

Revista Mídia e Cotidiano
Artigo Seção Livre
Número 7, Nov. 2015
Submetido em: 22/09/2015
Aprovado em: 26/10/2015
© 2015 by UFF

**JORNALISMO CULTURAL:
perspectivas sobre mediação e *ethos* profissional a partir de entrevistas com
jornalistas**

**CULTURAL JOURNALISM:
*perspectives on mediation and professional ethos based on interviews with journalists***

Luciano ALFONSO¹; Cida GOLIN²

Resumo: A proposta traz recorte inicial de tese de doutorado em andamento que problematiza a percepção de jornalistas de veículos e jornalistas-assessores atuantes no campo das artes visuais sobre processos de mediação e *ethos* profissional. Acreditamos que os dois subgrupos evidenciados vivem transformações nas práticas relacionais e nas rotinas de trabalho, acarretando consequências pouco estudadas no jornalismo cultural. Empreendemos uma entrevista-piloto exploratória com a jornalista Angélica de Moraes para dimensionar o funcionamento do trabalho mais amplo da tese. Mudanças estruturais no campo do jornalismo; busca de visibilidade midiática; disputas e alianças entre jornalistas e jornalistas-assessores; e flexibilização da postura profissional diante do contexto contemporâneo são algumas questões evidenciadas.

Palavras-chave: Jornalismo, Jornalismo Cultural, Mediação, *Ethos*, Entrevista.

Abstract: *The article brings initial clipping of a thesis in progress, which aims to discuss the perception of journalists and press officers working in the field of visual arts on mediation and professional ethos nowadays. We believe that two evidenced subgroups have been through transformations in relational practices and working routines, resulting in consequences little studied in cultural journalism. We undertook a pilot interview to scale the operation of the broader work of the thesis with Angélica de Moraes, journalist. Structural changes in the field of journalism; search of media visibility; disputes and alliances between journalists and press officers; and flexibility of professional attitude towards the contemporary context are some highlighted issues.*

Keywords: *Journalism, Cultural Journalism, Mediation, Ethos, Interview.*

¹ Doutorando no Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (PPGCOM-UFRGS). É jornalista na Fundação Piratini - Rádio e Televisão. luciano.alfonso@gmail.com.

² Doutora e professora associada no curso de Jornalismo e no curso de Museologia da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS) e professora permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Informação (PPGCOM-FABICO-UFRGS). golin.costa@ufrgs.br.

Introdução

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 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.

No campo artístico, o processo de divulgação de uma obra de arte é mecanismo obrigatório para sua própria existência, a ponto de o processo de criação e produção prever estratégias de condução do pensamento do artista até o público, momento em que o produto cultural se transfere de mãos. Várias instituições (escolas, universidades, museus, galerias) asseguram a legitimidade do gesto artístico; nesse processo, a mediação jornalística constitui uma das mais cobiçadas instâncias para garantir a visibilidade das ofertas, criar a necessidade desses objetos e sustentar a palavra dos jornalistas especializados e críticos – agentes que afiançam a consagração ou a descoberta dos novos.

Considerando as alterações estruturais sofridas nos últimos anos no campo jornalístico e o imperativo da visibilidade em uma sociedade cada vez mais midiaticizada, buscamos, no âmbito de um projeto de tese em construção, problematizar testemunhos de dez jornalistas e de jornalistas-assessores de imprensa que atuam no segmento das artes visuais no Brasil, refletindo sobre suas percepções das rotinas produtivas e de mediação jornalística com o leitor, a construção da notícia e a existência de valores hegemônicos ou não, que conformam o *ethos* profissional destes mediadores. Neste artigo, ensaiamos a reflexão sobre uma entrevista-piloto com uma das jornalistas elencadas na tese, sondando, de forma exploratória, a construção do papel de mediador e de intermediário a partir de aspectos gerais como a formação profissional (formação de competência, repertório e gosto), rede de sociabilidades, relações com fontes e leitores, além das disputas entre os segmentos específicos (jornalistas de veículos e jornalistas-assessores) em um contexto marcado pela concorrência econômica, por novos modelos de negócios e pela flexibilização de posturas profissionais.

