominique. Ethos, cenografia, incorporação. In: AMOSSY, Ruth (org.). *Imagens de si no discurso: a construção do ethos*. São Paulo: Contexto, 2008b.

MAINGUENEAU, Dominique. *Gênese dos discursos*. Curitiba: Criar, 2007.

MAINGUENEAU, Dominique. *Termos-chave da análise do discurso*. Belo Horizonte: UFMG, 1998.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. Barcelona: Gustavo Gili, 1987.

MARTÍN-BARBERO, Jesús; MUÑOZ, Sonia (ccords). *Televisión y melodrama. Géneros y lecturas de la telenovela em Colombia*. Bogotá: Tercer Mundo, 1992.

MARTINS, Carlos Benedito. Notas sobre a noção prática em Pierre Bourdieu. São Paulo: Revista Novos Estudos, CEBRAP, n. 62, março 2002, p. 163-181.

MARTINUZZO, José Antonio. *Seis questões fundamentais da assessoria de imprensa estratégica em rede*. Rio de Janeiro: Mauad X, 2013.

MEIHY, José Carlos Sebe B.; HOLANDA, Fabíola. *História oral: como fazer, como pensar*. São Paulo: Contexto, 2007.

MELICAN, D. & DIXON, T.(2008) 'News on the Net : Credibility, Selective Exposure, and Racial Prejudice', *Communication Research* 35: 151

MEYER, H., Marchionni, D. & Thorson, E. 'The Journalist Behind the News: Credibility of Straight, Collaborative Opinionated, and Blogged "News"', *American Behavioral Scientist* 54(2): 100-119, 2010.

MICK, Jacques; LIMA, Samuel. *Perfil do jornalista brasileiro: características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012*. Florianópolis: Insular, 2013.

MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. *Tempo Social: Revista de Sociologia da USP*, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 197-208, maio 1999.

MILLET, Catherine. *A arte contemporânea*. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

MOITA LOPES, Luz Paulo da (Org.). *Discursos de identidades: discurso como espaço de construção de gênero, sexualidade, raça, idade e profissão na escola e na família*. Campinas: Mercado de Letras, 2003.

MORAES, Angélica de. *Angélica de Moraes: depoimento*. Entrevistador: Luciano Alfonso. São Paulo, 2014. 1 arquivo mp3.

MOULIN, Raymonde. *O mercado de arte: mundialização e novas tecnologias*. Porto Alegre: Zouk, 2007.

MUSSE, Christina. *Telejornalismo e Memória: narrando a cidade pelas histórias de vida*. Vol. 10, n. 18. São Paulo: Revista Latinoamericana de Ciências de la Comunicación (ALAIIC). 2013.

NEVEU, Erik. As notícias sem jornalistas: uma ameaça real ou uma história de terror? *Brazilian Journalism Research*, Brasília, v. 6, n. 1, p. 29-57, 2010.

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

ORLANDI, Eni P. *Análise de discurso: princípios e procedimentos*. Campinas: Pontes, 2007.

ORLANDI, Eni P. *Interpretação: autoria, leitura e efeito do trabalho simbólico*. Petrópolis: Vozes, 1998.

PATTERSON, Thomas E. The News Media: An Effective Political Actor? *Political Communication*, vol. 14. 1997.

PÊCHEUX, Michel. *O discurso: estrutura ou acontecimento*. Campinas: Pontes, 2008.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Campinas: Unicamp, 1988.

PEREIRA, Fábio. *Da responsabilidade social ao jornalismo de mercado: o jornalismo como profissão*. [S.l.: s.n.], 2004. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/esp/autor.php?codautor=715>. Acesso em: 22.03.15.

PEREIRA, Fábio. *Jornalistas-intelectuais no Brasil*. São Paulo: Summus, 2011.

PERELMAN, Chaim. *Retóricas*. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

QUEMIN, Alan. *O valor da obra de arte*. São Paulo: Metalivros, 2014.

RAMONET, Ignacio. *A explosão de jornalismo: das mídias de massa a massa de mídias*. São Paulo: Publisher Brasil, 2012.

RODRIGUES, Adriano Duarte. O acontecimento. In: TRAQUINA, Nelson (org.). *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Vega, 1999.

RODRIGUES, Adriano Duarte. Delimitação, natureza e funções do discurso midiático. In: MOUILLAUD, Maurice; PORTO, Sergio (org.). *O jornal da forma ao sentido*. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2012.

RUELLAN, Denis. Corte e costura do jornalismo. *Líbero*, São Paulo, ano 9, v. 18, p. 31-40, dez. 2006.

RUELLAN, Denis. Grupo profissional e mercado de trabalho do jornalismo. *Comunicação e Sociedade*, São Bernardo do Campo, v. 5, p. 11-24, 2004.

SANT’ANNA, Francisco. *Mídia das fontes: um novo ator no cenário jornalístico brasileiro*. Brasília: Senado Federal, Subsecretaria de Edições Técnicas, 2009.

SARTOR, Basílio Alberto. *Jornalismo e Comunicação Organizacional em Diálogo: Imagens-conceito da assessoria de imprensa e interações entre fontes, assessores e*

jornalistas. Dissertação (Programa de Pós-graduação em Comunicação e Informação). Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2011.

SERRA, Joaquim. A transmissão da informação e os novos mediadores. In: FIDALGO, Antônio; SERRA, Joaquim (Org.). *Informação e comunicação online*. Covilhã: Universidade da Beira Interior, 2003. (Jornalismo Online, v. 1).

