

## As origens e transformações do Jornalismo Cultural e o caso da Transcultura<sup>1</sup>

Pamela Passos MASCARENHAS<sup>2</sup>  
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

### Resumo

As mudanças nas formas de produzir, divulgar e consumir arte garantiram desafios que, somados a questões econômicas, motivaram transformações e adaptações do Jornalismo Cultural. Este trabalho se propõe a refletir sobre a trajetória do Jornalismo Cultural frente a estas questões, a partir de revisão bibliográfica e de entrevistas com profissionais, destacando o caso da página Transcultura, veiculada no Segundo Caderno do jornal *O Globo* na primeira metade desta década. O espaço foi criado em 2010 com o objetivo de contemplar produções e manifestações culturais e artísticas alternativas, em uma tentativa de dialogar com as novas influências físicas e digitais.

**Palavras-chave:** jornalismo cultural; imprensa; *O Globo*; Segundo Caderno; Transcultura

### Introdução

A ampliação da possibilidade de produção artística e também de difusão e consumo destes produtos e manifestações, devido principalmente ao avanço tecnológico, garantiu novos desafios ao Jornalismo Cultural dos cadernos diários de jornais impressos, para além da pressão do tempo e do espaço e das questões econômicas próprias das empresas jornalísticas.

Em 2010, o caderno diário de cultura do jornal *O Globo*, o Segundo Caderno, passou por uma reformulação que dialogava com a busca de lidar com estes novos desafios. Entre as mudanças, a seção passou a ter uma página, para cada dia útil da semana, dedicada a uma única vertente artística: artes plásticas, música, artes cênicas (teatro e dança), cinema e cultura alternativa. Esta última, chamada de Transcultura, tinha a missão de lidar com a cultura sob um novo ponto de vista, levando em conta as novas influências físicas e virtuais, como explicou um dos colaboradores da página,

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

<sup>2</sup> Graduada em Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, pela Universidade Federal Fluminense (UFF/RJ) em 2013, é mestranda do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano da UFF/RJ, email: [pamelamascarenhas32@gmail.com](mailto:pamelamascarenhas32@gmail.com).

Bruno Natal<sup>3</sup>. Esta forma de produzir Jornalismo Cultural em um jornal impresso tradicional do Rio de Janeiro merecia estudo e aprofundamento.

A Transcultura teve fim em setembro de 2015, com a promessa de ser substituída por reportagens e críticas de assuntos não noticiados nos meios tradicionais, após a fusão do Segundo Caderno com outras seções de entretenimento do jornal, o Prosa, suplemento de sábado, e a Revista da TV, veiculada aos domingos, que deixaram de ser cadernos autônomos. Em janeiro de 2017, *O Globo* como um todo passou por uma nova mudança, e foi integrado às redações dos jornais *Extra* e *Expresso*. Em abril de 2017, o Segundo Caderno já apresentava uma configuração ainda mais enxuta, abrigando, por exemplo, material do Rio Show, caderno veiculado no jornal às sextas-feiras.

A Transcultura, contudo, trabalhou com uma rotina de produção de conteúdo que contribui para a reflexão da trajetória de tentativas de transformação da imprensa, frente aos novos desafios do Jornalismo Cultural e das questões próprias da sobrevivência do próprio jornal impresso.

Este artigo faz parte de uma pesquisa mais abrangente, em fase inicial, e que é uma continuação da monografia da pesquisadora apresentada para conclusão da graduação. Ele faz uma revisão bibliográfica sobre os princípios do Jornalismo Cultural, o papel desempenhado por ele e a sua trajetória no Brasil ao longo do século 20. Também utiliza entrevistas com profissionais da página Transcultura, realizadas em julho de 2013, por e-mail e pessoalmente, na redação do jornal *O Globo*, no Rio de Janeiro, como o editor da página, Carlos Albuquerque, e com mais dois colaboradores, Bruno Natal e Alice Sant'Anna.

### **Origens e transformações do Jornalismo Cultural**

A ascensão da burguesia na Europa do início da Idade Moderna gerou uma suposta necessidade da atuação de figuras que teriam sido os precursores da crítica, os chamados "juízes da arte", comenta o professor Leonardo Cunha, em entrevista para o "Mapeamento do ensino de Jornalismo Cultural no Brasil em 2008", que procurou avaliar as condições da disciplina em universidades brasileiras (AZZOLINO et al., 2008, p. 51-52). Cunha destaca, inclusive, como o dramaturgo Molière ironizou esta

---

<sup>3</sup> Bruno Natal foi entrevistado em jul. 2013 via e-mail.