Perspectiva teórica

Em linhas gerais, nosso posicionamento teórico vincula-se à perspectiva construcionista, que 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 e que implicam em determinados enquadramentos narrativos dos acontecimentos. Desde que o jornalismo, a partir do século XIX, consolidou-se como instituição informativa e foro de opinião, seu discurso ganhou um lugar privilegiado como forma de conhecimento (MEDITSCH, 2004). Amparado em um contrato comunicativo (CHARAUDEAU, 2006, p. 87-90), o jornalismo detém um capital simbólico que lhe é bastante caro: a credibilidade.

Na medida em que é da natureza do jornalismo fazer crer (BERGER, 2003), seu capital simbólico assenta-se tanto na busca e manutenção da credibilidade como na produção de efeitos de verdade por meio de argumentos de autoridade, testemunhas e provas. Quando dedicado aos temas culturais, o jornalismo coloca-se como uma autoridade intermediária de divulgação e orientação. Leenhardt (2000, p. 22), ao evocar o texto crítico, lembra que este nunca deixou “de se colocar na posição de mediação, tornada necessária em razão de uma arte cujos códigos estão constantemente em ruptura com relação ao estado atual do gosto, isto é, às capacidades espontâneas de compreensão existentes normalmente nos públicos”.

Geralmente assentada em valores intrínsecos ao sistema cultural, tais como o cânone, a tradição e o mercado, 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, pp. 184-203). Sua perspectiva reduzida, na tensão permanente entre a velocidade da produção jornalística e o movimento da realidade a que se refere (GOMIS, 1991, pp. 27-40; FRANCISCATO, 2005, p. 134), 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. Funciona como sistema perito (HALL, 1999, p. 226; MIGUEL, 1999, p. 199), promovendo supostos consensos e valores sobre uma realidade construída a partir do estabelecimento daquilo que há de “mais importante” para se saber no mundo.

Em busca dos eixos teóricos para iluminar e construir nosso objeto empírico, retomamos também alguns elementos da análise do processo de criação, circulação e consagração dos bens simbólicos, desenvolvida por Pierre Bourdieu (2004; 2007). Ao abrir uma perspectiva crítica sobre os campos de produção artística, entendidos como universos de crença – campos que funcionam à medida que conseguem também criar produtos e a necessidade desses produtos –, o autor apresenta a produção cultural como o resultado de um amplo jogo e empreendimento social. Esse processo implica uma lógica de luta, de disputa pela hegemonia da consagração. No caso da cultura, tal estratégia favorece a distinção, funcionando como instrumento de clivagem entre sujeitos ou grupos.

Consideramos o jornalismo um agente significativo nesta disputa. Citamos aqui, como perspectiva importante para essa discussão, a leitura de Neveu (2006, p. 63) – que pensa o jornalismo a partir do conceito bourdieusiano de campo –, articulada aos conceitos relacionais de *habitus*, capital e crença, 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”.

Mediação e *ethos* profissional no campo jornalístico

Diante da polissemia conceitual da mediação,

A mediação compreende uma vasta gama de intersecções entre cultura, política e comunicação e equaciona as diferentes apropriações. Recodificações e ressignificações que ocorrem na produção e recepção dos produtos comunicacionais. (BASTOS, 2012, p. 64)

situamos a mediação jornalística como a circulação, trânsito e negociação entre campos distintos a partir de diferentes tipos de intermediação e agenciamentos. No caso do jornalismo, há valores caros que legitimam o processo: o reconhecimento pelos pares e

o reconhecimento pela maioria. Com a credibilidade como seu mais importante capital, o jornalismo detém privilegiadamente o capital simbólico, constituindo-se em prática autorizada a narrar a realidade (BERGER, 2003).

