



## **Jornalismo Cultural e Folkcomunicação: A Presença do Elemento Religiosidade no Site Cultura Plural<sup>1</sup>**

Jéssica dos Santos NATAL  
Vitor Cassiano de CARVALHO  
Karina Janz WOITOWICZ (orientadora)  
Universidade Estadual de Ponta Grossa, Ponta Grossa, PR

**Resumo:** O artigo propõe um diálogo entre o jornalismo cultural e a perspectiva teórica da folkcomunicação para abordar os aspectos de tematização e tratamento jornalístico apresentados na editoria ‘Religiosidade’, presente no site *Cultura Plural* – projeto de extensão produzido pelo Curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa ([www.culturaplural.com.br](http://www.culturaplural.com.br)). A partir de um recorte que compreende todas as produções jornalísticas sobre o tema da religiosidade, pretende-se analisar as características noticiosas, como fontes, gêneros, formatos e a incidência de elementos da cultura popular, de modo a caracterizar a produção do site e seus critérios de agendamento. O caráter multimídia, característica importante do webjornalismo, também será considerado, por se tratar de uma plataforma online.

**Palavras-chave:** Jornalismo cultural; folkcomunicação; webjornalismo; cultura popular; religiosidade.

### **Introdução**

O ano de 2011 trouxe uma novidade para o curso de Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG): a criação do site *Cultura Plural* (<http://www.culturaplural.com.br>), desenvolvido a partir de um projeto de extensão que objetiva dar visibilidade aos grupos e artistas populares da região dos Campos Gerais do Paraná.<sup>2</sup> Voltado para a cobertura jornalística da cultura na região, o portal é um dos pioneiros do segmento na cidade e o principal meio de divulgação da agenda cultural de Ponta Grossa. O site já produziu centenas de notícias, reportagens especiais, vídeos, fotos e audios que tematizam e difundem a cultura, com ênfase nas manifestações populares.

Em relação à proposta gráfica e editorial do site, o *Cultura Plural* conta com alguns recursos próprios do jornalismo na web, como slideshow (na seção Lente Quente)<sup>3</sup> e ferramentas interativas vinculadas às redes sociais. Na lateral esquerda, com

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado em Joinville/SC de 4 a 6 de junho de 2015.

<sup>2</sup> A criação do site teve o apoio da Fundação Nacional de Artes (Funarte) – órgão vinculado ao Ministério da Cultura (MinC) do Governo Federal.

<sup>3</sup> O espaço é mantido em parceria com o projeto de extensão Lente Quente (disponível em: <https://www.flickr.com/photos/lentequente/>), que produz fotos diárias sobre a cena cultural de Ponta Grossa. O projeto é coordenado pelo professor Rafael Schoenherr.



foto e título em destaque, são publicadas notícias especiais e conteúdos atualizados, com maior visibilidade. Na lateral direita, constam as notícias mais recentes, publicadas em um dos menus (podcast, notas, música, gastronomia, artes plásticas, circo, dança, santos populares, teatro, oportunidade, humor, grupo étnico, fotografia, mapa cultural, humor, espaço colaborativo, festas populares, entrevista, crítica, artesanato, religiosidade, literatura e hip hop), que caracterizam o conteúdo do site.

Por se tratar de um veículo especializado em jornalismo cultural, que assume o desafio de tematizar a cultura para além de lançamentos e eventos, o site possui reportagens em que é possível verificar a presença de elementos folkcomunicacionais ou da cultura popular. Em um mapeamento da cobertura jornalística realizada pelo site, observou-se que o tema da religiosidade abre um espaço significativo para abordagens capazes de contemplar a diversidade e a pluralidade das manifestações culturais. Este aspecto justifica o recorte temático do presente artigo, que compreende as produções do Cultura Plural entre maio de 2011 e dezembro de 2014 sobre o tema em questão.

O trabalho compreende uma discussão acerca das novas formas do fazer jornalístico, por meio da interação e presença multimídia em todo o site Cultura Plural. Cabe também analisar o jornalismo cultural sob o atual viés convergente do jornalismo, mostrando a influência folkcomunicacional nas matérias religiosas abordadas.

Diante das limitações apresentadas pelo modelo hegemônico de produção jornalística na área da cultura, entende-se que cabe às universidades oferecer outro olhar sobre as manifestações da cultura, com o propósito de abranger a diversidade do que é produzido pelos grupos e artistas locais. Neste sentido, torna-se fundamental ampliar o campo de atuação do jornalismo cultural, de modo a entendê-lo como propulsor de espaços de valorização da cultura.

