

## Jornalismo em tempos de profissões líquidas: o jornalista em produções culturais

Journalism in net professions times: the  
journalist in cultural productions

Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo



FRANCISCO GILSON REBOUÇAS PÔRTO JÚNIOR<sup>1</sup>  
LORENA DIAS DE SOUZA<sup>2</sup>

### RESUMO

Na chamada pós-modernidade, não só as relações que são líquidas, mas as profissões também tendem a se tornar líquidas. Para Bauman, na atualidade, tudo é fluido, incerto e transitório. É nesse contexto histórico que este trabalho pretende investigar sobre a atuação do jornalista em produções culturais. Dialogam neste trabalho os conceitos de pós-modernidade de Bauman e de Kumar, de cultura de Laraia, entre outros. A partir de entrevistas com profissionais da área, busca-se compreender se os jornalistas teriam habilidades e competências de compreender e atuar como produtores culturais. Investigam-se quais as principais mudanças no ecossistema jornalístico na atualidade, propondo uma interseção entre os estudos de comunicação e cultura a partir de um gênero híbrido: o jornalismo cultural.

### PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo. Comunicação. Produção cultural. Hibridismo. Profissão.

### ABSTRACT

In named postmodernity, not only the relationships that are liquid, but also the professions tend to become liquid. For Bauman, nowadays, everything is fluid, uncertain and transitory. It is in this historical context that this paper aims to investigate the role of the journalist in cultural productions. Post modern concepts of Bauman and Kumar, culture concepts Laraia among others are discussed in this work. From interviews with professionals, we seek to understand if journalists have skills and expertise to understand and act as cultural producers. Investigate what are the main changes in the journalistic ecosystem today, proposing an intersection between studies of communication and culture from a hybrid genre: the cultural journalism.

### KEYWORDS

Journalism. Communication. Cultural production. Hybridity. Profession.

Recebido em: 30/04/2015. Aceito em: 16/06/2015.

<sup>1</sup> Doutor em Comunicação e Culturas Contemporâneas pela Universidade Federal da Bahia (UFBA). Mestre em Educação pela Universidade de Brasília (UnB). Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pelo Centro Universitário Luterano de Palmas (CEULP-ULBRA) e licenciado em Pedagogia pela UnB. Professor do Programa de Pós-Graduação em Gestão de Políticas Públicas da Universidade Federal do Tocantins (UFT) e dos cursos de Comunicação Social/Jornalismo e Pedagogia da UFT. Coordenador do Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT). Email: [gilsonportouft@gmail.com](mailto:gilsonportouft@gmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8025807807825011>.

<sup>2</sup> Bacharel em Comunicação Social/Jornalismo pela Universidade Federal do Tocantins (UFT). Pesquisadora do Núcleo de Pesquisa e Extensão Observatório de Pesquisas Aplicadas ao Jornalismo e ao Ensino (OPAJE-UFT). E-mail: [lorenads22@gmail.com](mailto:lorenads22@gmail.com). Lattes: <http://lattes.cnpq.br/1277870169327358>.

## 1 INTRODUÇÃO

O ecossistema jornalístico tem sofrido mudanças nas últimas décadas. Os processos de comunicação, assim como o campo científico da comunicação social, refletem as transformações sociais ocorridas. Dessa maneira, apresentam os traços característicos da sociedade e da cultura em que estão inseridos, sendo que “[...] a comunicação sintetiza características definidoras da sociedade e traços distintivos da cultura” (POLISTCHUK; TRINTA, 2003, p. 63).

Nessa perspectiva, os meios de comunicação, como bem reforça a palavra de origem latina *médium*, significaria um “espaço intermediário”, “lugar para onde tudo converge” – representam tais transformações sociais alicerçadas pelas inovações tecnológicas de cada tempo. A mídia na modernidade e a multimídia ou hipermídia na pós-modernidade (POLISTCHUK; TRINTA, 2003; KUMAR, 2006).

Neste artigo, investiga-se sobre a atuação do jornalista nesse ‘novo’ ecossistema tecnológico, com foco no desenvolvimento de competências e habilidades que permitam sua atuação em produções culturais. Foram escolhidos quatro sujeitos, sendo dois com formação e/ou atuação na área da Comunicação Social/Jornalismo que estão na área de produção cultural e dois sujeitos que têm formações distintas e que também atuam como produtores culturais. Entende-se que a posição desses sujeitos é ilustrativa, por representarem, no estado do Tocantins, a quase totalidade dos atores sociais que desenvolvem essas atividades há mais de 10 anos. O objetivo foi perceber qual a visão que os entrevistados possuem sobre o tema, tendo como elo a atuação como produtores culturais, mas privilegiando possíveis olhares antagônicos devido às suas diferentes formações. A partir de entrevistas semiestruturadas com profissionais da área, busca-se compreender se os jornalistas teriam habilidades e competências necessárias para compreender e atuar como produtores culturais.