Para além do jornalismo, os processos de mediação contemporâneos são marcados pelas implicações da midiática e esta repercute na própria lógica midiática, assim correspondendo

[...] a amplos processos de negociação de sentidos culturais, políticos, econômicos e sociais, levados adiante não somente por atores sociais diversos nas negociações entre si e entre aqueles sistemas, mas também marcados fortemente pela presença de dispositivos midiáticos, também eles negociadores de sentido. (CARVALHO e LAGE, 2012, p. 247)

Nas práticas jornalísticas atuais, os autores ressaltam que há um “certo embaralhamento de papéis no que diz respeito aos atores envolvidos no processo de produção noticiosa”, o que modifica a própria prática jornalística enquanto mediação social e a articulação neste ambiente. Ou seja, as mediações em ambientes de midiática 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 midiática 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 conseqüente ampliação das temáticas que são objeto das negociações de sentido. (CARVALHO e LAGE, 2012, p. 259)

Ao tratarmos aqui tanto de profissionais de veículos tradicionais como assessores de imprensa, temos a compreensão de que ambos são jornalistas e executam trabalho jornalístico³. Embora, quase sempre, em mundos institucionais distintos, são colegas de profissão e na formação acadêmica passam pelo mesmo entendimento da ideologia profissional. O que entra em evidência na atuação destes dois subgrupos são interesses da mídia e organizacionais, numa disputa de visibilidade e de uma *boa* notícia, onde se estabelece uma relação envolvendo negociações e conveniências. Nessa dinâmica de

³ Trabalho de Mick e Lima (2013, p. 64) revela que “no segmento fora da mídia, 68,3% dos jornalistas são contratados como assessores de imprensa ou comunicação”.

jornalistas de redação e jornalistas-assessores, são determinantes hoje o pensamento e a postura das organizações das empresas de mídia. Necessário também se faz enfatizar como tais formas de atuação têm se mostrado refletidas diretamente nas rotinas produtivas da notícia. No caso do jornalismo cultural e das artes visuais, este exercício torna-se complexo ao compreendermos a própria dinâmica temporal desta especialização e as características reflexiva e formadora do leitor nela embutidas.

Quando jornalistas e jornalistas-assessores de imprensa são o foco da atenção é porque queremos entender, também, a construção de uma imagem de si, já que como diz Amossy (2005, p. 9) “todo ato de tomar a palavra implica a construção de uma imagem de si” ou, ainda, que “seu estilo, suas competências linguísticas e enciclopédicas, suas crenças implícitas são suficientes para construir uma representação da sua pessoa”.

Seguindo a perspectiva de que “a eficácia da palavra não é nem puramente exterior (institucional) nem puramente interna (linguageira)” (AMOSSY, 2005, p. 136), podemos concordar com Pompeo Grando (2012, p.55) ao destacar que o jornalismo é detentor de um *ethos* sociológico relacionado tanto à identidade do jornalista como à condição de uma identidade coletiva; e um *ethos* discursivo – a imagem de si que o orador constrói discursivamente através da utilização de recursos linguísticos, discursivos e retóricos –, ambos articulados para a construção de uma imagem institucional. Estes dois eixos nos interessam na busca de percepções sobre uma imagem de si, ou uma autoimagem, entre estes dois subgrupos em estudo e outras correlações possíveis. Trata-se de uma discussão pertinente porque, entre outros aspectos, internamente há no campo jornalístico posicionamentos muito distintos que enfatizam discussões de pertencimento, postura e atuação de jornalistas de veículos e jornalistas-assessores. Podemos também captar olhares e discussões em torno da coleta e apresentação da informação jornalística envolvendo estes subgrupos, assim como a autoria; processos de seleção e eliminação; e questões ideológicas, inseparáveis em processo de mediação.

Entrevistas como epicentro da pesquisa

Cientes, então, de que um dos agentes sociais do construto social é o jornalista, teoricamente, acreditamos que o interacionismo simbólico nos oferece uma abordagem sociológica útil, pois as interações do indivíduo são vistas de maneira mediada, através do uso de símbolos e significados construídos socialmente. Esta aproximação auxilia na elaboração de um quadro representativo de possíveis mudanças que atingem o processo de mediação e os aspectos identitários envolvendo os subgrupos de profissionais em estudo. A partir do interacionismo simbólico, o jornalismo é visto como produtor de um conhecimento particular sobre os fatos do mundo, mas também como lugar de reprodução dos conhecimentos gerados por outras instituições sociais, conectando uma multiplicidade de vozes, sentidos e códigos diferenciados.

