

## **Jornalismo cultural na revista Bula: entre a crítica e o agendamento**

### *Journalism in the cultural Magazine Bula: between criticism and agenda-setting theory*

Talita MELZ<sup>1</sup>  
Liana Vidigal ROCHA<sup>2</sup>

#### **Resumo**

O estudo parte da verificação da presença do jornalismo cultural e suas vertentes, o agendamento e a crítica na Revista Bula. A partir disso, o objetivo foi identificar se a linha editorial da revista realmente aposta no conteúdo diferenciado trabalhando com um jornalismo de caráter mais abrangente e crítico, ou se mantém na linha atual do jornalismo cultural que opta pela lógica do comercial e do agendamento das informações. Vale ressaltar que a revista é exclusivamente online e construída por meio de colaborações mediadas por jornalistas.

**Palavras-chave:** Jornalismo Cultural. Agendamento. Crítica. Revista Bula.

#### **Abstract**

The study begins by noting the presence of cultural journalism and its variations, agenda-setting theory and criticism in the journal Bula. From this, the aim was to identify whether the editorial line of the magazine actually bet on the differentiated content working with a more comprehensive and critical nature of journalism, or remains in the current line of cultural journalism that chooses the logic of commercial and agenda-setting theory information. It is noteworthy that the magazine is exclusively online and built through collaborations mediated by journalists.

**Keywords:** Cultural Journalism. Agenda-setting theory. Critical. Magazine Bula.

#### **Introdução**

A cultura é uma produção social em transformação. Não é linear, padronizada, fechada ou homogênea. Seu conceito antropológico aponta para costumes, práticas e crenças dos povos. O jornalismo que trata de cultura, por sua vez, nasceu da demanda

---

<sup>1</sup> Graduada no Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFT. E-mail: talita.melz@hotmail.com

<sup>2</sup> Professora doutora do Curso de Comunicação Social/Jornalismo da UFT e orientadora da pesquisa. E-mail: lianavidigal@hotmail.com

de compartilhar esses diferentes aspectos culturais. Ele se desenvolveu pela ideia de cultura como o conjunto de manifestações. Ao longo dos anos, a prática jornalística cultural se dividiu em duas linhas: a da crítica e a do agendamento.

O segmento fomenta a discussão e ajuda a formar opiniões sobre questões culturais, porém, muitas vezes, é subordinado às leis da lógica de mercado. Assim, sob a ótica do consumo, os produtos culturais são conduzidos à escala de mercadoria, qualificados e quantificados numa linha de valores.

Com o avanço das tecnologias, o jornalismo cultural possui opções para produzir conteúdos diferenciados. Alguns sites optam por trabalhos mais críticos com o foco na apreciação estética e técnica do produto. A Revista Bula, escolhida como objeto de estudo deste trabalho, é um exemplo. É uma plataforma online criada em 2003, mantida com textos de colaboradores fixos e voluntários. A linha editorial é o Jornalismo Cultural e a Literatura. Dicas culturais analisadas, críticas de obras, artigos e textos reflexivos, lúdicos e leves são os conteúdos veiculados na revista.

Para a análise da Bula foi realizado um levantamento bibliográfico sobre o conceito e as significações do Jornalismo Cultural. Posteriormente, foi escolhida uma mostra a partir das publicações da revista. Em seguida foi feita a análise descritiva do produto, descrevendo primeiramente as características e depois as interpretações sobre o objeto de estudo com base na revisão bibliográfica.

Ao levar em consideração as quatro fases básicas propostas por Lopes (2003, p. 135): definição do objeto; observação; descrição e interpretação. Bem como, a análise de conteúdo, na qual o material passar por uma pré-análise, seguida da exploração do material e o tratamento dos resultados como identifica Bardin (1977). Vale salientar que o presente trabalho é um recorte dos resultados do meu trabalho de conclusão de curso.