### **Jornalismo Cultural e Folkcomunicação**

A noção de cultura desenvolvida por Beltrão (1980) tem como referência o folclore e as manifestações populares, que são vistas como algo dinâmico. A cultura popular é, portanto, um campo que traduz o conhecimento das classes subalternas, incorporando as dinâmicas da vida social.<sup>4</sup> Com base neste aspecto, a folkcomunicação valoriza os diferentes modos através dos quais os grupos sociais se relacionam e

---

<sup>4</sup> A abordagem realizada por Beltrão sobre o folclore permite contemplar a possibilidade de resignificar a cultura e de criar meios próprios de expressão dos grupos marginalizados, partindo da ideia de que os movimentos populares e grupos sociais são capazes de reproduzir ou contestar estereótipos e hierarquias da cultura dominante.



produzem a cultura, em meio às relações entre a comunicação de massa e a comunicação popular.

A folkcomunicação, ao se basear na cultura e na comunicação popular, permite aprofundar o debate sobre jornalismo cultural e cultura popular, possibilitando reflexões centradas na relação entre a comunicação de massa e as manifestações que configuram a identidade dos grupos e comunidades. A interface proposta entre a folkcomunicação e o jornalismo cultural sustenta-se, portanto, na investigação sobre o modo como o jornalismo abre (ou não) espaços para a expressão e a visibilidade da diversidade cultural, em meios às estratégias do mercado de consumo midiático.

Para abordar a cultura popular no jornalismo, torna-se necessária uma caracterização do jornalismo cultural, tema central deste trabalho. Daniel Piza (2009) trata o jornalismo cultural como um tipo de jornalismo especializado, que possui pontos de diferenciação, a começar pelo conteúdo das notícias, que “olham mais para o que ainda vai ocorrer do que para o que ainda está acontecendo ou já aconteceu” (2009, p. 80).

Segundo estudo desenvolvido por Gadini (2009), que compreende análise dos principais cadernos culturais do país, cerca de 50 a 70% de matérias diárias referem-se a assuntos locais e regionais. No que se refere aos temas pautados, o autor observa que o critério de agendamento está associado à lógica de serviço, com destaque para a agenda televisiva e roteiros culturais, que ocupam 50% do espaço total dos cadernos de cultura. Assim, o espaço para matérias jornalísticas e críticas culturais, na avaliação do autor, fica restrito a apenas cerca de 40% das páginas dos impressos.

A crítica a este perfil assumido pelo jornalismo cultural, que se limita às tendências do mercado de consumo, é recorrente. Daniel Piza (2009, p. 62-63) parte desta característica para discutir os ‘males’ do jornalismo cultural: o atrelamento à agenda, a qualidade dos textos e a marginalização da crítica.

Em texto publicado no *Observatório da Imprensa*, Vaniucha de Moraes (2003) critica o jornalismo cultural que não promove aprofundamento e análise sobre temas da cultura brasileira, restringindo-se à programação de lazer e entretenimento e reproduzindo os mesmos temas e manifestações.

A cobertura feita pela grande mídia brasileira dos eventos culturais e folclóricos carece de maior profundidade e análise. A diversidade cultural de um país como o Brasil, que agrega em seu território a cultura de tanto povos e suas diversas culturas, é incompatível com o que habitualmente é exposto nas emissoras de rádio e televisão, nas



editorias de cultura dos jornais impressos e nos sites informativos da internet. O jornalismo cultural, especialização profissional caracterizada por reportar eventos e fatos relacionados à cultura global, nacional e local e suas manifestações, está cada vez mais resumido ao entretenimento e as notícias sobre celebridades. Falta densidade e reflexão sobre os movimentos culturais e seus principais atores, tal como é proposto na definição do próprio jornalismo cultural. (MORAES, 06/04/2003)

Fábio Gomes (2009) partilha das críticas voltadas à cobertura jornalística na área da cultura e questiona a crise no jornalismo cultural, referindo-se à resistência no uso da internet como uma nova mídia e aos limites da cobertura realizada pelos veículos. O autor aponta para a ampliação dos espaços para tematização da cultura com o jornalismo na web.