Metodologicamente, identificamos a história oral temática como um tratamento adequado, pois tem como ponto de partida central a utilização da entrevista, recurso fundamental também para o jornalismo, tanto prática como conceitualmente. Assim, enfatizamos a entrevista na história oral 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 e privilegiado das análises; formular as entrevistas como epicentro da pesquisa. 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).

No campo do jornalismo especializado em cultura no Brasil, são raros os diagnósticos que buscam compreender o perfil profissional e as rotinas produtivas. As abordagens recentes, quando existentes, estão correlacionadas ao jornalismo amplo. No entanto, é certo que o uso de entrevistas com grupo profissionais, como metodologia de pesquisa, está em expansão tanto no Exterior como no Brasil. Em nível nacional, temos destacados trabalhos acadêmicos que buscam estabelecer um mapeamento profissional, compreender sua importância como método; ou ainda, identificar quais as perspectivas

da entrevista no jornalismo impresso. São pesquisadores que produziram teses, dissertações ou artigos a partir dos depoimentos de jornalistas como objeto para seus estudos. Nossa proposta dialoga com trabalhos acadêmicos que fizeram uso da entrevista como procedimento metodológico, entre os quais citamos, no caso brasileiro, Travancas (1993, 2001), Abreu (2003), Mühlhaus (2007), Pereira (2011), Adghirni (2013), e no exterior Harries e Wahl-Jorgensen (2007), Hellman e Jaakkola (2011) e ainda Spano (2004, 2006). No entanto, a maioria deles foi trabalhada a partir de enquadramentos profissionais ou olhares genéricos sobre jornalistas, ou específicos como editores, intelectuais e escritores.

Em nível internacional, temos trabalhos desenvolvidos, no âmbito do jornalismo cultural, como o de Harries e Wahl-Jorgensen (2007), da Universidade de Cardiff. Eles examinam a autoimagem que jornalistas especializados em arte, crítica de teatro, música clássica, ópera e dança têm de si mesmos em relação aos outros jornalistas por meio de entrevistas com vinte destes profissionais no Reino Unido. Já Hellman e Jaakkola (2011) analisam três décadas das páginas de artes do maior jornal finlandês, *Helsingin Sanomat*, trabalham com documentos de planejamento estratégico da administração do jornal e utilizam entrevistas temáticas e observação de quinze jornalistas culturais. Spano (2004, 2006) pesquisou, a partir da Universidade de Lyon, práticas da comunicação e o jornalismo cultural. Um dos trabalhos tem foco nas denominadas revistas de marca de grandes empresas, onde questões de identidade, reputação e imagem de uma marca são estudadas, além dos aspectos pertinentes ao conteúdo editorial destas publicações.

Percepções a partir da entrevista-piloto exploratória

A perspectiva da história oral temática e o uso da Análise de Discurso nos dão a possibilidade de uma ordenação, sistematização e uma análise crítica dos sentidos produzidos pelas evidências orais, a partir dos depoimentos. A intenção principal do trabalho, ao recorrer aos depoimentos dos profissionais, é buscar entender como percebem a si mesmos e aos outros na mediação e especialização do jornalismo cultural,

mas também se tais subgrupos veem-se ou remetem-se a um pertencimento de um *ethos* jornalístico.

Aqui, trazemos trechos de um ensaio-piloto que apontam como deveremos conduzir as entrevistas. Angélica de Moraes foi convidada para um ensaio exploratório, a partir de um roteiro de perguntas, objetivando dimensionar o funcionamento do trabalho mais amplo. Propusemos discussões sobre o entendimento do que é ser jornalista, a partir das posições que exerce dentro do espaço profissional. Questionamos sobre valores, crenças e normas que associa ao campo profissional e as mudanças que entende estar ocorrendo. E, ainda, buscamos saber como percebe o funcionamento de determinados vínculos entre os agentes do campo jornalístico, visando a integração de rede de estratégias e de disputas.