Para lastrear as inferências, se utilizam como referencial teórico as noções de pós-modernidade, tendo Bauman, Kumar, Geertz e Giddens como referenciais centrais; de cultura na transição da modernidade para a pós-modernidade, com foco em Laraia e com aportes de Hall. Também a problemática da profissionalização do jornalista como possível produtor

cultural, em face das mudanças no ecossistema jornalístico, de Rubim, Basso e Gadini.

## **2 ALGUMAS MUDANÇAS NO ECOSISTEMA JORNALÍSTICO**

A dita sociedade moderna se caracterizou por novos padrões de desenvolvimento político, econômico, cultural, marcados pelo individualismo, crença no progresso, na razão e na ciência (GEERTZ, 1978; GIDDENS, 1991; HALL, 1999). Tal ideologia propiciou as revoluções políticas na América do Norte e na França culminando na Revolução Industrial Inglesa no final do século XVIII. Assim, “[...] se a Revolução Francesa deu à modernidade sua forma e consciência características – uma revolução baseada na razão –, a Revolução Industrial forneceu-lhe a substância material.” (KUMAR, 2006, p. 120).

Outro elemento fundamental nesse processo foi a formação dos Estados-Nação na modernidade, criando os mercados nacionais, estruturas e veículos que desaguaram na consolidação da sociedade da informação. O Estado-Nação era, portanto, caracterizado pela constante vigilância sobre os cidadãos, uma complexa organização e uma eficiência do funcionamento do mercado, assim como os meios de comunicação, foram fundamentais no êxito desse processo. Concluindo e sistematizando a noção de modernidade, que consiste em um período do final do século XV, meados do século XVII e o final do século XVIII, Polistchuk e Trinta (2003, p. 76) reúnem esse processo em três núcleos de significado:

1. significação cultural, cognitiva e ética – movimento racionalista, filosofia iluminista, certeza de progresso, desenvolvimento das ciências e das grandes narrativas ou teorias descritivas (o evolucionismo de Charles Darwin, o positivismo de Auguste Comte, o ideal democrático, segundo Alexis de Tocqueville, a teoria do materialismo histórico de Karl Marx etc.);
2. significação econômica e social – os processos de industrialização e urbanização crescente enfeixados em um só mercado mundial, sob a égide do capitalismo;
3. significação política – surgimento dos estados nacionais, valorização da democracia como “tipo ideal” de governo; eclosão dos movimentos “de massa”, tendo por suporte os meios de comunicação.

As mídias desenvolvidas na modernidade vão desde a tipografia de Gutenberg ao telefone, o telégrafo e tantas outras invenções que serviram de suporte para o desenvolvimento da comunicação. Sempre ampliando sua

## Jornalismo em tempos de profissões líquidas:

### o jornalista em produções culturais

abrangência, como explica Costella (2002), o invento de Gutenberg possibilitou a edição do livro em grande escala e assim as informações podiam estar mais acessíveis às pessoas. Adiante na história da humanidade aparecerão as primeiras experiências de impressão de jornais, as primeiras comunicações via meios eletrônicos, e, conseqüentemente, os meios de comunicação entram em uma era da informação.

Nesse processo de transformação das mídias, compreendemos uma 'história' do jornalismo, um campo da comunicação que, desde seu surgimento, mantinha o intuito de representar a realidade. "Os jornalistas são participantes ativos da definição e construção das notícias, e, por conseqüência, na construção da realidade." (TRAQUINA, 2005, p. 26).

A realidade é um conceito discutido no campo da comunicação. Sobre a noção de "realidade", Vattimo (1990 apud MORETZSOHN, 2007) elucida que é um conceito em constante "re-construção" pela mídia, principalmente na modernidade tardia, que é uma das maneiras de se referir a pós-modernidade:

70 |

Se temos uma ideia da realidade, esta não pode ser entendida, em nossa situação de existência moderna tardia, como o dado objetivo que está por baixo, mais além, etc., das imagens que dele nos dão os meios de comunicação. Como e onde poderemos atingir tal realidade "em si mesma"? A realidade, para nós, é o resultado do cruzamento e da "contaminação" (no sentido latino) das múltiplas imagens, interpretações, re-construções que os meios de comunicação disseminam em mútua competição e sem qualquer coordenação "central". (VATTIMO, 1990, p. 13 apud MORETZSOHN, 2007, p. 95).

Dessa forma, quando falamos de texto jornalístico, falamos de um gênero textual que trabalha com a notícia e que apresenta um reflexo do contexto social do qual está inserido. Ou como reforça Ribeiro (2011, p. 107), "[...] uma página de jornal é um reflexo vivo das contradições da realidade social no corte de um dia." É nesse entorno do 'dia', do 'momento' ou mesmo do 'instantâneo', que a notícia assume outro contexto, em que "[...] não importa o gênero jornalístico, a relação é mediada pela presentificação [...]. O que é passado não é notícia, é história" (TEIXEIRA, 2008, p. 2), e a história pode ser demarcada pela presentificação e momentaneidade (PORTO JR; NEVES, 2007; LAGROU, 2007; MAUAD, 2007).