"contratação" de mediadores de dentro da aristocracia pela burguesia, na peça "O Burguês Fidalgo", no século 17.

Mais tarde, resume Cunha, com a chegada dos meios de comunicação de massa, no século 19, estes "juízes" passaram a ser os "resenhistas" da arte e da cultura. Eles continuariam existindo na contemporaneidade, mas não mais apenas pela suposição de que o público não tem condições de julgar e escolher os produtos por si, e sim, também, pelo argumento de uma impossibilidade de filtrar a variedade de ofertas.

Siqueira e Siqueira (2007) também destacam a participação de uma ascensão burguesa no fortalecimento do que veio a ser o Jornalismo Cultural, mais à frente, no século 20, justamente em um momento em que as obras se tornaram produtos e passaram a ser reproduzidas em larga escala. O Jornalismo Cultural, ele mesmo produto da indústria cultural, então, assume o papel de atender a esta ampliação dos "consumidores" de arte e cultura, com o papel de filtrar e atender ao mercado.

É neste momento que germina a semente do jornalismo cultural, fruto da revolução industrial, das aspirações burguesas de ascender socialmente através do consumo "cultural" e, sobretudo, de escritores jornalistas que buscavam nos jornais espaço para divulgar suas ideias. (SIQUEIRA & SIQUEIRA, 2007, p.4)

É difícil, contudo, estabelecer um marco do princípio do gênero jornalístico, como destaca Piza (2009, p. 11). Um "marco dos princípios", para ele, seria o século 18, mais especificamente a revista diária *The Spectator*, lançada em Londres em 1711, por Richard Steele e Joseph Addison. O objetivo da publicação, oficialmente, se afastava da questão de interpretar as obras de arte, e o jornal pontuava que tinha como missão levar o discurso dos gabinetes, faculdades e bibliotecas para os clubes, casas de chá e cafés, de acordo com Piza. Mesmo assim, Steele e Addison ficaram conhecidos justamente por apresentar livros, óperas, festivais de música e teatro, e passaram a servir de referência para a opinião e para o gosto.

Addison e Steele comentavam com frequência a difícil adaptação de um homem do campo que se mudava para Londres. (...). A *Spectator* se dirigia ao homem da cidade, "moderno", isto é, preocupado com modas, de olho nas novidades para o corpo e a mente, exaltado diante das mudanças no comportamento e na política. (PIZA, 2009, p. 12)

O autor apresenta o surgimento de outros "árbitros do bom gosto", como Samuel Johnson e William Hazlitt, para chegar ao século 19, quando críticos de arte se

tornariam “semideuses”. Neste mesmo período, inclusive, o Jornalismo Cultural, para ele, ganhou força no Brasil, com críticos como Machado de Assis e José Veríssimo. No final daquele século, no entanto, o crítico irlandês George Bernard Shaw lançou um novo compromisso para o Jornalismo Cultural, lidar com “ideias e realidades” e se comprometer com “questões humanas vivas”. Na virada do século, o Jornalismo Cultural priorizava a produção de reportagens e entrevistas, com menor espaço para as críticas de arte, enquanto começava a se profissionalizar (PIZA, 2009, pp. 13-19).

No Brasil, o teatro, o cinema, o rádio, a TV, o disco, a publicidade e as editoras se estruturaram como indústria de massa nos anos 1950 e, nas décadas seguintes, se configuraram como indústria de bens culturais (ABREU, 1996). Surgem as grandes agências nacionais e estrangeiras de publicidade, e a imprensa passa a conseguir 80% de suas receitas com anunciantes. A autora cita Juarez Bahia<sup>4</sup> para ressaltar que o crescimento dos jornais e de outros veículos deixa de ser medido pelos classificados para ser medido pela publicidade.

Na mesma década, os grandes jornais diários passam a contar com novos suplementos literários, e, os que ainda não tinham, como o jornal *O Globo*, adotaram seções específicas para temas relacionados à cultura (ABREU, 1996). Era o “auge” dos suplementos literários, mas questões mercadológicas logo colocaram limites à publicação deles. Alguns jornais reduziram o espaço dos assuntos ligados à cultura, mas outros, como o *Estado de São Paulo* e o *Jornal do Brasil*, passaram a valorizar o gênero. O *Jornal do Brasil*, em 1953, lançou o Suplemento Dominical, que em 1960 passaria a ser o Caderno B, com o projeto gráfico de Amílcar de Castro, idealizado e editado por Reynaldo Jardim (SEGURA, GOLIN, & ALZAMORA, 2008).

