

Jornalismo cultural em perspectiva: O Mercado Municipal de Uberlândia e suas representatividades¹

Anna Paula Castro ALVES²
Carolina Tomaz BATISTA³
Natália de Oliveira SANTOS⁴
Paula Graziela de OLIVEIRA⁵
Marcelo Marques ARAÚJO⁶

Universidade Federal de Uberlândia, Uberlândia, MG

RESUMO: Este artigo tem como intuito fazer reflexões sobre o jornalismo especializado em cultura, discutindo o cenário da área, tratando das peculiaridades da produção e linguagem das reportagens, aliando teoria e prática. Busca, por meio da matriz comparativa, elencar algumas características da produção em jornalismo cultural. Como forma de colocar em prática tais características, é descrito no artigo todo o processo de desenvolvimento da reportagem em profundidade sobre o Mercado Municipal de Uberlândia, desenvolvida para a disciplina de Jornalismo Especializado do Curso de Comunicação Social: Jornalismo da Universidade Federal de Uberlândia.

PALAVRAS-CHAVE: jornalismo cultural; representações; cultura; mercado municipal.

INTRODUÇÃO

O jornalismo cultural no Brasil ganhou forças a partir do momento em que os assuntos foram segmentados em cadernos. Essa segmentação ocorreu concomitante à necessidade de aprofundamento em determinados acontecimentos, no caso do jornalismo cultural a grande reviravolta das artes e da cultura na semana de 1922 é um

¹ Trabalho apresentado na Divisão Temática Jornalismo, da Intercom Júnior –, evento componente do XXXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Graduanda do 7º período de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFU, email: annapaulacastroalves@hotmail.com

³ Graduanda do 7º período de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFU, email: caroltomazb@gmail.com

⁴ Graduanda do 7º período de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFU, email: nataliasantoscscs@hotmail.com

⁵ Graduanda do 7º período de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFU, email: paula.graziela@aiesec.net

⁶ Orientador do trabalho. Professor do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da UFU, email: mmajornalista@terra.com.br

bom exemplo de acontecimento que superou as páginas do jornalismo meramente informativo. Pensar em jornalismo cultural é pensar em um leque diversificado, tanto na em gêneros textuais quanto em assuntos. Cultura é tudo que envolve pessoas, relacionamento, histórias, cotidiano, arte, etc. Escrever sobre cultura requer antes de tudo uma mente aberta às possibilidades.

Os textos dos cadernos culturais já foram restritos a crônicas, ensaios, resenhas e entrevistas. Atualmente, a caracterização textual dessa área se dá pela multiplicidade da linguagem e da forma. Alguns gêneros estão presentes em todos os segmentos, como as grandes reportagens. Na área da cultura essas reportagens têm uma particularidade que singulariza o campo, que é a linguagem literária. Os textos do jornalismo cultural, geralmente, agregam um vocabulário típico que se modifica de acordo com o assunto, por exemplo, em um texto sobre cultura popular nordestina os termos utilizados serão mais regionalizados e populares, já um texto que fala sobre uma ópera, requer outro tipo de vocabulário que se adéqua ao seu público-alvo.

As discussões em torno da linguagem e da relevância dos textos do jornalismo cultural, em alguns casos, criticam o modo pelo qual a cultura é tratada nesse segmento. Em uma sociedade mercadológica, muitas vezes o entretenimento e a publicidade tomam conta desses cadernos. Entretanto, não é tão simples dissociar entretenimento de cultura, pois as manifestações culturais também podem ser entendidas como meios de entretenimento.

O fato é que independente do segmento o importante é a clareza dos textos e o entendimento deles por um público amplo, apesar de segmentado. A cultura está presente em uma exposição de arte e em uma ópera, tanto quanto está no modo como uma família prepara uma receita em noite de natal, são tradições expressas no cotidiano e que não podem ser desconsideradas pelos cadernos de cultura.