Destaque-se que, nesse ecossistema jornalístico emergente, no qual parece imperar a incerteza, a fragilidade e a fluidez, as relações de trabalho começam a se organizar diante dessa mesma dinâmica. O trabalho na atualidade é perene, ao contrário do que acontecia na modernidade em que um jovem aprendiz de uma fábrica da Ford, por exemplo, poderia ter a certeza de terminar sua vida profissional no mesmo lugar (BAUMAN, 2001).

O trabalho na chamada pós-modernidade é marcado por flexibilidade, incerteza, insegurança e falta de garantias. É como destaca Bauman (2001, p. 169):

“Flexibilidade” é o slogan do dia, e quando aplicado ao mercado de trabalho augura um fim do “emprego como o conhecemos”, anunciando em seu lugar o advento do trabalho por contratos de curto prazo, ou sem contratos, posições sem cobertura previdenciária, mas com cláusulas “até a nova ordem”. A vida de trabalho está saturada de incertezas.

Na pós-modernidade, não só as relações de trabalho são líquidas, mas a profissão<sup>3</sup> também é líquida. Mesmo uma profissão pode ser um emprego que requer conhecimentos especiais e geralmente preparação longa e intensiva ou se referir a um conjunto de pessoas que exercem a mesma ocupação especializada. Nada garante que sempre haverá possibilidades da pessoa exercer tal atividade com segurança. Nos tempos atuais, tudo parece ser transitório (BAUMAN, 2001).

Diante desse cenário, as transformações sofridas nas relações de trabalho dos jornalistas são facilmente percebidas nas mudanças que vão desencadear no ecossistema jornalístico (LIMA; MICK, 2013; FÍGARO, 2010; FIDALGO, 2004, 2009). Afinal a complexidade da mídia e dos meios de comunicação e a grande utilização do suporte *web* reivindicam um olhar mais amplo de suas características. A terminologia ‘novo’ ecossistema jornalístico seria, portanto, uma metáfora utilizada por escritores e jornalistas para se referir ao ambiente

---

<sup>3</sup> Há uma discussão acerca da diferença entre profissão e ocupação. Neste artigo, não nos detivemos nessa discussão, apesar de assumir que ‘profissão’ é definida como o reconhecimento social dos saberes que se adquiriu ao longo do processo de formação, especializado, que permite o desenvolvimento de serviços e/ou produtos, bem como seu reconhecimento e inserção no mercado de trabalho, com remuneração e direitos correspondentes (SEGNINI, 2001; DUBAR, 1997; TANGUY, 1999; FREIDSON, 1995).

## Jornalismo em tempos de profissões líquidas:

### o jornalista em produções culturais

atual da mídia jornalística e sendo amplamente utilizada por autores norte-americanos.

Steven Johnson (2009), em seu discurso no *South by Southwest Interactive Festival* em Austin, explica que as metáforas são fundamentais para representar as circunstâncias pelas quais os meios de comunicação se desenvolveram em cada período histórico. Em sua fala, exemplifica com as pesquisas de McLuhan sobre a ideia da mídia como uma extensão e, atualizando a perspectiva, utiliza a ideia de ecossistema. Johnson (2009), ainda discorrendo sobre a prática do jornalismo na *web*, defende que o espaço da notícia cria um verdadeiro ecossistema, assim como o conceito ecológico, no qual a notícia coexiste com suas ramificações. Outras características seriam a interligação presente no espaço de criação da notícia, possibilitando a diversificação e a complexidade.

72 | Acerca dos aspectos negativos desse novo ecossistema, Johnson (2009) afirma que uma incrível variedade de materiais disponíveis na *web* só se torna útil para bons navegadores. Afinal, ao mesmo tempo em que temos muitas informações disponíveis, também encontramos muitos ruídos nelas. Os fatos, constantemente, encontram-se misturados à ficção. Dessa forma, Johnson (2009) acredita que o papel do jornalismo em tornar as informações importantes e mais acessíveis para a sociedade é fundamental mesmo nesse novo ecossistema, sendo o jornalista um mediador entre as informações e os cidadãos.

Johnson (2009) é positivo quanto ao papel da notícia nesse ecossistema emergente: defende que ambiente *web* e mídias tradicionais poderiam atuar em harmonia. As notícias rápidas poderiam ser encontradas na *web* e as grandes reportagens nas mídias tradicionais, mas nos alerta de que as “florestas antigas não vão magicamente crescer por conta própria.” (JOHNSON, 2009, p. 3). Portanto, é necessária uma reestruturação desse ecossistema jornalístico como um novo modelo que funcione melhor para todos.