Os suplementos que separavam maior espaço aos movimentos de vanguarda de diferentes segmentos artísticos, como do teatro e das artes plásticas, foram os dos jornais *Correio da Manhã*, *O Estado de S. Paulo*, *Diário Carioca* e *Jornal do Brasil*. Já os da *Folha da Manhã* e do *O Globo* se comprometiam mais com a informação do que com a divulgação de ideias. *O Globo* contava com seções dominicais como *O Globo na Música* e *O Globo na Sociedade*. Abreu diz em sua pesquisa que essas seções, em geral, funcionavam apenas como prestação de serviço, com notícias sobre lançamentos e apresentações, ou seja, o foco era o produto cultural, com algum espaço também para críticas e comentários sobre livros.

<sup>4</sup> BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica*. São Paulo, Ática, 1990. (História da Imprensa Brasileira).

Surgiram novas linguagens e técnicas de produção e administração dos jornais, como a priorização da notícia em detrimento da opinião. Ao mesmo tempo, as redações começaram a receber os profissionais formados pelos primeiros cursos de Jornalismo. Para a autora, este cenário contribuiu para mudar o tipo de informação, a linguagem e o objetivo dos suplementos, que passaram de “analistas” a “divulgadores” dos produtos culturais.

No final dos anos 1960, com a chamada “revolta da crítica do rodapé”, os jornalistas com diploma passaram a reivindicar o espaço jornalístico e atacaram a “linguagem hermética, a lógica argumentativa, os jargões, e os excessos técnicos”, em defesa de um suposto leitor médio (SEGURA, GOLIN, & ALZAMORA, 2008, p. 74-75).

No mesmo período, em 1968, o processo de definição do salário de jornalistas foi acelerado, deixando para trás a imagem da profissão guiada pelo “amor” à atividade e o desprendimento de retorno financeiro. A legislação de 1968 instituiu a obrigatoriedade de diploma aos jornalistas e o registro do profissional no Ministério do Trabalho (KUCINSKI, 2003, pp. 23-24).

Na década seguinte, com a expansão das indústrias culturais brasileiras, o número de resenhas informativas e a adoção de um enfoque mais comercial cresceram, enquanto uma reflexão crítica era reduzida. A cultura passou a ser entendida então como uma “integrante” do desenvolvimento econômico, funcionando ainda como chave para formulação de uma “identidade nacional, comunitária e étnica” (TEIXEIRA, 2008). É neste momento que o modelo dos segundos cadernos se consolida, como explica Gadini (2003), com a separação das sessões de cultura do caderno principal, na maioria dos jornais de médio e grande porte.

Na época, a *Folha de S. Paulo* tinha a *Ilustrada* e o *Folhetim*, este subordinado à *Ilustrada* e que, mesmo antes dos anos 1980, tratava de assuntos sociais e políticos, de alguma forma relacionados à atividade acadêmica e alimentados por debates organizados no auditório do jornal. Na década de 1980, no entanto, a *Ilustrada* e o *Folhetim* passaram a tratar a cultura como um mercado, o *Folhetim* com reflexões sobre a indústria cultural e o processo de redemocratização, e a *Ilustrada* com a crítica dos objetos culturais, sob o argumento de que eles deveriam ser vistos a partir da lógica do mercado. Esta não teria deixado, contudo, de registrar “vanguardas culturais”, a cultura pop e os grupos de rock (MACHADO, 2001).

Com a crise financeira das décadas de 1980 e 1990 nas empresas jornalísticas, os jornais paulistas começaram a apostar mais em peças informativas, guiadas principalmente pela programação televisiva, ignorando a crítica e análise. Contribuindo para isto já estava presente a redução de equipes e do espaço reservado à reflexão, ou aos chamados ensaios. Ganhavam mais importância a agenda, o serviço, a reportagem de divulgação e o culto a celebridades. Os personagens envolvidos com as produções artísticas e questões relacionadas às suas vidas pessoais, por exemplo, passaram a ganhar destaque.

De qualquer forma, nesta década, o Jornalismo Cultural também abriu espaço para abordar mudanças que alteravam a forma de produzir e circular arte no país, como o aprimoramento da Lei Rouanet e a possibilidade das empresas investirem em cultura em contrapartida da renúncia fiscal, aponta Teixeira (2008, p. 107). Segundo o autor, os jornais começaram a utilizar também os primeiros censos e diagnósticos culturais, promovidos pelo governo para criar políticas culturais e que também passaram a ser produzidos por entidades privadas, como base para reportagens.