O padrão é o veículo impresso integrar uma rede de comunicação multimídia – incluindo rádio, TV, site, gravadora –, que muitas vezes se constitui em apenas um dos braços de um grupo empresarial com variados interesses econômicos. Embora seja difícil determinar ao certo, podemos imaginar que estes múltiplos interesses podem interferir na forma de abordagem de temas culturais, ou na escolha deste e não daquele tema. Hoje, porém, o sujeito cultural da era da cibercultura dispõe de uma larga oferta de sites e blogs de jornalismo cultural, quase todos independentes - ou seja, sem ligação com grupos de comunicação – e nessa área em franca expansão não se fala em crise. (GOMES, s/d, 2009)

Na perspectiva indicada por Gomes, há espaço para um trabalho diferenciado com o jornalismo cultural, especialmente quando se trata de expandir os limites dos interesses econômicos. No caso do site *Cultura Plural*, utiliza-se das potencialidades das tecnologias para fortalecer a difusão dos grupos e artistas populares, sem abrir mão da criação de espaços para oportunizar a interação com a cultura local.

No que se refere à produção jornalística na área da cultura, o site já publicou, desde agosto de 2011 até o fim de 2014, mais de mil textos (entre reportagens, matérias e notas), 85 áudios (edições do podcast *Conserva Cultural*), 56 galerias de fotos e 110 vídeos (entre registros na íntegra das manifestações culturais na seção *Palco Virtual*, reportagens e programas televisivos). Em relação ao número de acessos, registra-se ao longo de mais de três anos de existência do site, uma média de 10 mil acessos mensais.

Os dados demonstram as possibilidades de visibilidade das manifestações culturais no contexto dos Campos Gerais do Paraná, a partir da produção multimídia na área da cultura. Nos tópicos que seguem, serão apresentadas observações sobre a



cobertura acerca da temática religiosidade, como forma de ilustrar a presença da cultura popular e a utilização de recursos multimídia na pauta jornalística.

### **Religiosidade na produção jornalística do Cultura Plural**

A presença da cultura popular na mídia passa por um processo de apropriação para se adaptar ao formato de notícia com interesse jornalístico. Durante a análise, tais manifestações se mostraram de grande influência para produções jornalísticas do site *Cultura Plural*.

A categoria religiosidade, desde a sua primeira publicação (em julho de 2011), contempla 55 publicações até dezembro de 2014. Dentre elas, 38 são matérias com foto, já que a pesquisa excluiu da coleta de material empírico as notas informativas. Com esse resultado foi possível analisar o que está presente nessas publicações e suas principais características.

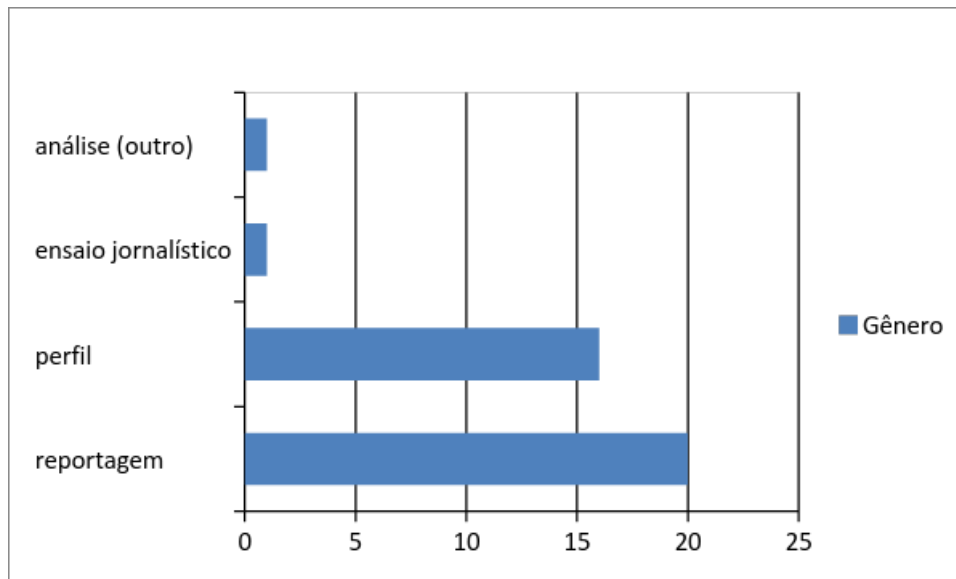
A tabela que serviu de base para análise das publicações trabalhou com seis parâmetros de análise: Formato, Gênero, Abrangência, Elemento selecionador da matéria, fontes e presença da cultura popular/eixo temático. Por todas as reportagens se encaixarem na opção ‘religiosidade’ no parâmetro ‘eixo temático’, nos concentraremos nas outras opções.

Na primeira opção, que é ‘Gênero’, observamos que a reportagem foi a principal forma de construir os textos sobre as manifestações religiosas. Logo em seguida, vem o perfil, tanto de personagens, quanto de lugares. Uma das características do jornalismo cultural é optar pela reportagem para os seus textos. Além de poder ser mais extensa, a reportagem pode trazer mais fontes, contextualização e interpretação.