O presente trabalho tem por objetivo apresentar as principais características do jornalismo cultural, bem como suas particularidades. Esta apresentação será feita com auxílio de uma Matriz Comparativa (ARAÚJO, 2011a) e da descrição dos procedimentos e os processos que resultaram em uma grande reportagem na área do jornalismo cultural.

A reportagem tem como universo de pesquisa o Mercado Municipal de Uberlândia, grande centro cultural que agrega entretenimento, cultura popular, arte,

gastronomia e cotidiano da cidade uberlandense e do estado de Minas Gerais. Como dito anteriormente, a cultura é sinônimo de diversidade, e por isso na reportagem em questão foram abordadas diferentes perspectivas do espaço do Mercado Municipal, que simboliza tanto o comércio de especiarias, como as manifestações da cultura regional.

A fundamentação da reportagem foi construída a partir de pesquisas no Arquivo Público Municipal, Prefeitura de Uberlândia, entrevistas com especialistas, entrevistas com os diversos públicos do mercado e o acesso a documentos históricos, foi imprescindível para a execução da mesma, e para sua caracterização no segmento de jornalismo cultural.

JORNALISMO ESPECIALIZADO: A DINÂMICA DO JORNALISMO CULTURAL BRASILEIRO

O jornalismo especializado surge em meio à Sociedade da Informação, marcada pela exposição dos indivíduos a diversos conteúdos e informações. Por estarem cercadas de opções, as pessoas se veem na posição de seletores, tendo que escolher o que terão acesso. Estas escolhas definem grupos específicos, geram a segmentação dos públicos de acordo com suas afinidades. Para Abiahy (2005), a especialização do conteúdo também vem satisfazer a necessidade dos que ansiavam por profundidade nos assuntos retratados na mídia com os quais se identificam.

[...] As publicações especializadas servem como um termômetro da gama de interesses das mais diversas áreas, expõem, então, o nível de dissociação entre os componentes da Sociedade da Informação. Mas por outro lado, podemos considerar que as produções segmentadas são uma resposta para determinados grupos que buscavam, anteriormente, uma linguagem e/ou uma temática apropriada ao seu interesse e/ou contexto. Esses grupos agora encontram publicações ou programas segmentados com o qual possam se identificar mais facilmente. Neste caso, o papel de coesão social no jornalismo especializado passa a cumprir a função de agregar indivíduos de acordo com suas afinidades ao invés de tentar nivelar a sociedade em torno de um padrão médio de interesses que jamais atenderia à especificidade de cada grupo [...](ABIAHY, 2005, p. 5 – 6).

De acordo com Tavares (2009), esta especialização pode ser observada em três aspectos diferentes: com relação aos meios de comunicação (jornalismo televisivo,

jornalismo impresso, etc), quanto aos temas (jornalismo cultural, jornalismo esportivo, etc.) e quanto à junção dessas duas formas (jornalismo cultural impresso, jornalismo econômico televisivo, etc).

Para que a produção jornalística especializada seja realizada de forma completa e detalhada alguns aspectos no momento da escrita precisam ser observados. Dentro da especialidade de cultura, vários temas podem ser abordados: música, cinema, teatro, artes plásticas, além da cultura popular. Miranda (2005) comenta que o distingue este jornalismo cultural das demais especialidades são justamente estas pautas, que estão voltadas para: as artes, as formas variadas de cultura, o entretenimento e comportamentos. “Determinam-se, ainda, pela análise, desdobramento, aprofundamento de questões relevantes para a vida social, atualizando temas e personalidades da cultura humanística”. A partir dessas áreas mais amplas é possível vislumbrar inúmeras possibilidades de produções do jornalismo cultural.

Compreende-se por Jornalismo Cultural os mais diversos produtos e discursos midiáticos orientados pelas características tradicionais do jornalismo (atualidade, universalidade, interesse, proximidade, difusão, objetividade, clareza, dinâmica, singularidade, etc) que ao pautar assuntos ligados ao campo cultural, instituem, refletem/projetam (outros) modos de pensar e viver dos receptores, efetuando assim uma forma de produção singular do conhecimento humano no meio social onde o mesmo é produzido, circula e é consumido” (GADINI, 2004, p. 1 *apud* LOPEZ, FREIRE, 2007, p. 2 e 3).