### **O Jornalismo Cultural da Transcultur**

O jornal carioca *O Globo* foi fundado em 1925 por Irineu Marinho, como Félix Pacheco aponta em Sodré (1999, p. 274), um “esguio e afanoso repórter de *A Notícia*, sempre apressado, mal se detendo à beira de uma roda para sorver de corrida, um café, entre duas observações mordazes, fundou *A Noite*<sup>5</sup> e, quando esta lhe foi roubada, criou *O Globo*”. Este seria o início do que, décadas depois, seria o “maior complexo de comunicações de massa do país” (TASCHNER, 1992).

De acordo com Abreu (1996, p. 57), a intenção do novo jornal era defender questões populares. Irineu Marinho morreu 21 dias após o lançamento, e *O Globo* passou para o controle do filho Roberto. Na década de 1950, conforme aponta Sodré, o grupo adotou uma posição anticomunista e em defesa da linha liberal para a economia brasileira, assim como adquiriu equipamentos modernos para a confecção do jornal.

<sup>5</sup> Sodré (1999, 330) conta que *A Noite* surgiu no Rio de Janeiro em julho de 1911, “ao calor da luta política”, com capital reduzido, mas com boa diagramação e competentes profissionais. Em menos de um ano, Marinho conseguiu comprar novas máquinas de impressão, linotipos e montou uma oficina de gravura bem aparelhada. Entre os conteúdos do periódico, podemos citar a publicação de folhetins com o romance satírico de Lima Barreto. Bahia (1990, 200) aponta que o jornal passou para o controle de Geraldo Rocha, com foco na reportagem policial, fatos da cidade e eventos esportivos. Se tornou um exemplo de jornal vespertino, que inspirou iniciativas semelhantes, até os anos 1960, quando a produção industrial determinou novas regras de veiculação, inviabilizando os jornais da tarde, para dar lugar ao predomínio dos jornais da manhã.

Já nos anos 2010, quando o Segundo Caderno foi reformulado e a página Transcultura passou a ser publicada, o caderno passou de uma postura mais tradicional e elitista para a produção de matérias mais analíticas e independentes. Notou-se, então, o maior espaço a reportagens sobre processos culturais e para a participação, às vezes frequente e em outras fixa, de especialistas de áreas específicas do campo da arte.

A Transcultura, à primeira vista, se mostrava como um espaço para o debate sobre as novas formas, não só de arte, mas também de comportamento. Funcionaria como um espaço mais democrático, além de refletir transformações oferecidas pela era digital e de funcionar como um serviço aos interessados nas novidades da música e da arte em geral, fora do circuito tradicional.

A Transcultura daria conta das “notícias do admirável mundo novo”. Como explica um dos colaboradores, Bruno Natal:

Resumindo bastante, Transcultura abre as portas do jornal para falar de assuntos que você acompanha principalmente na internet (...). É a cultura sob um ângulo atual, em que uma filipeta é uma peça de arte, uma *mixtape* equivale a um disco, uma tuitada é a frase da semana e público e artista são uma coisa só (NATAL, 2010)

A periodicidade semanal da página favoreceu uma abordagem interpretativa dos fatos culturais, em detrimento da perspectiva noticiosa geralmente associada ao jornalismo diário. O momento da Transcultura era bem diferente do vivido pelo seu antecessor, o Rio Fanzine, que funcionava como espaço para a cultura alternativa nos anos anteriores, e se despediu do público em 2010 alegando não fazer mais parte desta geração. Se o trunfo do Rio Fanzine era apresentar, dentro de um grande jornal, as produções que estavam à margem da grande indústria e que dificilmente o leitor teria conhecimento, já que não costumava ganhar espaço nos jornais e revistas, agora todo este conteúdo que configurava o diferencial da coluna ficava disponível, gratuitamente, na web. Além disso, com a mudança de editoria do Segundo Caderno, este passou a abrir espaço a temas que dialogavam mais com a produção do ambiente democrático da rede. Com a reformulação, o caderno todo abria espaço tanto para o alternativo quanto para o que fazia parte do *mainstream*, segundo o editor da página Carlos Albuquerque<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Carlos Albuquerque foi entrevistado em jul. 2013 na redação do jornal O Globo.