O jornalismo cultural esteve presente desde o início da história da imprensa brasileira. A inclusão de reportagens e ensaios jornalísticos era a principal característica de escrita dos jornalistas, desde a era colonial. Segundo Fábio Gomes (2009), a cultura apareceu na imprensa brasileira em meados do século XIX, com resenha de teatros, obras literárias e análises de obras plásticas.

Essa característica de texto mais extenso e interpretativo teve algumas mudanças, mas sempre permaneceu como uma das principais formas de se fazer jornalismo cultural no Brasil. No site *Cultura Plural*, percebeu-se que isso não é diferente. Tanto que 20 das matérias analisadas eram reportagens e 16 eram perfis, o que, também, é uma das características textuais recorridas para se escrever. É possível visualizar o que foi coletado no gráfico abaixo:

### Gráfico 1: Gêneros jornalísticos



Fonte: Os autores, 2015.

As outras duas opções encontradas foram ensaio jornalístico e análise, que se encaixam na opção ‘outro’, com uma ocorrência cada. O ensaio jornalístico trouxe por título da matéria “A nova onda do Pastor”, onde o texto trazia aspectos históricos sobre a formação das igrejas evangélicas do Brasil, tendo como gancho a Marcha Para Jesus, que havia acontecido na época, misturado a artigo e análises do próprio jornalista.

A partir da constatação de que a reportagem foi o meio principal de se produzir os conteúdos, chegamos à segunda categoria: abrangência. Cerca de 80% das matérias foram produzidas em Ponta Grossa, com fontes que residem e produzem na mesma cidade. Logo em seguida, as matérias de região ocupam uma parcela dos eventos agendados pelo site.

Operar uma rede de comunicação, produzir notícia e dar visibilidade a determinado acontecimento, tanto de cultura popular, quanto de qualquer outra referência, exige um trabalho e esforço do jornalista. Osvaldo Trigueiro (2005), em seu texto “A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos” explica sobre a apropriação que a mídia faz das manifestações da cultura popular e vice e versa. Também, como alguma relação de folkcomunicação é encontrada na mídia.

Os jornalistas, segundo o autor, são importantes agentes folkmediáticos. Eles podem reportar os acontecimentos, serem mediadores deles, e transformar o que era local, numa manifestação global:

Dessa forma, intelectuais até então “não consagrados” pela academia são também os que produzem a cultura popular e que operam nas redes de comunicação cotidiana como mediadores ativistas no processo dialético da hibridização cultural entre o moderno e o tradicional, o rural e o urbano, o global e o local (TRIGUEIRO, 2005. P. 7)

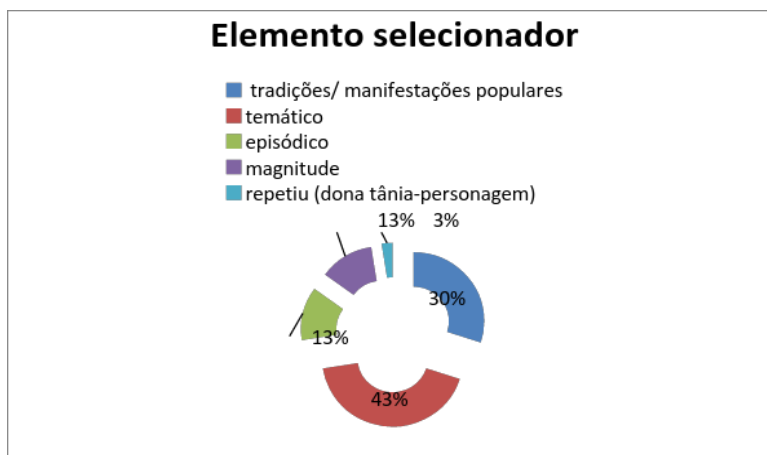
A religiosidade aparece nas notícias ligadas, principalmente, ao cenário católico e de crenças populares. Manifestações, como a de Corpus Christi, aparecem quatro vezes na mesma editoria. Inclusive, a primeira matéria produzida, em julho de 2011, é da procissão que aconteceu em Ponta Grossa.

Outras matérias, também recorrentes no site, se referem às crenças populares e a festas tradicionais de santos padroeiros. Um exemplo é a festa de Nossa Senhora das Pedras, que acontece todo ano em Palmeira, que ganhou três textos ao longo da existência do site. Corina Portugal, santa popular considerada milagreira em Ponta Grossa, e também a Mudinha, popular para moradores da Lapa, receberam duas matérias a respeito.