## **1 Jornalismo cultural: conceitos e prática**

A narrativa jornalística é a mais presente e influente no cotidiano das pessoas e tem a função de difundir acontecimentos. Com base nisso, o Jornalismo Cultural tem um compromisso maior, para Piza (2003, p. 7), todos os fatos são culturais, “[...] afinal a cultura está em tudo, é de sua essência misturar assuntos e atravessar linguagens”.

Portanto, o principal objetivo do segmento cultural no jornalismo é fomentar discussões e ser formador de opinião.

[...] a atuação do jornalismo cultural não pode ser dissociada das transformações político-econômicas que perpassam o campo cultural, pela mesma perspectiva de que o mesmo discurso jornalístico configura um mecanismo de construção social da realidade. (GADINI, 2009, p. 187).

Fenômenos sociais são a base para a construção da informação, e o discurso jornalístico influencia o desenrolar dos acontecimentos. Assim, para compreender o Jornalismo Cultural, é preciso entender as mudanças do segmento e da sociedade. A construção da “imprensa brasileira está inevitavelmente associada ao rápido fortalecimento da cultura brasileira, bem como aos fatores que constituíram e caracterizaram a estrutura sociopolítica do país” (GADINI, 2009, p. 189).

Historicamente, a ideia de campo cultural está associada ao processo de industrialização da literatura, arte, cinema, teatro, entre outros setores que refletem e projetam visões de mundo dos indivíduos ou dos grupos humanos em determinada época e espaço social. (GADINI, 2009, p. 103).

Assim, a cultura é uma produção social. A noção de “campo cultural” não é um bloco fechado. Seu conceito é amplo e complexo, envolto em significações históricas, sociológicas, antropológicas. É produto de um coletivo de convivências que traduz aspectos de uma realidade. A sociedade é composta por diferentes gostos culturais, “[...] existem públicos dirigidos e interessados apenas em determinados produtos ou serviços da área que não necessariamente se encantam por outros” (GADINI, 2009, p. 243).

Por sua vez, o Jornalismo Cultural surgiu e se mantém devido à necessidade de saber os acontecimentos de outros lugares, para assim construir elos entre as comunidades. A “invenção discursiva” do segmento cultural, assim como todo discurso, oscila entre a reprodução dos conteúdos disponíveis - o agendamento - e a criação parcial - a crítica.

A percepção que os hábitos culturais, ao longo dos anos, foram adquirindo novos enfoques sob o olhar do jornalismo, é unânime entre autores como Assis (2008), Basso (2007), Gadini (2009) e Pizza (2003). A cobertura jornalística destinada à cultura

sofreu alterações, mas, algumas características continuam. O espaço, que era da crítica literária, abriu lugar para a indústria do entretenimento, mas não sumiu.

[...] pelo que se pode constatar, ao longo de mais de um século em que o jornalismo vai abordando questões culturais, seja pelo agenciamento, seja pelo debate, reportagem ou serviço, sua produção vai se legitimando como mecanismo que é pautado e, ao mesmo tempo, pauta o setor, tornando-se assim um dos dispositivos de ação que participam da construção cotidiana das relações e acontecimentos do campo. (GADINI, 2009, p. 195).

Para Silva e Conceição (2007), o conceito depende diretamente da lógica jornalística em que se trabalha. O segmento é uma mediação cultural e social, e compreende a difusão e o consumo de informações. A relevância dos critérios de consumo dos produtos, o gosto e o valor atribuídos alteram o consumo social.

[...] a editoria de cultura circunscreve o campo das manifestações artísticas. O jornalista, situado no domínio da linguagem pragmática da comunicação, tangencia o universo poético que permite a comunicação do estranhamento e da ambiguidade. Essa mediação pode ser determinante na relação entre o público e os bens simbólicos. (SEGURA, GOLIN, ALZAMORA, 2008, p. 73).

Por isso, ao longo dos anos, os textos jornalísticos, se tornam mais comerciais. Assis (2008, p. 185) lembra que “são textos curtos e que dão destaque a um fato e não a discussões em torno dele”. Os cadernos culturais atribuem grande parte do espaço a conteúdos de entretenimento, que não promovem o senso crítico. A questão da mudança dos contextos sociais, e assim, a interferência no segmento.