Quando Artur Xexéo deixou a função de editor do Segundo Caderno, em março de 2010, depois de nove anos no cargo, a então responsável pela Revista O Globo, Isabel De Luca, assumiu<sup>7</sup>. Carlos Albuquerque, em entrevista para a pesquisadora, comentou sobre a transformação do Segundo Caderno e as relações entre o Rio Fanzine e a Transcultura. De acordo com o editor da Transcultura, a mudança foi desenvolvida coletivamente pela equipe do caderno, tanto os mais antigos quanto os mais novos. A ideia central da Transcultura, no entanto, seria da autoria de Isabel, apesar de Albuquerque ter participado ativamente do processo de criação da página.

O Segundo Caderno teve uma reformulação não só gráfica, mas também, principalmente, editorial. E ficou um pouco mais arejado. Teve mais espaço para coisas que anteriormente não entravam, enfim, por várias razões. A linha editorial que estava no momento foi substituída por uma outra bem mais jovem mesmo, esquisito falar, mais aberto. Mais arejado. (ALBUQUERQUE, 2013)

Como ressalta Carlos Albuquerque, os textos ficaram maiores, como uma resposta editorial à nova dinâmica do mercado, impactado pelas novas tecnologias e comportamento do consumidor. Enquanto antes eram menores para tentar se igualar ao padrão estabelecido na *web* e não cansar o leitor, eles ganharam mais espaço e contextualização, na tentativa de conferir um diferencial em relação à internet.

O Rio Fanzine acabou abrindo espaço para um cenário cultural alternativo que estava aquecido. Muitas bandas surgiam, mas o espaço do jornal era menor, e a internet não existia com as facilidades de hoje como instrumento de divulgação. Carlos Albuquerque acrescenta a questão do maior poder das gravadoras, que definiam, de alguma forma, as músicas que conquistavam espaço nos veículos de comunicação.

Quando a Isabel veio para o Segundo Caderno, e foi uma das razões que a gente resolveu também parar com o Rio Fanzine, ela trouxe essa visão que a gente tinha do Rio Fanzine já estabelecida e ela absorveu isso tudo para o Segundo Caderno, então as pautas relacionadas à cultura alternativa não precisavam mais ficar no gueto. Era o meu sonho, e de todo mundo [do meio, na época], em vez de manter o *underground*, é tornar o *underground* maior. Isso aconteceu. (...) Então não tinha mais a necessidade daquele espaço. (ALBUQUERQUE, 2013)

Bruno Natal, colaborador da Transcultura, também escreveu para o Rio Fanzine. Ele não se recorda do número exato, mas a quantidade de textos publicados na antiga

<sup>7</sup>Informações publicadas no Portal Imprensa, em 11/3/2010. Disponível em [http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas\\_noticias/2010/03/11/imprensa34308.shtml](http://portalimprensa.uol.com.br/portal/ultimas_noticias/2010/03/11/imprensa34308.shtml). Acesso em 30/7/2013.



coluna de cultura alternativa do *O Globo* fica em torno de 50. Ele fala sobre as semelhanças do Rio Fanzine com a Transcultura.

O Rio Fanzine foi minha porta de entrada no jornalismo impresso (...). É uma influência gigantesca pra mim, tanto em termos de como lidar com a pauta, de que maneira abordar os assuntos ou sobre o que é pauta. Então, eu não opero muito diferente do que eu operava na época do Rio Fanzine como colaborador. A única diferença é que agora a coluna leva meu nome também, a do Rio Fanzine não levava, então acho que é uma inspiração muito grande, é uma continuidade também. Eu acho que a Transcultura tem um espectro mais amplo do que o Rio Fanzine, no que diz respeito às áreas cobertas. O Rio Fanzine era bem focado em música, em cultura alternativa e no Rio de Janeiro, apesar de cobrir outras coisas, falar de outras cidades. Eu acho que a Transcultura acaba falando de mais coisa, acaba sendo um pouquinho mais, até por ser feita por mais pessoas. (NATAL, 2013)

O nome da página da “sucessora” do Rio Fanzine, afirma Albuquerque, surgiu para passar uma ideia de mistura, traspassamento, entre todas as novas páginas do Segundo Caderno, algo que atravessasse barreiras e passasse por diferentes áreas sem ater a elas. Enquanto o Rio Fanzine tinha foco na música e abarcava outras áreas alternativas, com alguma frequência, a Transcultura não tinha foco algum.