Relacionadas às características desse novo ecossistema jornalístico, ainda são citadas algumas competências e habilidades como: a “exibição de um conhecimento profundo de algo além do ofício jornalístico em si, a capacitação do seu traquejo no uso de dados e de estatísticas”, uma compreensão em

“utilizar ferramentas de monitoramento em tempo real de acesso do veículo (*Chartbeat* ou *Google Analytics*, por exemplo)” para entender o conteúdo jornalístico e a forma em que é recebido, “uma maior compreensão [...] na qual o jornalista deve saber escrever em código” (ANDERSON; BELL; SHIRKY, 2013, p. 3). Assim, a base do fazer jornalístico permanece, mas os processos de criação da notícia parecem ser reinventados a partir das amplas possibilidades tecnológicas.

### **3 JORNALISMO, JORNALISTAS E A PRODUÇÃO CULTURAL**

Cabe uma reflexão, em face da configuração do ecossistema jornalístico neste início de século XXI, sobre o jornalismo e a atuação do jornalista em produções culturais: o jornalismo gera conteúdos culturais, e a chamada produção cultural gera construção, viabilização, divulgação e apresentação de espetáculos, shows e demais produtos culturais. Essa visão encontra respaldo em Laraia (2005), que vê a cultura em suas diversas conceituações atrelada ao conhecimento, às ideias, aos costumes, aos patrimônios, às tradições e às crenças de um povo. Ou seja, elementos que são estruturais no jornalismo e na produção cultural, afinal os meios de comunicação de massa (rádio, TV, cinema, jornal) também podem ser considerados como elementos de uma cultura.

Nesse processo de interseção entre as pesquisas acadêmicas das áreas de Comunicação e Cultura, Rubim (2005) esclarece que, diferentemente do que o senso comum acredita, assim como em qualquer atividade, a cultura requer organização. E, para atuar nessa área da organização cultural, houve a necessidade de criação de uma nova atividade e um novo profissional no Brasil: “[...] a noção mais usual e corrente para delimitar o profissional que lida com a organização da cultura é a de produção e produtor cultural.” (RUBIM, 2005, p. 24).

Ainda, estabelecendo uma relação entre Comunicação Social/Jornalismo com a área da Cultura, Toneto (2010), em seu diagnóstico sobre o caráter pedagógico do curso de Jornalismo da Universidade de São Paulo, defende, agregando a conceituação supracitada de Rubim (2005), que, “[...] ao se considerar esses momentos, percebe-se que o jornalismo cultural deve estar inserido em todas as fases, e não apenas de sistematização do saber cultural;

## Jornalismo em tempos de profissões líquidas:

### o jornalista em produções culturais

ancorado em linguagens e sistemas de codificação específicos.” (TONETO, 2010 p. 3). Esse profissional, que lida com a organização da cultura, o produtor cultural, pode ser compreendido como um mediador entre os produtos culturais, a cultura e o público, assim como os jornalistas são mediadores entre a informação e o público.

Nesse processo de reflexão do campo da cultura, há um gênero jornalístico que se debruça sobre essa temática. Posto isso, Siqueira (2004) explicita que o chamado jornalismo cultural é objeto privilegiado para análise das mudanças pelas quais passam a sociedade, a cultura e, por extensão, os próprios meios de comunicação de massa. Mas convém ressaltar que o jornalismo cultural é um campo jornalístico que trabalha tanto com textos de cunho crítico e reflexivo como com outros de prestação de serviços e intenções comerciais.

Basso (2008, p. 3) defende que o jornalismo cultural possui duas vertentes que caracterizam duas posturas fundamentais, sendo um gênero que difunde e analisa criticamente as culturas, caracterizando um

fórum de manifestação do pensamento, [...] assim: [...] transborda a análise e a divulgação dos produtos da chamada cultura ilustrada (literatura, pintura, escultura, teatro, música, arquitetura, cinema) e abrange a cultura popular, o comportamento social – formas de ser e se portar, e as ciências sociais.

Gadini (2009), consoante com Basso (2008), explica que o jornalismo cultural se articula com “produtos e discursos midiáticos”, utilizando o aporte do jornalismo validado pela profissão, mas que, ao abordar “[...] assuntos relacionados ao campo cultural, instituem, refletem e projetam modos de ser, pensar e viver dos receptores.” (GADINI, 2009, p. 81).

Assim, no desenvolvimento do novo ecossistema jornalístico, as permanentes ampliações das áreas de ação do jornalista alargam o conceito de ‘jornalista cultural’, que atuava nos limites da facilitação e da crítica da vida cultural e, atualmente, é absorvido como importante mediador entre os elos da cadeia produtiva da cultura e, principalmente, como figura estratégica de comunicação entre produção e público.

Tal possibilidade traz um caráter híbrido ao jornalismo cultural, segundo Teixeira (2008), gênero este que na atualidade passa por alguns dilemas econômicos e conceituais, respondendo com permanentes transformações. A multidisciplinaridade, então característica da produção cultural, impõe a evolução dos quadros envolvidos em seu processo, permitindo amplas perspectivas de integração do jornalista cultural e daquele profissional que se especialize profissionalmente no campo da cultura (CUNHA, 2003 apud COSTA, 2007).