Contudo, para alguns pesquisadores e especialistas, mesmo com esta gama de temas retratados, a produção existente no jornalismo cultural ainda não explora todo o potencial que esta especialização pode oferecer. Faro (2012) destaca que a maior parte das matérias de cultura, ditas críticas, são na verdade conteúdo de entretenimento e em alguns casos, até mesmo “instrumentos de interesses mercadológicos da dinâmica da sociedade do consumo [...]”. Para o autor, o jornalismo cultural na sociedade contemporânea poderia servir como meio para a “emancipação de seus membros”.

A visão mercantilista da cultura, relacionada à agenda de artes e espetáculos, e a visão antropológica da cultura, relacionada ao

reconhecimento daquilo que difere do comportamento social padronizado, configuram tradicionalmente o escopo editorial do jornalismo cultural. As duas visões sublinham pautas preferencialmente articuladas às atividades estéticas, intelectuais, sociais e de entretenimento, observadas no âmbito da arte, do lazer e do comportamento. O problema dessa perspectiva editorial, que remonta ao século 19, está relacionado tanto ao estreitamento da concepção de cultura que ela supõe quanto à opacidade midiática de outras manifestações culturais (ALZAMORA, 2012, p.23).

Nota-se, apesar disso, como a produção do jornalismo cultural especializado possui uma importância além da informação pura, gerando um conhecimento da própria sociedade. Devido a sua grande relevância social, a produção dos textos da editoria de cultura necessita de cuidados no momento da escrita. O primeiro cuidado deve ser em relação à linguagem, na construção do texto cultural. A abordagem inicial permite maior liberdade de criação, não sendo obrigatória a utilização fiel da pirâmide invertida, que se inicia com o lead. O texto especializado cultural permite uma criação que se aproxime do estilo do Jornalismo Literário. A construção textual é livre, sem grandes obrigatoriedades em desenvolver uma narrativa linear ou cronológica. O vocabulário também permite maior liberdade, permitindo períodos longos, com ideias mais aprofundadas. Quanto aos gêneros utilizados nesta editoria, são de dois tipos:

[...] os informativos, cuja prioridade é contar ao leitor algo que ele não sabe, e os opinativos, cuja ênfase é apresentar ao leitor a opinião do jornalista sobre uma obra ou evento cultural. Falo em prioridade e ênfase, porque é natural encontrar algo de opinião em resenhas, assim como um texto opinativo, por melhor que seja, não estará cumprindo sua função jornalística se não for também informativo (GOMES, 2009, p.8).

Discussões acerca do tipo de linguagem utilizada em textos da editoria de cultura são frequentes. A presença da opinião, mesclada muitas vezes à interpretação, característica marcante do texto desta especialidade, incomoda a especialistas que acreditam que isto pode descaracterizar o jornalismo. Entretanto, outros pesquisadores acreditam que seja este um grande diferencial.

Segundo Piza, a “tendência do jornalismo brasileiro de querer aparentar o jornalismo cultural aos outros em método [...] significa não reconhecer o peso relativo da interpretação e da opinião” (2003, p.8). Esta circunstância, entretanto, não invalida o potencial de aprofundamento, de análise e de desdobramento de questões relevantes para a vida sociocultural contido nas pautas culturais e artísticas. Neste potencial estão implícitas, certamente, a interpretação e a opinião (MIRANDA, 2005, p.90).

Em relação às fontes, pode-se dividi-las em duas categorias. A primeira categoria diz respeito aos artistas, artesãos, músicos, dançarinos e atores, ou seja, seriam as fontes que estão em contato íntimo com as obras culturais produzidas. As fontes secundárias também têm o contato com a produção, mas de forma diferente, como as assessorias de imprensa, os diretores de peças teatrais, curadores de exposições, além de outros órgãos, como escolas de artes e música e universidades.