Albuquerque reforça que, se antes era fundamental para uma banda aparecer no jornal, agora esta necessidade não existe mais. Um bom exemplo, de acordo com ele, são as festas que precisavam sair no Rio Fanzine para atrair público, enquanto hoje redes sociais como o Facebook divulgam o evento para toda uma rede de pessoas conectadas.

O Rio Fanzine era produzido da seguinte forma: o que cada um visse ou ouvisse de interessante publicava. Não havia reuniões. Já na Transcultura, os quatro colaboradores tinham a liberdade de produzir pautas de acordo com suas preferências e vontades, mas a seleção passava depois pelo crivo de Carlos Albuquerque e da editora do Segundo Caderno. Muito raramente, aponta o editor da página, o mesmo sugeria pautas aos colaboradores.

Os colaboradores, por si, escolhiam a notícia e se comprometiam a selecionar boas fotografias. Eles eram colaboradores porque não tinham vínculo empregatício com o jornal *O Globo* e sequer frequentavam ou produziam conteúdo na redação do jornal. Tudo era feito à distância, por intermédio da *world wide web*. O diploma de jornalista não foi uma exigência para formar o grupo. O que os responsáveis pela buscavam era formar uma equipe de pessoas com “riquezas culturais” diferentes, que pudessem

“somar para fazer uma página legal, dentro do universo alternativo, em várias áreas”, ainda segundo Albuquerque (2013).

A linguagem utilizada, afirma o editor da página, seria um limiar entre a utilizada em blogs, por exemplo, e as chamadas *hard news*, ainda dependeria de ganchos e *leads*, mas não seriam tão rígidas como os textos do resto do jornal. O desafio da Transcultura se tornaria então dar conta das ofertas culturais e ainda se diferenciar do resto do Segundo Caderno e do conteúdo oferecido na internet.

Um exemplo de matéria que resumiria o espírito da Transcultura, acredita Albuquerque, seria uma produzida pelo colaborador Bruno Natal em maio deste ano sobre o *rapper* De Leve<sup>8</sup>, que estava afastado do mercado da música por questões pessoais, mas que planejava voltar à ativa. Natal fez contato com o músico pelo Facebook e conseguiu os detalhes do afastamento e os planos para a continuação. Uma história que nenhum outro veículo jornalístico tinha publicado até então.

A nova página, então, não estaria propriamente comprometida com reflexões acerca da produção cultural, que tornariam o conteúdo da página mais denso. O objetivo se assemelhava ao da maioria dos cadernos de cultura dos jornais brasileiros de grande circulação, abarcar as novidades e tendências mais atraentes para o leitor, no sentido de fazê-lo perceber que aquele veículo pode mantê-lo informado sobre o que acontece de mais interessante no setor cultural e artístico, produzido de forma independente ou não, relacionado à cultura pop ou não.

Carlos Albuquerque acredita que o fato de o jornal ser “descartável por essência” implica que ele carregue também conteúdos mais fluidos e fáceis de serem assimiladas.

Alice Sant'Anna<sup>9</sup>, uma das colaboradoras, explicou que as notícias da página seriam as que “habitualmente não sairia no jornal. Procurava-se o que era “quente”, com “gancho”, ou não. As fontes de Alice, segundo ela, eram diversas, mas vinham principalmente de conversas com amigos e pela navegação na internet.

Para Bruno Natal, as pautas eram definidas pelo gosto pessoal.

Eu acabo escrevendo mais de música e cultura digital, que são dois assuntos que eu gosto e conheço melhor e me sinto mais confortável para escrever. (...) escrevo tanto de artista que já é estabelecido e está numa gravadora grande, quanto de artista que nem gravadora tem, no caso de música. No caso de cultura digital, já escrevi sobre empresas grandes, estabelecidas, mas normalmente eu escrevo mais sobre

<sup>8</sup> “De Leve prepara a volta”. Disponível em <http://oglobo.globo.com/cultura/de-leve-prepara-volta-8483360>. Acesso em 30/07, às 2h28.

<sup>9</sup> Alice Sant'Ana foi entrevistada em jul. 2013 via e-mail.

---

comportamento. E as fontes vêm de leitura ao longo da semana, assuntos que vão chegando, conversas com amigos (NATAL, 2013)

Os limites que cada um sentia em relação ao produzido divergiam. Alice destacou questões relacionadas às convenções do texto jornalístico, como a necessidade de um gancho e o tom impessoal do texto, apesar de uma das partes da página, o Tchequirau<sup>10</sup>, ser “pessoal e não precisa de gancho nenhum”. Bruno Natal, no entanto, apontou para a liberdade do espaço, que permitia que ele escrevesse sobre o que quisesse, salvo por questões editoriais.