Mas quais competências e habilidades, nesse ecossistema emergente, cabem ao jornalista enquanto produtor cultural? Com a complexificação da sociedade pós-moderna, tais conceitos das práticas sociais envolvidas no sistema cultural se desdobram em sete movimentos, sugeridos por Rubim (2005, p. 40), que geram diferenciação e especialização do trabalho desenvolvido:

1. Criação, invenção e inovação;
2. Divulgação, transmissão e difusão;
3. Troca, intercâmbio e cooperação;
4. Preservação e conservação;
5. Análise, crítica, estudo, investigação, pesquisa e reflexão;
6. Formação;
7. Consumo; e
8. Organização.

No exercício das atividades, o jornalista, enquanto produtor cultural, pode, na maioria das vezes, organizar seu trabalho em três fases ou etapas: pré-produção, produção e pós-produção (RUBIM, 2005). Mas, se nesse processo o produtor cultural também exercer a tarefa de criador cultural, ele conceberá a idealização do projeto, mas continuará com sua função de produtor, que é a de transformar a sua criação em um projeto cultural exequível.

#### **4 SER PRODUTOR CULTURAL? O QUE PENSAM OS PROFISSIONAIS**

Neste momento, apresentamos as falas dos atores envolvidos nesta pesquisa, que foram entrevistados durante o mês de agosto de 2014, no estado do Tocantins, utilizando um roteiro de entrevistas composto de quatro perguntas. Indagou-se dos entrevistados suas percepções sobre as competências que um produtor cultural deve ter e como os conhecimentos em

## Jornalismo em tempos de profissões líquidas:

### o jornalista em produções culturais

Comunicação Social/Jornalismo ampliariam a maneira de entender a atividade de produtor cultural e de exercer a profissão.<sup>4</sup>

Foram escolhidos dois sujeitos com formação e/ou atuação na área da Comunicação Social/Jornalismo que estão na área de produção cultural e outros dois sujeitos que têm formações distintas e que também atuam como produtores culturais. Entende-se que a posição desses sujeitos é ilustrativa, por representarem, no estado do Tocantins, a quase totalidade dos atores sociais que desenvolvem essas atividades há mais de 10 anos. O objetivo foi perceber qual a visão que os entrevistados possuem sobre o tema, tendo como elo a atuação como produtores culturais, mas privilegiando olhares antagônicos, devido às suas diferentes formações. Os entrevistados receberam, para fins de registro deste trabalho, um nome fictício e são referidos como: Produtor Cultural 1, Jornalista 1, Produtor Cultural 2, Jornalista 2. A seleção dos entrevistados se deu pelo critério de utilizar os editais públicos como mecanismo para realização de seus projetos.

76 |

O Produtor Cultural 1 não acredita que as competências em Comunicação Social/Jornalismo efetivamente colaborariam na prática da produção cultural. E só acredita que a Comunicação Social traria ferramentas importantes para a atividade, mas só no sentido da comunicação interpessoal. Logo, para o entrevistado, as competências

[...] em comunicação, sim. Em jornalismo, pouco. Mas a comunicação pode ser apreendida na prática, como lidar com pessoas (principal matéria-prima da profissão), com equipes e organização de trabalho [...].

Diferentemente do entrevistado supracitado, a Jornalista 1, a partir de sua formação em Comunicação Social/Jornalismo, percebe a intercessão entre a área de Comunicação e a organização da cultura. No que tange à contribuição das competências de Comunicação/Jornalismo para exercer a atividade de produtor cultural, a entrevistada acredita que

[...] é importante que um produtor cultural tenha conhecimento sobre o campo da Comunicação Social, pois em muitos pontos as áreas se

<sup>4</sup> Atualmente transita na Câmara dos Deputados um Projeto de Lei (PL nº 5575/2013), que dispõe sobre a regulamentação da profissão de produtor cultural, esportivo e de ações sociais.

chocam, estudar Comunicação amplia o conhecimento na área de produção cultural [...].

Essa visão reforça o que já se indicou anteriormente: as competências e as habilidades apreendidas na formação em Comunicação/Jornalismo ampliam a compreensão e melhoram potencialmente a atuação.

Apesar de sua formação em Administração de Empresas, a Produtora Cultural 2 percebe que as competências em Comunicação Social/Jornalismo “[...] ampliaria[m], sobretudo, a maneira de executar a atividade [de produtor cultural] [...].” Outro aspecto que a entrevistada também relata é a importância de difundir o produto cultural produzido. Etapa fundamental da atividade, de acordo com Rubim (2005), o produtor cultural, para executar sua função primordial, que é de transformar um ‘projeto cultural’ em um ‘produto cultural’ que seja exibido ao público, deve utilizar os conceitos de Comunicação Social/Jornalismo.