Jornalista, crítica de artes visuais e curadora independente Angélica de Moraes integra o *corpus* da tese. Gaúcha, radicada em São Paulo desde 1986, trabalha atualmente como *freelancer* e tem longa trajetória por veículos como as revistas *Afinal*, *Veja*, *Bravo*; o caderno *Mais!* do jornal *Folha de São Paulo* e o *Caderno 2* do jornal *O Estado de S. Paulo*.

Trazemos indícios, apontados pela entrevistada, sobre a formação profissional que confirmam a necessidade da competência da especialização para a mediação, por exemplo, do discurso da arte. No caso de Moraes, tal *expertise* tem como característica o acúmulo ao longo da trajetória profissional das funções de crítica e curadora nas artes visuais. Entendido como um espaço tradutor e legitimador das experiências artísticas, estéticas e intelectuais, o jornalismo cultural é reafirmado através da entrevistada como um lugar crítico da mediação, definido pela *práxis*, pelo esforço pessoal, pela rotina de construção de uma reputação: “graças a isso, eu acho que deu para encarar essa questão da crítica de arte de uma maneira autodidata, porque quando comecei a fazer crítica de arte é que me inventei crítica de arte” (MORAES, 2014).

O depoimento nos aponta a relevância de uma formação sólida no campo jornalístico, construída por especificidades da história pessoal, seja pelo contato com leituras clássicas e fundadoras no âmbito da família, seja pela ação do ensino formal. Em contraponto, há uma ênfase discursiva da jornalista no autodidatismo conferido pela

experiência prática, obtida na passagem por diversas editorias ou no que podemos perceber com um *habitus* profissional, antes do reconhecimento público.

O reconhecimento obtido na área fez Moraes transitar em diferentes posições – reportagem, crítica e curadoria –, experimentando diferentes perspectivas de julgamento e de seleção na projeção pública de discursos sobre artes visuais:

[...] acho que o curador tem que entender a sua função. E o jornalista, que também é curador, no meu caso, tem que ficar muito mais atento a isso, porque ele sabe os dois lados da coisa [...]. No momento de escrever uma crítica a respeito de uma curadoria, eu tenho que me colocar do lado do leitor, não tem nada que ver se eu conheço ou deixo de conhecer o curador ou se poderá ser rentável para mim elogiar, porque aí ganha convite para XYZ. Não dá. Não há condição. Há quem diga ‘é muito difícil’. (MORAES, 2014)

O crítico tem que criticar a curadoria, o crítico tem que analisar se o curador conseguiu atingir os objetivos que ele pretendia com o discurso dele ou não. E também tem que se entender se esse discurso foi posição e se ele está adequado ou não ao universo dos artistas que ele escolheu. (MORAES, 2014)

O jornalista cultural tem que pensar em conteúdo, tem que pensar o que aquele fato cultural está propondo. No caso de uma exposição de arte, afinal, qual é a ideia?; ou de uma obra de arte, o que o cara está querendo propor, quais são os conteúdos filosóficos, existencialistas que estão envolvidos nisso? [...] O que interessa ao jornalista que lida com artes visuais, com cinema? Interessa a poética da obra. (MORAES, 2014)

Pelo mesmo percurso de construção de si e de uma autoimagem, a jornalista reafirma um discurso muito próximo daquele que o mundo social elabora como imagem identitária do jornalismo e do jornalista enquanto uma entidade abstrata. A fala está marcada pelo *ethos* ou por uma identidade profissional que define como é ser jornalista e como operar na profissão, ou seja, uma série de valores ideais decorrentes de cenários culturais e históricos específicos. Comprometida com princípios como a credibilidade e a confiabilidade depositadas pelo leitor no profissional jornalista, Moraes revela ceticismo em relação às novas práticas e rotinas introduzidas no jornalismo pelas empresas nas últimas décadas. Questões que podem ser traduzidas a partir de fragmentos como “fui formada em jornalismo de repórter...”; “nunca assumi autocensura”; “essa nova geração flexibiliza muito mais a coisa. Parece que tem um jogo de cintura mais maleável. Eu não sei se isso é uma qualidade ou um problema”. Há uma polaridade entre as ideias da construção temporal e sólida da reputação e o ato cotidiano e circunstancial de “negociar”, “flexibilizar”:

Pra mim, a flexibilização é quase nula, eu diria. Agora, eu entendo que exista uma negociação mais viva hoje, no sentido de que todo dia tem que negociar de novo, porque as coisas são muito dinâmicas e as forças de mercado estão cada vez mais invasivas do conteúdo editorial. (MORAES, 2014)

[...] o meu patrimônio e o patrimônio de qualquer jornalista é a sua reputação [...]. Talvez, isso seja geracional, não sei, mas eu prezo muito o fato de não ter rabo preso. (MORAES, 2014)

[...] o veículo quer se beneficiar de uma determinada reputação de independência que você tem [...]. Eu pago um preço altíssimo, porque, evidentemente o jornalismo é uma cachaça e a gente gosta de fazer. (MORAES, 2014)

Angélica de Moraes, quando aborda autonomia e liberdade, está falando de ética, respeito a princípios e finalidades. Já sobre flexibilização, a jornalista traz à tona a discussão existente em torno de uma espécie de alargamento de compreensão da realidade profissional e suas rotinas. No caso deste trabalho, nos referimos a relações como as que surgem hoje de maneira intensa entre jornalistas e jornalistas-assessores, em que os últimos são cada vez mais incorporados ao esquema de mediação e construção das notícias veiculadas pela mídia. Isto pode levar, muitas vezes, a constrangimentos éticos ou destruição de reputações.

Pelo recorte de algumas respostas de Angélica de Moraes é possível perceber o terreno difícil e recheado de antagonismos que compõe o entendimento do *ethos* jornalístico e suas implicações. E, também, as compreensões dos subgrupos de jornalistas e jornalistas-assessores sobre interações entre si, com os veículos, com as instituições que assessoram e mesmo com o público de uma maneira geral.

Considerações finais

Entendemos que a mediação cultural promovida pelo jornalismo é fundamental, mesmo quando em disputa com outras tantas formas de mediação. Legitimado socialmente, o jornalismo é essencial como promotor da intercessão discursiva entre realidade e o público, o fato cultural e a sociedade.

De acordo com a entrevista-piloto exploratória, o discurso de Angélica de Moraes é significativo na tradução do pensamento de um agente envolvido no processo de mediação no jornalismo cultural brasileiro há pelo menos quatro décadas. Um

depoimento revestido de marcas de uma ideologia profissional, mas ao mesmo tempo atento aos processos constantes de mudanças, advindos das disputas profissionais dos diversos agentes envolvidos no processo, das novas lógicas de negócio, dos valores e princípios sedimentados historicamente no campo jornalístico.

Apresentamos neste momento apenas uma entrevista, o que se traduz em tímida investida sobre o tema. Os próximos passos, no entanto, apontam para uma diversidade de opiniões sobre os temas propostos, outras vivências e outras gerações de profissionais com novas perspectivas, formatando uma deontologia profissional contemporânea brasileira a ser investigada. Evidenciamos, no entanto, que a imposição de critérios e rotinas põe em xeque a compreensão do jornalismo como um sistema perito. O discurso de Moraes aponta para a existência de uma ingerência condescendente dos jornalistas-assessores sobre os jornalistas de veículo, incidindo nos critérios de escolha das pautas, fontes e processos de midiatização de um fato. Transparece e se caracteriza um universo de disputas e alianças e uma flexibilização tanto da postura profissional como dos discursos sobre o ato jornalístico de mediar a arte.

Referências

ABREU, A. A. Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática. In: ABREU, A. A., LATTMANN-WELTMAN, F., et KORNIS, M. (Orgs.). **Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção**. Rio de Janeiro, 2003.

ADGHIRNI, Zélia Leal. **O jornalista sênior nas empresas de mídia**. 11º Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo/SBPJor. Artigo. Brasília, 2013.

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, 2005.

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

BERGER, Christa. **Campos em confronto: a terra e o texto**. Porto Alegre: UFRGS, 2003.