Pensar nos *stakeholders* para os quais o jornalismo cultural especializado escreve também é importante. Músicos, dançarinos, artistas plásticos, fãs de determinados grupos musicais, de determinados artistas ou manifestações culturais são os principais *stakeholders*. Tratar de temáticas que interessem a esses grupos, com novidades, tendências e históricos enriquece a produção jornalística da área, além de gerar mais conhecimento e proporcionar que novas informações e produções culturais sejam conhecidas. Além da divulgação das novas produções, o jornalismo cultural também tem o objetivo de transmitir informações sobre as manifestações culturais vanguardistas e populares, sejam de projetos provenientes da iniciativa pública e privada ou que estejam emergindo da própria sociedade.

Como em todas as produções jornalísticas, algumas precauções são necessárias para a construção de um produto de qualidade. Evitar o eruditismo em excesso está entre os cuidados. O uso desnecessário de termos pouco utilizados ou de linguagem extremamente rebuscada podem confundir o leitor, tornando a informação confusa. Conforme Araújo (2011b, p. 225) “os cidadãos precisam ter acesso aos bens culturais e a linguagem adequada é uma ferramenta para isso”. Para o pesquisador, “a terminologia do jornalismo cultural não deve estar restrita a um universo comunicacional especializado representado por grupos seletos”.

Apesar de uma boa parcela dos leitores das produções culturais possuírem bom nível de conhecimento dos assuntos e termos utilizados, deve-se lembrar que muitas vezes leitores que não têm o hábito da leitura do jornalismo cultural podem se interessar, e o entendimento do texto para esse público também de ser levado em conta.

É importante também evitar juízos de valor e falta de contextualizações de fatos, aspectos que podem prejudicar a transmissão da informação. Todos os cuidados textuais, com o público leitor e com a produção da própria notícia colaboram para o desenvolvimento de um jornalismo cultural em constante evolução e com qualidade.

O jornalismo cultural conquistou espaço nos meios impressos como editorias fixas com publicações diárias e também, como suplementos semanais que buscam uma maior profundidade. Cunha, *et al.* (2008) cita alguns exemplos de suplementos criados por jornais com significativa circulação, para mostrar o investimento que vem sendo feito. Porém, também alerta para o fato de que as publicações nos cadernos diários sofrem com “impasses, resultantes das próprias rotinas produtivas, da relação conflituosa com a Indústria Cultural ou mesmo de mudanças relativas à própria conceituação da função e dos objetivos do que seja JC.”

Para sobreviver como área autônoma, o jornalismo cultural carece reinventar-se. Pressionado, de um lado, pelos cadernos de ideias (que lhes subtraíram o caráter reflexivo e sufocaram a crítica) e, de outro, pelos guias de fim-de-semana (capazes de cumprir com maior eficiência o papel de catálogo de produtos e serviços), o jornalismo praticado nos cadernos ditos de cultura (ou variedades) vive hoje um não-lugar, como sintoma da crise de identidade que assola os veículos de comunicação. Num ambiente em que todo cidadão é, potencialmente, um emissor de informação, e em que as mídias sociais filtram temas e influenciam e mobilizam pessoas com incomparável agilidade (na web, via smartphones ou tablets), o que poderia qualificar e distinguir o jornalismo cultural (mas não só) praticado nos veículos tradicionais? (VALE, 2012, p. 28)

O consumo das mídias digitais por parte de leitores é fator que, para profissionais da área jornalística, afetou o jornalismo cultural praticado nos meios impressos. Divulgar eventos, espetáculos, entre outros; antes feito pelas editorias de cultura como uma agenda de atividades, e posteriormente pela televisão com programas

de agendas culturais, deixa de ser algo fundamental para esta especialização. Com a internet, os indivíduos tomam conhecimento dessas atividades a todo o momento.