Percebe-se a inter-relação da área de comunicação e a cultura. Assim como afirmado pela entrevistada, as competências em Comunicação Social facilitam a compreensão e ação, dando ao profissional. A Produtora Cultural 2 reforça que

[...] uma maior capacidade de reflexão e de traduzir o que está tendo acesso. E até mesmo de divulgar o seu produto. Que é uma complicação. Porque você até pode produzir, criar. Ter milhões de ideias. Montar um espetáculo. E não ter quem coloque isso em uma linguagem de marketing. Não ter quem venda o seu produto nem interna nem externamente.

Já para a Jornalista 2, “[...] na graduação de Jornalismo existe essa provocação para o fazer cultura, para o contato com as diversas áreas ligadas à cultura e para o pensamento crítico desse cenário.” A fala da entrevistada atesta a importância do jornalismo cultural para a área da produção cultural. Afinal, a partir dos estudos proporcionados na graduação de Jornalismo, teve contato com o pensamento crítico na área cultural e foi provocada a organizar cultura. Isso lembra a afirmação de Basso (2008, p. 3), que indica que o jornalismo cultural é como um fórum de manifestação do pensamento, fazendo

## Jornalismo em tempos de profissões líquidas:

### o jornalista em produções culturais

[...] transborda[r] a análise e a divulgação dos produtos da chamada cultura ilustrada (literatura, pintura, escultura, teatro, música, arquitetura, cinema) e abrange a cultura popular, o comportamento social – formas de ser e se portar, e as ciências sociais.

Questionado se a formação em Jornalismo facilitaria para exercer a atividade de produtor cultural, o Produtor Cultural 1 afirma que:

Pouquíssimo. Acho estranho ver concursos para produtor cultural destinado a candidatos de comunicação. O produtor cultural deve agir prioritariamente como um administrador, e menos como um comunicador. Não sei qual a função do ofício de jornalista, sequer sei se é um ofício, mas o produtor cultural passa pela via da comunicação, mas não para nela. Ele segue pela administração, trabalho em riscos, tomada de decisões... [...].

O entrevistado não deixa dúvidas quanto ao seu posicionamento. A área de Comunicação Social/Jornalismo não é relevante para exercer a atividade de produção cultural. São fundamentais para ele conceitos de administração, como o de planejamento estratégico e administração estratégica.

78 |

Já a Jornalista 1, nesse aspecto, reforça o que foi apresentado pela Jornalista 2, aplicando os conhecimentos da formação jornalística no fazer prático da produção cultural. Para ela, tais conhecimentos são essenciais

[...] tanto na fase de elaboração de projetos, como na de marketing, divulgação do produto, a formação em Comunicação Social é essencial para um trabalho mais completo. Como jornalista por formação, tive bases importantes na universidade para aplicar na atividade cultural como produtora [...].

A Jornalista 1 utiliza sua experiência de vida para legitimar sua posição, algo que se torna inquestionável devido aos seus 10 anos de produção cultural e de visibilidade e contribuição notória na cidade.

A Produtora Cultural 2, no mesmo sentido da Jornalista 2, acredita que a formação em Comunicação Social/Jornalismo colabora no fazer prático da produção cultural, afinal, propõe

[...] reflexões que proporciona [e] te leva[m] para estes caminhos da cultura. Ou, associa muito, eu acho que amplia seu repertório, que enriquece [e] facilita na hora de divulgar o produto. [...] A partir de uma maior capacidade de reflexão e de traduzir o que está tendo acesso. [...].

Destaque-se que, quando a entrevistada fala sobre o repertório, ela se refere àquilo que, para Rubim (2005), são características imprescindíveis para o produtor cultural: viver a cultura, possuir um repertório cultural – colecionar vivências na área da cultura, espetáculos, filmes e shows etc., a que assistiu ao longo da vida – desenvolver a sensibilidade, além de ter compromisso político e social com a cultura.

Mas a Produtora Cultural 2, nesse sentido, afirma que a formação acadêmica não substitui a sensibilidade e o repertório do produtor,

[...] porque a universidade não te dá tudo. O repertório você vive. É uma vivência. Você tem que ir atrás. Mas aí você diz: mas a internet me coloca em todos os museus do mundo, em todas as exposições e discussões. Sim, coloca. Mas você tem que estar perto. Tem que estar em cena ou muito perto dela para poder sentir [...].

Logo, a Produtora Cultural 2 não só acredita que a formação em Comunicação Social/Jornalismo proporciona ferramentas que ampliam a desenvoltura do produtor cultural, como também insere outra questão: a necessidade do produtor ter sensibilidade e vivenciar a cultura.

A Jornalista 2 concorda que a formação em Comunicação Social/Jornalismo facilitaria exercer a atividade de produção cultural:

Sim, não se faz jornalismo sem produção, além disso, o jornalismo possibilita um certo desprendimento, fundamental para trabalhar nessa área, já que no processo é necessário fazer pesquisa de público e viabilidade para a ação, entrevistas com os possíveis contemplados e contato com outros profissionais da área [...].