A identificação do elemento selecionador da matéria foi a que obteve maior variação de análise. Foi levado em conta o caráter da matéria, se era factual, tinha um tema de uma sequência de reportagens ou se o cunho era de tradições/ manifestações populares.

A maior ocorrência foi referente às matérias temáticas. Um tema, que ganhou em média 12 reportagens no ano de 2013, foi das diferentes religiões em Ponta Grossa; cristãs e suas variações, budistas, mórmons, afro-brasileira e islâmica. É possível visualizar conforme segue:

**Gráfico 2: Elemento selecionador da pauta**



Fonte: Os autores, 2015.



Podemos perceber que 30% das matérias se encaixaram no quesito tradições/manifestações populares. Beltrão afirma que a comunicação nas manifestações populares ocorre de maneira artesanal, horizontal e dirigida a um determinado público. A partir do momento em que uma manifestação popular é retratada na mídia existe uma ressignificação, e o que era local, passa a não ter mais um ponto fixo. Torna-se ‘glocal’, conforme Trigueiro (2006):

Essas interações (inter)mediadas, cada vez mais próximas, entre os produtores da cultura popular/folclórica e os produtores de cultura dos meios massivos despertaram no pesquisador o interesse de estudar as novas configurações culturais e entender como operam os agentes da folkcomunicação nesses novos processos de intercâmbio comunicacionais entre o local e o global. (TRIGUEIRO, 2006. p. 5)

Quando uma comunicação que era restrita passa a ser mediada pelo jornalismo, as formas de interação e formação mudam. Tratam-se de múltiplos processos comunicacionais, que acionam os chamados agentes da folkcomunicação (líder de opinião que pertence a uma comunidade, como personagens religiosos presentes nas notícias), bem como demais grupos religiosos e membros da comunidade em geral. O jornalista, interessado nessa forma de interação, passa a se inserir nesses fluxos de comunicação, produzindo conteúdos sobre a realidade que o cerca. É assim que percebemos notícias sobre diversas manifestações populares na mídia, que são tratadas a partir do interesse humano em conhecer tradições, crenças, personagens e costumes.

### **Fontes de informação: em busca da pluralidade**

Quanto à utilização de fontes, os textos do *Cultura Plural* procuram seguir a lógica de pluralidade. A variedade de falas e informações de fontes aparece em grande parte das matérias. O que chamou atenção durante a coleta foi que em praticamente todas as matérias o repórter participou ativamente das informações do texto.

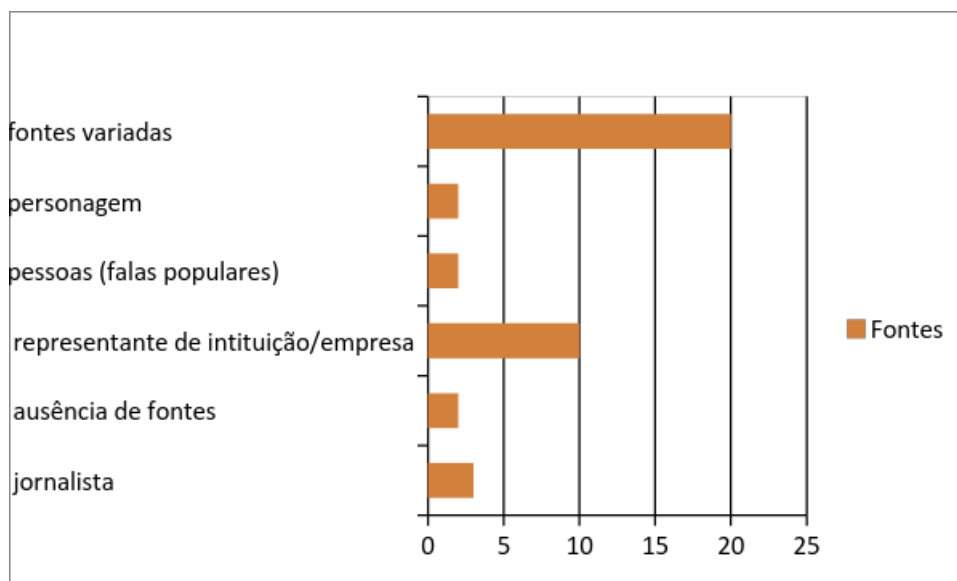
Em determinados eventos, por exemplo, o texto trazia que o espaço da apresentação tinha goteiras no teto, ou que algumas cadeiras estavam quebradas. Informações que outras fontes não trouxeram, o jornalista expôs. Essa forma de observação de descrição do ambiente, que é característica do jornalismo literário, é uma opção recorrente nos textos do site. Conforme Gomes (2009), características do



jornalismo literário marcam presença historicamente nos cadernos e suplementos culturais brasileiros.