[...] ainda há que se pensar que os fatores que tornaram a produção jornalística da área muito mais pragmática do que reflexiva não podem ser pensados como um fenômeno isolado: eles acompanham, em larga escala, os acontecimentos que atingiram a própria cultura brasileira. (ASSIS, 2008, p. 185).

Ainda, segundo, Assis (2008) existe um consenso sobre a definição e demarcação do formato atual do Jornalismo Cultural, um “jornalismo de variedades”, prestador de serviços. Esse formato informa de maneira breve assuntos mais leves e descontraídos. Entretanto, mas não pauta a reflexão sobre a temática. Temas como moda, decoração, beleza e estética corporal, comportamento e gastronomia são comuns.

Por mais que as pautas dessa natureza sejam descontraídas, elas devem ser planejadas e executadas com objetivos bem definidos: apontar tendências, revelar novidades, tratar de aspectos intrínsecos à vida das pessoas, elaborar roteiros com dicas precisas, descrever personagens, enfim, primar por um jornalismo de variedades com qualidade, com a atuação de profissionais capacitados. (ASSIS, 2008, p. 186).

De acordo com Piza (2003), os textos culturais do jornalismo diário, possuem um discurso mais simples, com foco no produto. Entretanto, a produção de um jornalismo cultural mais “erudito” não morreu com as transformações históricas. A partir da visão dos vários desdobramentos no segmento cultural, Segura, Golin, Alzamora (2008) afirmam que esse campo jornalístico reforça tradições e contribui para a compreensão de códigos artísticos, mas também revela novas perspectivas e tendências de vida e lazer.

Para Basso (2007, p. 2), um dos papéis do Jornalismo Cultural é “levar à análise e à interpretação de forma a dar subsídios para o leitor para que possa refletir, através das artes e da produção cultural, as formas de organização da sociedade”. Nesse sentido, é possível afirmar que a função apreciativa do segmento cultural no jornalismo é representada por formatos textuais, entre eles a crítica cultural.

## **2 A crítica como alicerce**

Para Mota (2007), a produção no segmento cultural é um “exercício crítico por excelência”. Na mesma linha de pensamento, Gadini (2009) afirma que a base histórica e conceitual desse modelo é a crítica cultural.

Falar de jornalismo cultural é falar, direta ou indiretamente, em crítica cultural. Já se tornou razoavelmente aceita a ideia de que o jornalismo não se restringe ao ato de informar, com precisão objetividade, determinado conhecimento – base da concepção, tão questionável, do jornalismo como espelho da realidade. (GADINI, 2009, p. 241).

Ainda segundo o autor (2009), as críticas culturais são textos ensaísticos. Possuem uma estrutura próxima ao comentário, porém, com mais profundidade. De acordo com Motta (2007), esse modelo coloca as ideias em debate. Reflete e interpreta sobre e no mundo que vivemos. Para Faro (2012b, p. 193), o jornalista do segmento

cultural “recompõe a obra a partir de referências estético-conceituais e/ou ético-políticas com as quais se debruça sobre o objeto de sua análise”.

As críticas são textos que pautam assuntos com maior apreciação estética, ou seja, “considerando o “modo de dizer”, dos produtos e eventuais culturais abordados jornalisticamente pelas matérias informativas, presentes no roteiro ou programação, na forma de serviços de orientação ao leitor, entre perspectivas” (GADINI, 2009, p. 202). Segundo Motta (2007), a “explicação de um produto cultural” por meio da crítica é muito mais que uma “descrição minuciosa ou ligeira” do conteúdo do produto.

Historicamente a crítica cultural foi um dos “setores” que mais sofreu consequências. A crítica cultural ocupou um grande espaço em periódicos, alcançando o pico de produção em meados do século XX.