SILVEIRA, José Ricardo. *O jornalista na comunicação das organizações: cultura profissional e autopercepção*. 2010. 319 f. Tese (Doutorado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação na Universidade de Brasília, Brasília, 2010.

SILVEIRA, José Ricardo; GÓIS, Veruska Sayonara. Estatuto público do jornalista: reflexões a partir do código deontológico. In: ADGHIRNI, Zélia Leal; MOURA, Dione Oliveira; PEREIRA, Fábio Henrique (Org.). *Mudanças e permanências do jornalismo*. Florianópolis: Insular, 2015.

SIMMEL, Georg. *The Philosophy of Money*. Londres: Routledge, 1978.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo: a tribo jornalística, uma comunidade interpretativa transnacional*. V. 2. Florianópolis: Insular, 2013.

TRAQUINA, Nelson. *Jornalismo*. Lisboa: Quimera, 2007.

TRAQUINA, Nelson. *Teorias do jornalismo*. Porque as notícias são como são. v. 1. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson (org.) *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. Lisboa: Veja, 1993.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. A entrevista no jornalismo e na antropologia: pesquisando jornalistas. In: MAROCCO, Beatriz (Org.). *Entrevista: na prática jornalística e na pesquisa*. Porto Alegre: Libretos, 2012.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O livro no jornal: os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90*. Cotia: Ateliê Editorial, 2001.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. *O mundo dos jornalistas*. São Paulo: Summus Editorial, 1993.

TUCHMAN, Gaye. *La producción de la noticia: estudio sobre construcción de la realidad*. México: Gustavo Gili, 1983.

VILELA, Rosário Sanchez. *Técnica, método e teoria: a entrevista em profundidade na investigação da recepção*. In: JACKS, Nilda; PIEDRAS, Elisa; VILELA, Rosário Sanchez (orgs.). *O que sabemos sobre audiências?* Estudos latino-americanos. Porto Alegre: Armazém Digital, 2006, p. 44-59.

WACQUANT, Loïc. *Mapear o campo artístico*. Sociologia, Problemas e Práticas, Lisboa, n. 48, p. 117-123, 2005.

WATHEN, N. & BURKELL, J. (2002) 'Believe it or not: factors influencing credibility on the web', *Journal of the American Society For Information Science and Technology* 53(3): 134-144.

ZELIZER, Barbie. *Journalists as Interpretive Community*, *Critical. Studies in Mass Communication*, vol. 10, 1993.

## **APÊNDICE**



Exemplo de roteiro semiestruturado para entrevista

Contexto Geral	Biografia	Questões
<b>1969</b> Reg. Prof.	Nasceu em qual ano?	- Nasc., local, ano, filiação
<b>1979</b> Reg. Prof.		- Formação escolar e de competência na área específica.
<b>1980</b> (SP) Comissão Assessoria de Imprensa		- Como surge o jornalismo na vida dele
<b>1983/84</b>		Profissional e seus lugares: repórter Brasil e revistas internacionais, especialista em curadoria e crítica.
-		Fale de cada atividade, como surgem na vida profissional, a dimensão de cada uma neste contexto, imbricamento.
Redemocratização/Diretas Já		Alterações mais relevantes nas questões profissionais.
- Novas relações de forças sociais		- A vida profissional e as rotinas, multitarefa
- Geração 80		- Jornalismo hoje é diferente? Como definiria a profissão de jornalista?
<b>1986</b>		- Quais valores do campo profissional você acredita?
- Expansão mercado de jornais e assessorias		- Qual o entendimento do que seria isso?
- Assoc. Nac. Empresas de Ass. De Imprensa		- Quais os maiores entraves no exercício da profissão? E na área cultural?
<b>1987</b>		- Qual teu pensamento sobre o discurso da arte contemporânea?
- Código de ética dos Jornalistas Brasileiros		- Falar de jornalista de veículo e assessores. Vê conexões simbólicas?
<b>1990</b>		
- Internet incorporada à sociedade		
<b>1991</b>		
- Lei Rouanet		
<b>1992</b>		
- Renúncia Collor		
<b>1997</b>		
- Domínios na www de art.br e esp.br (antes só .com.br, .org.br e .gov.br)		
<b>2000</b>	Entra na USP no Jornalismo em 2003	
- Lógica mercadológica		
- 51% das comunicações pela internet		
<b>2007</b>	Formado em jornalismo na USP 2007	
- Código de Ética vigente	2007 Começa trabalhar na FSP como repórter de artes visuais e arquitetura	
	2010/2012 – Mestrando em Museologia, Colecionismo e Curadoria na PUC SP	

? Mestrando da Fac. Arquitetura e Urbanismo da USP?	- Entendimento de demarcações, diferenciações entre jornalista de veículo e de assessoria?
? História da Arte em Gênova?	- Existem perfis diferenciados?  - Relações com a ética profissional (entendimento de valores, crenças e normas do campo) e as relativizações.  - Assessoria de imprensa no cotidiano da produção jornalística.  - Critérios jornalístico para emplacar uma pauta.  - Futuro do jornalismo e da assessoria.

Link para a íntegra das 11 entrevistas do *corpus*:

<https://1drv.ms/f/s!AmnQ27Ii-7i0yTfu5qZLcMYhwhoh>