É possível atentarmos ao uso das fontes na tabela abaixo. Na categoria ‘fontes variadas’ optou-se pelo termo para determinar as reportagens que possuem mais de uma fonte no texto. Como exemplo, a matéria “Uma caminhada marcada pela oração e sacrifício” possui dois tipos de fontes: falas populares, que seriam pessoas sem qualquer vínculo com instituição ou órgão; e a fonte jornalista, responsável pela observação do local e seu relato. Em todas as reportagens com mais de uma fonte, há a presença do jornalista. O que pode ser um objeto de estudo de como o site *Cultura Plural*, assim como seus colaboradores, trabalham em um jornalismo cultural que utiliza determinados recursos próprios desta especialidade, conforme se verifica no levantamento de fontes que segue:

**Gráfico 3: Fontes utilizadas**



Fonte: Os autores, 2015.

Assim, é possível observar, neste estudo das reportagens do site, que o tema religiosidade reivindica várias características. A começar pelo diálogo com o conceito de folkcomunicação, pois a cultura popular e essa mediação nos meios de comunicação faz com que as manifestações ganhem algum significado, tanto para os leitores do site, quanto para o grupo que foi base para a construção da notícia.

Também, como em muitos sites jornalísticos, a forma de fazer uma reportagem, com suas características próprias, estiveram presentes. Apropriar-se dessas formas de



vivência para fazer o texto jornalístico é um dos recursos para se inserir a cultura popular na mídia, sem recair em abordagens sobre o exótico ou emitir juízos acerca das manifestações religiosas.

### **Webjornalismo, multimídia e produção cultural**

Plataforma mais recente de produção de notícias, o webjornalismo, tal como conhecemos hoje, demorou a engrenar. No princípio, era usado como transposição de material dos outros meios devido à baixa velocidade de conexão e de interfaces textuais, como atesta João Canavilhas (2001). Em primeira instância, o impresso; posteriormente, a inclusão da TV e do rádio, mas que também se limitavam a apenas reproduzir o conteúdo já dado. O consumo, no entanto, crescia (sobretudo no início do século XXI), uma vez que a internet ganhava mais espaço e facilidade de acesso.

A partir daí, coube ao jornalismo online uma adaptação de forma e conteúdo. Isso por que televisão, rádio e impresso têm sua linguagem própria, e o desafio, então, seria atender às exigências de um público que cobra mais objetividade e controle da informação, como afirma João Canavilhas.

É incorporada a figura do jornalista multimídia, capaz de trabalhar em diversos suportes (áudio, vídeo e texto) para atender as necessidades atuais do mercado convergente do jornalismo, em virtude do estabelecimento da internet. O webjornalismo se caracteriza, assim, pela rapidez da informação e pela capacidade de interação do público de forma instantânea.

O processo de produção da notícia também é alterado para ir ao encontro da nova plataforma. Pensar em notícia para a web, sinteticamente, significa pensar em como atrair o leitor, o chamado “leitor não linear”: visualiza imagens, vídeos e ilustrações que possuem relação com o texto, sem necessariamente obedecer a uma ordem. Neste caso, observa-se que o site *Cultura Plural* entra na lógica da multimídia, já que praticamente todas as matérias do site contêm foto ou suporte que complementa o textual.

O site contempla uma política editorial específica do jornalismo cultural (Fábio Gomes, 2009). Como parte do segmento, há o agendamento de eventos e, posteriormente, sua respectiva cobertura, realizada por vários repórteres participantes do projeto para atender os formatos abrangidos pelo site, tais como áudio, vídeo, imagem e texto.



A cultura popular ou folkcomunicação é evidenciada na escolha do tema religiosidade, uma vez que o site compreende uma abrangência cultural de acontecimentos e manifestações de Ponta Grossa e região. Nas matérias multimídia, não é apenas o texto responsável por demarcar a presença desta cultura específica. Por reunir outros meios (áudio, imagem e vídeo), realiza nova forma de documentação.