A entrevistada relaciona a atividade de produção jornalística a de produtor cultural. Uma relação interessante, já que, a partir do referencial teórico exposto ao longo deste artigo, se pode inferir que as reflexões propostas para o desenvolvimento do trabalho jornalístico de construção das notícias, para determinados tipos de públicos, e a reflexão do tipo da produção cultural a ser desenvolvida se desenvolvem, nesse sentido, por etapas que podem sim ser comparadas com as etapas de organização da cultura.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir da análise das falas dos a(u)tores, de forma ilustrativa, percebe-se que em um estado que não tem o curso de formação de produtores culturais e que também não tem especialização em produção cultural, a formação em Comunicação Social/Jornalismo é um (ou o único, no caso do Tocantins) dos principais caminhos para a profissionalização da atividade de produtor cultural, ainda mais nestes tempos de profissão líquida.

Segundo as experiências relatadas pela maioria dos entrevistados, o curso de Comunicação Social/Jornalismo reúne as ferramentas críticas de produção, de interlocução com a cultura, essenciais à atividade de produção cultural. Além disso, a comunicação é um elemento imprescindível do desenvolvimento da atividade do produtor cultural.

Outrossim, os depoimentos aliados com a fundamentação teórica nos alertaram de que apenas a formação em Comunicação Social/Jornalismo é suficiente para a prática da atividade de produtor cultural. Primeiramente, se o produtor cultural pretende se profissionalizar em sua área de atuação, também deverá recorrer a outros conhecimentos para somar aos obtidos e acessados na área de Comunicação Social. Ele deve se especializar.

Tal ponderação é percebida a partir do olhar do entrevistado Produtor Cultural 1, que não acredita que a formação em Jornalismo colabora para entender melhor a área e atuar na atividade de produtor cultural. Demonstrou em sua fala que esse profissional tem a real necessidade de se especializar na área que pretende atuar. Apesar de o ecossistema jornalístico ser 'povoado' por diversas competências e habilidades, Rubim (2005) aponta que outros conhecimentos também são importantes na formação de um competente produtor cultural. Entre elas, ausentes na formação em Comunicação/Jornalismo, estão competências formativas, como saber lidar com recursos, planilhas, conhecer e utilizar as leis de incentivo à cultura, conceitos de planejamento, como destacados pelo entrevistado, entre outras tantas competências requeridas no espaço profissional. Outra habilidade e competência importante, ressaltada pela Produtora 2 e reforçada por Rubim (2005), são a sensibilidade e o repertório cultural do produtor cultural. Tal característica está relacionada às vivências que a pessoa coleciona na área da

cultura. Logo, não podem ser exclusivamente obtidas em um curso de graduação, mas a partir das experiências de vida do profissional.

O jornalista, em sua graduação, tem acesso a discussões culturais amplas e é estimulado ao desenvolvimento de um olhar crítico, logo, pode despertar o interesse de atuar nas áreas de produção de conteúdos culturais a partir da inserção de conteúdos em disciplinas específicas (por exemplo, jornalismo cultural), ou pode fazer parte do objeto de estudo desse gênero se debruçando na atividade de atuar como um organizador da cultura que permite que um projeto cultural se torne um produto cultural difundido na sociedade, o dito produtor cultural. 

## REFERÊNCIAS

ANDERSON, Christopher W.; BELL, Emily; SHIRKY, Clay. Os jornalistas. **Observatório da Imprensa**, 30 abr. 2013. Disponível em: <[http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed744\\_os\\_jornalistas/](http://observatoriodaimprensa.com.br/imprensa-em-questao/ed744_os_jornalistas/)>. Acesso em: 5 set. 2013.

BASSO, Eliane Fátima Corti. **Revista Senhor**: jornalismo cultural na imprensa brasileira. Rio de Janeiro: Secretaria Especial de Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://www.rio.rj.gov.br/dlstatic/10112/4204434/4101429/memoria21.pdf>>. Acesso em: 5 set. 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade e holocausto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2010.

\_\_\_\_\_. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2001.

COSTA, Leonardo Figueiredo. Precedentes para uma análise sobre a formação e a atuação dos produtores culturais. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3., 2007, Salvador. **Anais eletrônicos...** Salvador: Faculdade de Comunicação UFBA, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/enecult2007/LeonardoCosta.pdf>>. Acesso em: 10 ago. 2014.

COSTELLA, Antonio F. **Comunicação do grito ao satélite**: história dos meios de comunicação. Campos do Jordão: Mantiqueira, 2002.

DUBAR, Claude. **A socialização**: construção das identidades sociais e profissionais. Porto: Porto Editora, 1997.

FIDALGO, Joaquim. Jornalistas: um perfil socioprofissional em mudança. **Comunicação e Sociedade**, Aveiro, v. 5, n. 1, p. 63-74, jan./jun. 2004. Disponível em: <<http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1246/1189>>. Acesso em: 5 dez. 2014.