A rotina de produção das matérias funcionava da seguinte maneira, os quatro colaboradores tinham até terça-feira para enviarem texto e foto para Carlos Albuquerque, junto com a dica para o Tchequirau.

Como reforçou Bruno Natal, nem todos os textos enviados eram publicados. Geralmente, a página tinha duas matérias, ou seja, metade do que era encaminhado para publicação, e o restante ia para uma espécie de “gaveta”, utilizada em casos de emergência. A coluna era fechada na noite de quarta-feira, podendo sofrer alteração na manhã de quinta, para então ser publicada na sexta-feira.

Na edição do dia 5 de julho, de 2013, para citar um exemplo, estava em destaque uma matéria de Alice Sant'Anna sobre um ensaio fotográfico com travestis que trabalham e moram na Lapa, com cinco fotos. O primeiro parágrafo, com uma linguagem próxima a da literatura, contava a trajetória da fotógrafa na casa das travestis. A fotógrafa tinha voz no texto, indicando suas influências e comentando sobre o envolvimento do fotógrafo com o objeto da fotografia. Abaixo, a página trazia uma matéria de Bruno Natal, sobre um documentário inspirado no estilo musical Emo, discutindo sobre a construção de rótulos no cenário musical, com declarações do diretor do filme.

De acordo com Bruno Natal, a seção recebia “pouquíssimos” e-mails de assessoria de imprensa, que, quando chegavam, não ganhavam atenção do jornalista, que preferia escolher os assuntos que realmente o interessam. “Acho que a assessoria de imprensa, na maior parte das vezes, no Brasil, é muito malfeita, a pessoa tenta cavar uma pauta, oferece coisas que não têm nada a ver com você, ou não têm nada a ver com a coluna” (NATAL, 2013). Já Alice, “muito raramente” acatava algumas sugestões.

---

<sup>10</sup> Coluna da página produzida a partir de dicas dos mais variados assuntos de cada um dos colaboradores.

A ferramenta mais utilizada por eles era a internet. De acordo com Alice, para produzir as matérias, existia uma pesquisa que não seguia uma metodologia. Artistas brasileiros ganhavam maior atenção por intermédio da rede de contatos da própria.

Sobre o espaço oferecido a produções de amigos e conhecidos dos colaboradores da Transcultura, Bruno Natal destacou:

Eu escrevo muito pouco sobre coisas que são produzidas por conhecidos meus, no sentido de amizade pessoal, eu acho que trabalhando nesse meio de cultura, eu já estou há uns 15 anos, você acaba conhecendo as pessoas do meio, elas acabam virando suas fontes também, e mais ou menos onde você circula você descobre as histórias mais frescas, mais incipientes, né, que tão dando mais pano para falar. Acho que a reportagem vem no sentido de você pescar um assunto desses que está acontecendo, perceber uma coisa, uma tendência, e ir atrás dela para tentar entender, poder contextualizar, e explicar aquilo. Então de maneira geral acho que não tem a ver ser conhecido ou não. (...) o fator definidor é, eu escrevi essa matéria e a pessoa é minha amiga, e não a pessoa é minha amiga e eu escrevi essa matéria (...) tenho diversos amigos que produzem coisas sobre as quais nunca escrevi nem nunca escreveria, porque não me interessam ou porque não gosto. (NATAL, 2013)

### Considerações finais

O Jornalismo Cultural pode ser considerado como o “campo que reúne textos de características críticas e reflexivas ao mesmo tempo em que outros de prestação de serviços e intenções comerciais” (SIQUEIRA e SIQUEIRA, 2007, p. 1). A história do Jornalismo Cultural, no entanto, conta com pequenos capítulos de abertura a questões que não costumam ser abordadas pelos grandes jornais. O Rio Fanzine, por exemplo, que circulou no jornal O Globo entre 1986 e 2010, abriu espaço em um grande jornal do país, considerado conservador, para o chamado *underground*. Devido ao caráter amplo e heterogêneo do Jornalismo Cultural, não podemos afirmar, então, que a perspectiva mercadológica da notícia cultural, embora predominante no jornalismo diário, configure o gênero.