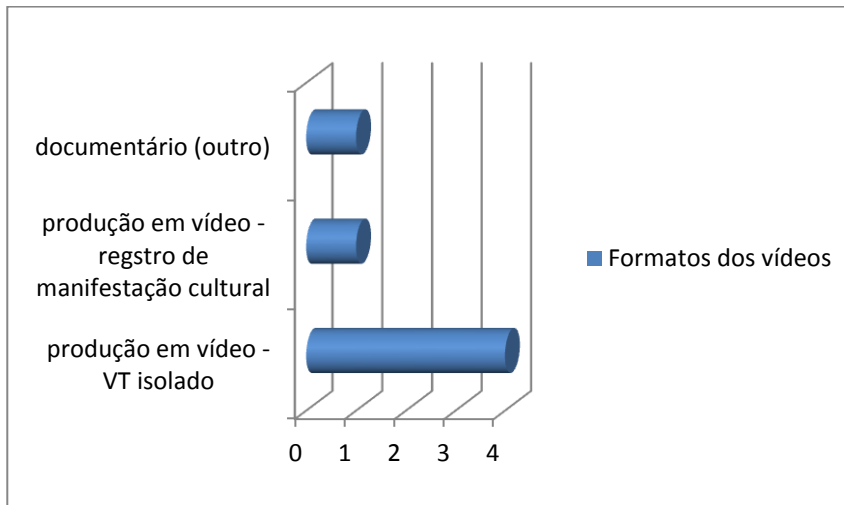
O conteúdo multimídia do site pode ser encontrado de maneira rápida, na parte superior direita da página inicial. Ali, é dividido em quatro grupos: “Ouça aqui” integra todas as produções em áudio do site, disponibilizada por meio de podcasts. “Vídeos” abrange todo o conteúdo audiovisual presente de produção própria, e produções de outros projetos de extensão do curso de Jornalismo da UEPG. “Palco Virtual”, responsável por vídeos de apresentações culturais na íntegra, também faz parte da categoria de todos os vídeos. Por fim, “Galerias” compreende todas as galerias de foto, a maioria em parceria com outro projeto da universidade, o Lente Quente, destinado a registros em fotografia de jornalismo cultural e da periferia de Ponta Grossa e região.

A análise da cobertura de manifestações e eventos culturais é delimitada à categoria religiosa, de forma a evidenciar e mostrar as manifestações da cultura popular presentes neste gênero. O material multimídia do gênero religiosidade encontrado, datado de maio de 2011 até dezembro de 2014, possui características de três formatos, que chamaremos de editorias.

Na editoria de áudio, é por meio do programa seriado Conserva Cultural que encontramos reportagens com cunho religioso. A primeira aparição foi no ano de 2012. Em abril, no Conserva Cultural 16, a reportagem foi sobre a Caminhada da Penitência em Ponta Grossa. Ainda no mesmo ano, no Conserva Cultural 24, a Santa do Paredão de Jaguariaíva foi abordada na forma do gênero Conto, um dos quadros do produto radiofônico. Em 2013, estão localizados os outros dois programas que contém o elemento religioso. Os dois datam de abril, com o primeiro falando sobre a participação do Centro de Umbanda em projetos sociais (Conserva 34); e o segundo (Conserva 37) a respeito do Centro de Estudos Budista Bodisatva, também em Ponta Grossa. Nota-se que, das quatro matérias, três possuem abrangência local, enquanto uma atende a região dos Campos Gerais.

A maior incidência é na editoria de vídeos, quando encontramos seis produtos audiovisuais. Em 2011, temos a maior periodicidade, com quatro vídeos. No ano de 2012 não há registro, enquanto que os outros dois anos seguintes contém um vídeo de religiosidade cada. De acordo com a tabela abaixo, eles foram definidos em formatos:

**Gráfico 4: Formatos dos vídeos**



Fonte: Os autores, 2015.

O formato documentário corresponde à última produção em vídeo sobre religiosidade encontrada no site (julho de 2014). Com o título “Diante das Cartas – Olhares do Universo Exotérico”, o vídeo aborda o cotidiano e a profissão das cartomantes em Ponta Grossa e sua ligação com o mundo externo. Como citado anteriormente, em 2011 há a predominância dos vídeos religiosos. Três deles são VTs isolados. O primeiro é sobre os Santos Populares – Corina Portugal, que além de ser a primeira manifestação popular religiosa multimídia da análise, é também a produção inicial deste formato do site, em maio de 2011. A única produção diferente do ano é o registro de manifestação cultural da Caminhada da Penitência, que entra na categoria Palco Virtual da página.