BOURDIEU, Pierre. **O Poder Simbólico**. 11 ed. Rio de Janeiro, 2007.

_____. **Coisas Ditas**. 1 reimp. São Paulo, 2004.

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

- CHARAUDEAU, Patrick. **Discurso das Mídias**. São Paulo, 2006.
- FRANCISCATO, Carlos Eduardo. **A fabricação do presente**: como o jornalismo reformulou a experiência nas sociedades ocidentais. São Cristóvão, 2005.
- GOLIN, Cida; CARDOSO, Everton. Jornalismo e a representação do sistema de produção cultural: a mediação e visibilidade. In: BOLAÑO, César, GOLIN, Cida e BRITTOS, Valério (Org.). **Economia da arte e da cultura**. Itaú Cultural. São Paulo, 2010. pp. 184-203.
- GOMIS, Lorenzo. **Teoria del periodismo**. Barcelona, 1991.
- HALL, Stuart et al. A produção social das notícias: O mugging nos media. In: TRAQUINA, Nelson (Org.) **Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"**. 2 ed. Lisboa, 1999. pp. 224-262.
- HARRIES, Gemma; WAHL-JORGENSEN, K. The culture of arts journalists: elitists, saviors or manic depressives? **Journalism**. v. 8, 6 ed., 2007. pp. 619-639.
- HELLMAN, Heikki; JAAKKOLA, Maarit. From aesthetes to reporters: the paradigm shift in arts journalism in Finland. **Journalism (Sagepub)**, v. 13, 6 ed., 2011. pp. 783-801.
- LEENHARDT, Jacques. Crítica de arte e cultura no mundo contemporâneo. In: MARTINS, Maria Helena (Org.). **Rumos da crítica**. Itaú Cultural, São Paulo, 2000. pp.19-28.
- MEDITSCH, Eduardo. O jornalismo é uma forma de conhecimento? In: HOHLFELDT, Antonio; GOBBI, Maria Cristina (Org.). **Teoria da Comunicação - Antologia de Pesquisadores Brasileiros**. Porto Alegre, 2004.
- MEIHY, José Carlos Sebe Bom; HOLANDA, Fábíola. **História oral**: como fazer, como pensar. São Paulo, 2007.
- MICK, Jacques; LIMA, Samuel. **Perfil do jornalista brasileiro** - características demográficas, políticas e do trabalho jornalístico em 2012. Florianópolis, 2013.
- MIGUEL, Luis Felipe. O jornalismo como sistema perito. **Rev. Sociologia**. USP, São Paulo, 1999. pp. 197-208.
- MORAES, Angélica de. **Angélica de Moraes**: depoimento. Entrevistador: Luciano Alfonso. São Paulo: 1 arquivo mp3. 2014.
- MÜHLHAUS, Carla. **Por trás da entrevista**. Rio de Janeiro, 2007.
- MUSSE, Christina. Telejornalismo e Memória: narrando a cidade pelas histórias de vida. **Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación (ALAIIC)**, v. 10, n. 18. São Paulo, 2013.
- NEVEU, Érik. **Sociologia do jornalismo**. São Paulo, 2006.
- PEREIRA, Fábio. **Jornalistas-intelectuais no Brasil**. São Paulo, 2011.
- POMPEO GRANDO, Carolina. **Elementos para um estudo do ethos discursivo do jornalismo**: análise da seção editorial de CartaCapital. Dissertação. Florianópolis, 2012.
- SPANO, William. Les marques de distribution de produits culturels: des magasins au magazine. In: **Les Enjeux de l'information et de la communication**. <http://lesenjeux.u-grenoble3.fr>. 2006.
- _____. Les magazines culturels de marque sous l'emprise du journalisme. In: **Communication et langages**. n. 140, http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/colan_0336-1500_2004_num_140_1_3274. 2004. pp. 97-107.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O Livro no Jornal** - Os suplementos literários dos jornais franceses e brasileiros nos anos 90. Cotia, 2001.

_____. **O Mundo dos Jornalistas**. São Paulo, 1993.