Se antes o trunfo do Rio Fanzine era trazer à luz coisas que estavam à margem do *mainstream*, se diferenciando de outras publicações que tinham seu conteúdo mais comprometido ou relacionado com grandes corporações, o advento da internet, ao facilitar a produção e circulação de produtos culturais, reforçou também a democratização do acesso ao conteúdo. A Transcultura, então, legado do anterior, surgiu

no mercado com o objetivo de lidar de maneira criativa e original com o novo cenário, e se apresentar como um diferencial no impresso, participando da constante luta dos jornais para mostrar conteúdo exclusivo e ausente na *web*.

A página Transcultural se tornou, ou pelo menos se propôs a ser, um exemplo de resposta às mudanças nas formas de produzir, consumir e circular arte, com a não menos difícil missão de abrir espaço para produções e manifestações artísticas e culturais que ainda permaneceriam às margens da cobertura jornalística do caderno, mesmo com a maior abertura deste, como um todo, a diferentes gêneros, produtos e artistas.

As barreiras que a internet rompeu no cotidiano das pessoas deixaram marcas nas empresas jornalísticas, que ainda não foram superadas, e no modo de produção, compartilhamento e fruição das produções artísticas. A adaptação do conteúdo, editoria e plataformas utilizadas pelos jornais, sem falar nas questões da área financeira, segue em curso e a internet, além de fechar alguns jornais e abrir outros, impulsiona a adoção de novas estratégias, inclusive algumas que afetam a qualidade do jornalismo. Grupos de mídia criam e devem continuar a criar e reformular planos na tentativa de atender a um suposto novo perfil de consumidor.

## Referências bibliográficas

ABREU, Alzira Alves. **Os suplementos literários, os intelectuais e a imprensa nos anos 50**. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1996.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **A Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

AZZOLINO et al. Mapeamento – **O ensino de Jornalismo Cultural no Brasil em 2008: carteira professor de graduação**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

GADINI, Sérgio Luiz. **A cultura como notícia no jornalismo brasileiro**. Cadernos da Comunicação. Rio de Janeiro, Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, v. 8, 2003.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalistas e revolucionários: nos tempos da imprensa alternativa**. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2003

O GLOBO. **Colunistas estarão mais presentes com conteúdo multimídia**. Disponível em O Globo: <http://oglobo.globo.com/brasil/colunistas-estarao-mais-presentes-com-conteudo-multimidia-20839967> (29 de Janeiro de 2010), Acesso em: 25 de abril de 2017.

O GLOBO. **O GLOBO, EXTRA e EXPRESSO se integram em uma redação multimídia**. Disponível em O Globo: <http://oglobo.globo.com/brasil/o-globo-extra-expresso-se-integram->

---

[em-uma-redacao-multimedia-20840004](#) (29 de Janeiro de 2010), Acesso em: 25 de abril de 2017.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2009.

Redação Portal IMPRENSA. "**Segundo Caderno**" de "**O Globo**" aumenta após absorver conteúdo de dois suplementos. Disponível em Portal Imprensa:

<http://portalimprensa.com.br/noticias/brasil/74279/segundo+caderno+de+o+globo+aumenta+ap+os+absorver+conteudo+de+dois+suplementos> (11 de setembro de 2015), Acesso em: 25 de abril de 2017.

SEGURA, Aylton; GOLIN, Cida; ALZAMORA, Geani. **O que é jornalismo cultural**. In: I. Cultural, Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural no Brasil em 2008: carteira professor de graduação. São Paulo: Itá Cultural, 2008.

SIQUEIRA, Denise; SIQUEIRA, Euler David. **A cultura no jornalismo cultural**. Lumina - Revista do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Juiz de Fora, jun. 2007.

TASCHNER, Gisela. **Folhas ao vento: análise de um conglomerado jornalístico no Brasil**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1992.

TEIXEIRA, Nísio. **A interseção divergente: economia, cultura, jornalismo**. In: AZZOLINO et al. Mapeamento – **O ensino de Jornalismo Cultural no Brasil em 2008: carteira professor de graduação**. São Paulo: Itá Cultural, 2008.

### **Entrevistas**

ALBUQUERQUE, Carlos. Entrevista concedida a Pamela Mascarenhas na redação do jornal O Globo. Rio de Janeiro, 15 jul. 2013. .

NATAL, Bruno. Entrevista em áudio concedida a Pamela Mascarenhas. Rio de Janeiro, 15 jul. 2013.

SANT'ANNA, Alice. Entrevista por e-mail concedida a Pamela Mascarenhas. Rio de Janeiro, 18 jul. 2013.