O questionamento (mesmo que indireto) e o enfraquecimento do modelo hegemônico do jornalismo cultural brasileiro parecem, assim, dialogar com o simultâneo fortalecimento das redes sociais, que possibilitam reconfigurações ainda experimentais nas formas de relacionamento, organização da vida e dos espaços culturais, bem como nos modos produzir, circular e consumir informação. Neste aspecto, parece mesmo que os principais eixos de orientação editorial na produção jornalística da cultura precisariam, com certa urgência, ser reavaliados, sob pena de pagar um preço ainda maior ao que, até o momento, já se registrou em termos de impacto, influência e presença do jornalismo no cenário cultural brasileiro (GADINI, 2012, p. 38).

Essas reflexões sobre o campo do jornalismo cultural, em parte desenvolvidas durante as aulas da disciplina de Jornalismo Especializado no Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, serviram como base para planejarmos uma matéria especializada em cultura, condizente com as características da editoria, como também diferenciada para não cair na mesmice de publicações que colocam esta especialidade como algo que precisa ser revisto.

DESCRIÇÃO DO PROCESSO

A proposta do desenvolvimento de uma matéria jornalística especializada surgiu a partir do cronograma das atividades da disciplina de Jornalismo Especializado. Através das orientações do professor, ficou a cargo de cada equipe escolher a especialidade com que mais se identificava para o desenvolvimento de uma reportagem em profundidade, que possuísse entre 4.000 e 15.000 caracteres.

A primeira etapa de construção da reportagem deu-se através do contato com textos explicativos e descritivos de cada especialidade. O contato com a teoria permitiu que a escolha se desse de forma mais consciente sobre o conteúdo e as singularidades de cada especialidade. Após as leituras e análises, a equipe optou por se especializar na área de jornalismo cultural. A decisão por essa especialidade deu-se diante da preferência do grupo por essa área.

Como forma de comparação e análise dos vários textos do jornalismo cultural, o professor da disciplina orientou a equipe a desenvolver uma matriz comparativa com as características que caracterizam a produção especializada na área cultural, como pode ser vista na figura 1:

ESPECIALIDADE: JORNALISMO ESPECIALIZADO CULTURAL

ESPECIALIDADE	Cultura, música, dança, teatro, artes plásticas.
LINGUAGEM	<ul style="list-style-type: none"> - Abordagem inicial contendo nariz de cera ou construção textual no estilo do jornalismo literário. - Possui fundamentação teórica, contextualização histórica e artística. - Produção textual livre, sem obrigatoriedades de vocabulário e de narrativa linear. Possui períodos longos, com ideias mais aprofundadas.
FONTES	<ol style="list-style-type: none"> 1) Primária: artistas, artesãos, músicos, dançarinos, atores. 2) Secundária: assessoria de imprensa, diretores de peças, escolas de teatro, de música, Universidades.
STAKEHOLDERS	Músicos, dançarinos, artistas plásticos, fãs de determinados grupos musicais, de determinados artistas ou manifestações culturais.
OBJETIVOS	Transmitir informações sobre as manifestações culturais, sejam de projetos ou trabalhos específicos de artistas.
PRECAUÇÕES	Superficialidade, Eruditismo, juízos de valor, falta de contextualização dos fatos.
TERMINOLOGIA	(varia conforme o teor da reportagem)

Figura 1: Matriz características Jornalismo Cultural

A matriz possibilitou a percepção das características do jornalismo cultural e a posterior construção da reportagem. Ela contribuiu para que os todos os detalhes do jornalismo cultural estivessem contidos na reportagem a ser desenvolvida, desde as

formas da linguagem, passando pelos públicos para qual a especialidade é escrita, até mesmo observando as precauções a serem seguidas.