No conteúdo fotográfico, é possível notar quatro galerias de fotos com o tema religiosidade. Mais uma vez, a Caminhada da Penitência aparece, comprovando a lógica de cobertura multimídia do site. Existe o texto, galeria, áudio e vídeo deste traço cultural religioso da cidade de Ponta Grossa. Ainda no primeiro ano do site, a galeria da Festa de Nossa Senhora das Neves (agosto) tem abrangência regional. Em 2012, uma galeria da Missa Festiva de John Leavitt (abril) e, no ano seguinte, uma galeria especial com as diversas expressões religiosas de Ponta Grossa, em junho. Este último trabalho foi desenvolvido por alunos do projeto Lente Quente, parceiro do site. Em 2014 não houve galerias de cunho religioso.



Por estes aspectos, entende-se que a diversidade de formatos contribui para dinamizar o acesso a diferentes linguagens pelo usuário, oferece possibilidades de registro e tratamento jornalístico de temas culturais e também condições de experimentação da prática profissional aos estudantes que integram a equipe do projeto. No recorte proposto, que compreende apenas as produções voltadas ao tema da religiosidade, buscou-se ilustrar o modo como a multimídia se faz presente como parte do jornalismo cultural praticado no *Cultura Plural*.

### **Considerações Finais**

Qualquer tentativa de comparação do *Cultura Plural* com veículos comerciais de jornalismo cultural poderia indicar limitações do primeiro em relação à atualização dos conteúdos, ao alcance do público, à qualidade técnica de certas produções e à tentativa de realizar uma cobertura regional. Porém, em relação à temática cultura popular, a produção realizada a partir do segundo semestre de 2011 revela um número expressivo de matérias que contribuem para registrar as manifestações populares, fugindo das restrições de uma cobertura essencialmente baseada na agenda de eventos. E, em relação às possibilidades de produção multimídia, percebe-se que o site busca desenvolver diferentes linguagens e formatos, ainda que de modo experimental, explorando os recursos da web.

Ao trazer a experiência do site *Cultura Plural* para este trabalho, tendo como enfoque a produção jornalística sobre o tema da religiosidade, buscou-se refletir sobre o espaço dedicado à cultura popular no jornalismo, revelando algumas possibilidades (ainda que modestas) de atuação na área. Ao longo do artigo, foram apresentados alguns aspectos da produção jornalística do site *Cultura Plural*, no que se refere ao conteúdo e aos formatos utilizados na cobertura da temática religiosidade, como forma de ilustrar o tratamento dado às manifestações culturais. Trata-se, em grande medida, de uma forma de abordar a cultura no esforço de fugir de uma cobertura basicamente pautada nos eventos oficiais e valorizar o olhar sobre uma cultura periférica... rica, dinâmica e plural, que acontece em meio às manifestações populares.

Assim, pode-se dizer que a dinâmica de trabalho envolvendo a produção em jornalismo cultural contribui para oferecer outros olhares e perspectivas sobre a cultura na região dos Campos Gerais e o modo de produzir informação com base na valorização da cultura popular, em diálogo com a perspectiva da folkcomunicação. É neste sentido que a experiência do *Cultura Plural* contribui para preencher uma lacuna no jornalismo



cultural e contemplar a riqueza e a diversidade das manifestações culturais de diferentes grupos sociais.

### Referências

BELTRÃO, Luiz. **Folkcomunicação: a comunicação dos marginalizados**. São Paulo: Cortez, 1980.

CANAVILLAS, João. **Webjornalismo. Considerações gerais sobre Jornalismo na web**. Universidade da Beira Interior, 2001. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-webjornal.pdf>

FARO, José Salvador. **Apontamentos sobre jornalismo e cultura**. São Paulo: Buqui, 2014.

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

GOMES, Fábio. **Jornalismo cultural**. Brasileirinho Produções, 2009. Disponível em: <http://www.jornalismocultural.com.br/jornalismocultural.pdf>.

MORAES, Vaniucha de. Jornalismo cultural não valoriza tradições. Observatório da Imprensa, ed. 480, 08/04/2008. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornalismo\\_cultural\\_nao\\_valoriz\\_a\\_tradicoes](http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/jornalismo_cultural_nao_valoriz_a_tradicoes).

PIZA, Daniel. **Jornalismo cultural**. 3ª ed. São Paulo: Contexto, 2009.

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A espetacularização das culturas populares ou produtos culturais folkmediáticos**. Seminário Nacional de Políticas Públicas para as Culturas Populares, fev./ 2005 em Brasília –DF. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-espetacularizacao-culturas-populares.pdf>

TRIGUEIRO, Osvaldo Meira. **A Folkcomunicação e as múltiplas (inter) mediações culturais na audiência da televisão**. Rede Brasileira de Folkcomunicação, 2006. Paraíba/Brasil. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/trigueiro-osvaldo-folkcomunicacao.pdf>