Após a Segunda Guerra Mundial, duas importantes transformações, intimamente ligadas, marcam tanto o jornalismo quanto a cultura brasileira: a adoção do modelo americano como parâmetro para a produção jornalística e a emergência de um mercado e cultura de consumo no país. Consequentemente, começa aí uma progressiva separação entre literatura e jornalismo que se “profissionaliza”, nos termos da indústria cultural. (GADINI, 2009, p. 250).

Ainda na visão de Gadini (2009), a presença da crítica cultural nos periódicos diários aumenta de forma gradual, seguindo o ritmo das demandas e da emergência dos públicos consumidores, associado ao fortalecimento das cidades e da indústria cultural. Parece ambíguo, mas o período em que a crítica cultural se fortaleceu, foi o mesmo que ocasionou alguns anos depois na diminuição do seu espaço.

As práticas culturais estão diretamente associadas às condições de recepção, aos hábitos e aos comportamentos de maior influência nos ambientes e espaços sociais. Assis (2008) aponta que as produções críticas necessitam de cuidados especiais e não de obra qualificada, por seu caráter subjetivo ao tratar das diversas tradições culturais em sociedades diferentes. É essencial entender que “a compreensão – e não o ‘gosto’” deve ser o princípio da crítica. Assis (2008) observou:

O requisito básico para ser um bom crítico e, conseqüentemente, desenvolver críticas coerentes é gostar do seu objeto de análise, conhecê-lo, saber de seu passado e ter noção do futuro que o espera. Portanto, sua boa atuação depende, necessariamente, de seus conhecimentos a respeito daquilo que se propõe a avaliar. (ASSIS, 2008, p. 189).

No Brasil, a partir de 1980, a separação entre notícia e crítica alcança seu ápice. A diferença entre análise e textos informativos passa a ser explícita. O jornalismo cultural passa a adotar a lógica da divulgação, do agendamento (GADINI, 2009, p. 266). O segmento começou a dinâmica de produção pautada na indústria cultural, sobretudo, nos lançamentos e distribuição de produtos. Segundo Lima (2007), jornalismo cria “ondas” de promoção de comportamentos e consumo.

A tendência de explorar a cultura como “quase” sinônimo de lazer não significa a inexistência de outras tendências. Gadini (2009, p 267) afirma que a “apreciação crítica não deixou de se fazer presente; pelo contrário, continuou sendo fundamental na editoria de cultura”. Ainda para o autor, a diversidade de projetos editoriais na área cultural, principalmente o mercado de revistas, sempre prova das diferentes formas de produzir conteúdos culturais, tanto como serviço, como crítica cultural. As revistas se constituem como uma alternativa para o jornalismo aprofundado.

### **3 O segmento cultural em revista e no meio online**

A revista teve um papel importante na constituição do Jornalismo Cultural no Brasil. Segundo Piza (2003, p. 43), foi a partir da década de 1920, que as revistas culturais se multiplicaram. A função das revistas é produzir textos reflexivos, interpretativos com temáticas aprofundadas. Por possuírem uma periodicidade maior, elas cobrem de funções culturais mais complexas, que vão além da simples transmissão de notícias. As revistas entretêm, realizam análises e reflexões (SCALZO, 2003, p. 13).

A revista semanal preenche os vazios informativos deixados pelas coberturas dos jornais, rádio e televisão. Além de visualmente mais sofisticada, outro fator a diferencia sobremaneira do jornal: o texto. Com mais tempo para extrapolações analíticas do fato, as revistas podem produzir textos mais criativos, utilizando recursos estilísticos geralmente incompatíveis com a velocidade do jornalismo diário. (VILAS BOAS, 1996, p. 9).

A revista adquiriu espaço próprio dirigido aos mais diversos segmentos do público. De acordo com Piza (2003, p. 35), no Brasil, a revista abriu o espaço ao crítico profissional e informativo, que analisa as obras e reflete sobre o cenário está inserida.