DESCRIÇÃO DA REPORTAGEM

O primeiro passo dado pela equipe para o desenvolvimento de uma produção jornalística cultural de qualidade foi em relação a escolha do tema da reportagem. Muitas sugestões surgiram e a equipe sempre primou por um tema que fosse ainda pouco explorado e que possibilitasse um bom espaço para a exploração de histórias e informações novas. A partir dessas características, a equipe escolheu o Mercado Municipal de Uberlândia como temática para o desenvolvimento da matéria. O intuito foi produzir uma reportagem que mesclasse a história do próprio Mercado Municipal e também de comerciantes e frequentadores do espaço. A ideia foi mostrar o ambiente do Mercado Municipal como um local amplamente cultural, tanto por sua história e produtos, quanto por suas ações culturais⁷.

Houve a preocupação com as fontes, já que elas são decisivas e importantes para o encaminhamento da reportagem. A equipe escolheu várias fontes para compor a reportagem, já que considera-se a polifonia das mesmas como um recurso que enriquece a produção, pois várias vozes podem ser observadas. Para tratar sobre a parte histórica do Mercado Municipal, o grupo utilizou o acervo de fotos, artigos e mapas contidos do Arquivo Municipal de Uberlândia. Para falar sobre esses aspectos, entrevistou-se a historiadora Valéria Lopes, que pesquisou sobre o Mercado Municipal. A utilização dessa fonte conferiu maior riqueza de informações históricas sobre o Mercado, já que o mesmo possui 68 anos de história e muitas pessoas talvez não conheçam os detalhes históricos do lugar. Ainda sobre a história do próprio Mercado, a equipe também conversou com a comerciante Maria Aparecida de Paula, que está no Mercado desde a sua criação e é uma das importantes figuras do local. Além dessas fontes, também entrevistou-se outros comerciantes e também diversos frequentadores e consumidores. Entre os frequentadores, procurou-se mesclar as fontes, buscando também entrevistar

⁷ A matéria pode ser acessada por meio do seguinte link: <http://issuu.com/caroltomazb/docs/materiamercadomunicipaluberlandia>

turistas, para que outras visões sobre o mercado também fossem inseridas na reportagem.

Para explorar a significância cultural que o espaço ganhou ao longo dos anos, a equipe também realizou a cobertura da chamada “Feira Gastrônica”, evento que reúne no espaço do pátio central do Mercado comidas típicas de várias regiões do Brasil e também de outros países. Todas as entrevistas foram feitas no próprio espaço do Mercado, interferindo ao mínimo no cotidiano do local. As fotografias buscaram captar a beleza do local, através dos inúmeros produtos vendidos, dando destaque às mercadorias artesanais.

A construção do texto foi guiada primeiramente pela matriz anteriormente mostrada. O desenvolvimento da narrativa buscou ‘amarrar’ as histórias dos entrevistados de forma que elas apresentassem os aspectos de um mesmo local, mas com um significado único para cada um, ou seja, o olhar do comerciante e do frequentador poderiam ser diferentes do olhar da historiadora, por exemplo. As fotografias escolhidas também buscaram traduzir o ambiente do Mercado Municipal e os seus detalhes. Toda a temática que a equipe buscou produzir na linguagem, construção da narrativa e escolha das fotografias também foi empregada na diagramação da matéria. Ela foi desenvolvida de forma limpa visualmente valorizando, assim, as fotografias.

CONCLUSÃO

O Jornalismo especializado surge para compreender a heterogeneidade da sociedade, já que seria redutor não atender a pluralidade de interesses existentes. Seu papel, portanto, é o de ajuntar os indivíduos de acordo com suas afinidades específicas. No que diz respeito à cultura e suas manifestações, a retratação pelo jornalismo acontece com características próprias, principalmente, devido à sua grande relevância social, já que o Jornalismo Cultural é capaz de refletir e projetar modos de viver e pensar da sociedade.

O texto especializado cultural permite ao jornalista potencializar os recursos do jornalismo, proporcionar visões amplas da sociedade, quebrar as regras do lead e da pirâmide invertida, por meio da utilização de elementos que muito se assemelham do

estilo do Jornalismo Literário. Outra particularidade do Jornalismo Cultural é a presença da opinião, que defendida ou criticada, é acentuada nesse tipo de texto.