\_\_\_\_\_. **O jornalista em construção**. Porto: Porto Editora, 2009.

## Jornalismo em tempos de profissões líquidas:

### o jornalista em produções culturais

FIGARO, Roseli (Coord.) **2005/2008 - As mudanças no mundo do trabalho nas empresas de comunicação**. São Paulo: Centro de Pesquisa em Comunicação e Trabalho CNPq/ECA-USP; Fapesp, 2010. Disponível em: <<http://www2.eca.usp.br/comunicacaoetrabalho/wp/index.php/pesquisas/2005-2007>>. Acesso em: 20 maio 2015.

FREIDSON, Eliot. Para uma análise comparada das profissões: a institucionalização do discurso e do conhecimento formais. In: ENCONTRO ANUAL DA ANPOCS, 19., 1995, Caxambu. **Anais...** Caxambu: ANPOCS, 1995.

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: Zahar, 1978.

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

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

JOHNSON, Steven. **Old growth media and the future of news**. Disponível em: <<http://www.stevenberlinjohnson.com/2009/03/the-following-is-a-speech-i-gave-yesterday-at-the-south-by-southwest-interactive-festival-in-austiniif-you-happened-to-being.html>>. Acesso: 11 jul. 2014.

82 |

KUMAR, Krishan. **Da sociedade pós-industrial à pós-moderna: novas teorias sobre o mundo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2006.

LAGROU, Pieter. Sobre a atualidade da História do Tempo Presente. In: PÔRTO JÚNIOR, Francisco Gilson R. (Org.). **História do tempo presente**. Bauru: EDUSC, 2007.

LARAIA, Roque de Barros. **Cultura: um conceito antropológico**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

MAUAD, Ana Maria. Dimensões do presente: palavras e imagens de um acontecimento, os atentados ao World Trade Center e ao Pentágono, em 11 de setembro de 2001. In: PÔRTO JÚNIOR, Francisco Gilson R. (Org.). **História do tempo presente**. Bauru: EDUSC, 2007.

MORETZSOHN, Sylvia. **Pensando contra os fatos – jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico**. Rio de Janeiro: Revan, 2007.

POLISTCHUCK, Ilana; TRINTA, Aluizio Ramos. **Teorias da comunicação: o pensamento e a prática da comunicação social**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

PÔRTO JÚNIOR, Francisco Gilson R.; NEVES, Aubergs L. Possibilidades do fato histórico no pensamento educacional. In: PÔRTO JÚNIOR, Francisco Gilson R. (Org.). **História do tempo presente**. Bauru: EDUSC, 2007.

RIBEIRO, Ladyane Gago. **A questão cultural enquanto formação humana: investigando os interesses em disputa nas políticas culturais da cidade de São Gonçalo**. 2011, 179 f. Dissertação (Mestrado em Formação de Professores) – Programa de Pós-Graduação em Processos Formativos e Desigualdades Sociais, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2011.

RUBIM, Linda (Org.). **Organização e produção da cultura**. Salvador: EDUFBA, 2005. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/146/1/Organizacao%20e%20producao%20da%20cultura.PDF>>. Acesso em: 7 jul. 2014.

SEGNINI, Lílina P. Entre o desemprego e a engrenagem dos empregos precários. **Contemporaneidade e Educação**, Rio de Janeiro, ano 7, n. 9, p. 134-151, jan./jun. 2001.

SIQUEIRA, Denise da Costa Oliveira; SIQUEIRA, Euler David de. A cultura no jornalismo cultural. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 27., 2004, Porto Alegre. **Anais eletrônicos...** Porto Alegre: Intercom, 2004. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/libero/article/view/3195/3005>>. Acesso em: 1 jun. 2014.

TANGUY, Lucie. Do sistema educativo ao emprego. Formação: um bem universal? **Educação e Sociedade**, São Paulo, ano 20, n. 67, p. 48-69, ago. 1999. Disponível em: <[http://www.scielo.br/readcube/epdf.php?doi=10.1590/S0101-73301999000200003&pid=S0101-73301999000200003&pdf\\_path=es/v20n67/v20n67a02.pdf&lang=pt](http://www.scielo.br/readcube/epdf.php?doi=10.1590/S0101-73301999000200003&pid=S0101-73301999000200003&pdf_path=es/v20n67/v20n67a02.pdf&lang=pt)>. Acesso em: 25 jan. 2015.

TEIXEIRA, Nísio. **Impacto da internet sobre a natureza do jornalismo cultural**. Belo Horizonte: Faculdade de Comunicação e Artes da PUC Minas, 2008.

TONETO, Bernardete. **Formação em cultura para jornalistas no cenário da mídia radical e da pedagogia por projetos**. São Paulo: UNICID, 2010.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo** – porque as notícias são como são. 2. ed. Florianópolis: Insular, 2005. (Volume I).