A escolha de produzir um texto especializado, especialmente cultural, permitiu ao grupo compreender não só a relevância social do Jornalismo Cultural, mas também as inúmeras possibilidades de textos com diferentes aspectos e abordagens que podem ser elaborados seguindo as características determinadas na matriz feita pelo grupo. As fontes por mais simples e que talvez não tivessem tanto valor em outras especializações se tornam peças de grande valor para a composição e para trazer realidade, sensações e sentimentos ao texto. Sendo este, um tipo de texto capaz de projetar a sociedade e fazê-la refletir, produzi-lo faz ao jornalismo, como fez ao grupo, exercer a cidadania.

REFERÊNCIAS

ABIAHY, Ana Carolina de Araújo. **O jornalismo especializado na sociedade da informação**. 2005. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/abiahya-ana-jornalismo-especializado.pdf>. Acesso em 14 jun 2012.

ALZAMORA, Geane. Formas de agendamento: o que pauta o jornalismo cultural contemporâneo? . In: **Suplemento Literário de Minas Gerais**. Secretaria de Estado de Cultura. Belo Horizonte, 2012, p. 23 - 25. Disponível em: <http://www.cultura.mg.gov.br/files/suplemento-literario/SLespecialjornalismocultural%281%29.pdf> Acesso em: 17 jun 2012

ARAÚJO, Marcelo Marques. **Comunicação, língua e discurso: uma análise terminológica de um dicionário de especialidade**. 2011. Tese (Doutorado em Letras e Comunicação) – Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2011a.

_____.(2011b). Análise Terminológica Discursiva da Comunicação. **Revista Epistheme**, Vol. I, 217 – 234.

CUNHA, Leonardo Antunes; *et al.* Dilemas do jornalismo cultural brasileiro. 2008. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cunha-ferreira-magalhaes-dilemas-do-jornalismo.pdf> Acesso em 15 mai 2012.

FARO, José Salvador. Território em transformação: importância e desafios do jornalismo cultural. In: **Suplemento Literário de Minas Gerais**. Secretaria de Estado de Cultura. Belo Horizonte, 2012, p. 11 - 14. Disponível em: <http://www.cultura.mg.gov.br/files/suplementoliterario/SLespecialjornalismocultural%281%29.pdf> Acesso em: 17 jun 2012

GADINI, Sérgio Luiz. Modelos editoriais hegemônicos dos cadernos culturais diários no Brasil. . In: **Suplemento Literário de Minas Gerais**. Secretaria de Estado de Cultura. Belo Horizonte, 2012, p. 36 - 39. Disponível em: <http://www.cultura.mg.gov.br/files/suplemento-literario/SLespecialjornalismocultural%281%29.pdf> Acesso em: 17 jun 2012

GOMES, Fábio. **Jornalismo Cultural**. 2009. Disponível em: <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf> Acesso em: 16 mai 2012

LOPEZ, Debora; FREIRE, Marcelo. O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz. 2007. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf> Acesso em: 15 mai 2012

MIRANDA, Nadja Magalhães. Divulgação e jornalismo cultural. In: **Organização e produção da cultura**. Lídia Rubim (org). Salvador: EDUFBA, FACOM/Cult, p. 79 – 98. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/146/1/Organizacao%20e%20producao%20da%20cultura.PDF> Acesso em 15 jun 2012

TAVARES, Frederico de Mello Brandão. O jornalismo especializado e a especialização periodística. In: **Estudos em Comunicação**, nº 5, p. 115-133. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/26575350/O-Jornalismo-Especializado-e-a-especializacao-periodistica> Acesso em: 16 jun 2012

VALE, Israel do. Jornalismo de auto-ajuda, ditadura da felicidade e curadoria compartilhada. In: **Suplemento Literário de Minas Gerais**. Secretaria de Estado de Cultura. Belo Horizonte, 2012, p. 28 – 29. Disponível em: <http://www.cultura.mg.gov.br/files/suplemento-literario/SLespecialjornalismocultural%281%29.pdf> Acesso em: 17 jun 2012