[...] revistas e suplementos literários e construiu uma carreira de intelectual exemplar, não só pela qualidade de suas avaliações, mas

também pela capacidade de envolver os leitores – que chamava de “amigos de ideias” – no mundo do pensamento com uma escrita ágil e direta. (PIZA, 2003, p. 35).

Segundo Segura, Golin e Alzamora (2008), algumas revistas internacionais são referências na área, que influenciaram gerações de jornalistas, muitas delas inseridas no berço do Jornalismo Literário, no qual as técnicas de escrita dialogam com uma linguagem mais literária e elaborada. Isso porque “as revistas exigem de seus profissionais textos elegantes e sedutores” (VILAS BOAS, 1996, p. 9).

Crônica, perfil, notas e principalmente a reportagem acabam sendo colocados de lado no cotidiano da grande imprensa brasileira, restando às revistas especializadas e, na maior parte das vezes, menos conhecidas do público, essa função. (LOPEZ e FREIRE, 2007, p. 1).

Para Vilas Boas (1996, p. 18), as palavras nas revistas “podem ser usadas não apenas com o sentido que lhes atribuem os dicionários”. No jornalismo diário o valor “conotativo” não é muito usado, pois essa prática sobrevive da padronização e da velocidade, diferentemente das revistas que podem explorar a linguagem.

Segundo Scalzo (2003, p. 14) essa mídia surgiu voltada para um público específico, e essa característica se mantém forte nos dias atuais. “A segmentação por assunto e tipo de público faz parte da própria essência do veículo”. Para a autora (2003, p. 44), as revistas são supermercados culturais, refletem o estilo de vida e a sociedade. As publicações podem reafirmar a identidade de grupos com determinados interesses.

Ao longo dos anos, as revistas se diversificaram e inspiraram, mais tarde, as chamadas “revistas eletrônicas”. Scalzo (2003, p. 50) afirma que o uso da tecnologia ajudou inclusive a “reduzir custos”.

Segundo Golin e Alzamora (2008) a expansão da internet levou à proliferação de novos e diferentes formatos de informação, que crescem exponencialmente. Isso porque, segundo Assis (2008), a consolidação da internet modificou as estruturas e as formas de se fazer jornalismo. “O avanço das novas tecnologias da informação – principalmente da Internet – gerou novas demandas para a produção jornalística” (ASSIS, 2008, p. 185).

Com a revolução digital o papel do jornalista se transformou. O jornalista cultural precisa ter um cuidado maior com o trabalho. Para Anchieta de Melo (2010) cabe ao jornalista selecionar “o que” deve ser conhecido e “como” será apresentado.

Segundo Teixeira (2008), os projetos editoriais online podem completar uma das características do jornalismo cultural, o hibridismo de linguagens. A “mistura” de linguagens vai além do uso de características de outros gêneros narrativos, mas, também do uso de elementos narrativos de outros meios midiáticos. Ainda, na visão do autor, o jornalismo na internet possui uma segunda característica híbrida: a periodicidade.

O serviço de roteiro cultural pode respeitar a atualização, diária ou não, de seus mais diversos setores, como peças de teatro, filmes em cartaz, shows, pode ocupar quantas "páginas" quiser, sem prejuízo para o espaço destinado às matérias ou sem sofrer riscos de redução. (TEIXEIRA, 2008, p. 5).

A internet permite ultrapassar outra delimitação dos demais âmbitos jornalísticos: o espaço. Para Barroso e Peixoto (2014) a limitação de espaço para a produção cultural nas mídias convencionais enfraquece o papel do segmento, pois o espaço para reflexão é insuficiente, ou é deixado de lado em virtude do agendamento.

Com a internet a produção de conteúdos jornalísticos deixou de ser exclusividade dos jornalistas. Os leitores também podem produzir notícias e deter o poder de disseminação da informação. Para Faro (2012, p. 194), as possibilidades narrativas criadas pelos espaços virtuais para a interação entre veículos e leitores representam “níveis variados de ruptura com os conceitos sobre os quais se assentava a autoridade da crítica cultural”.

A descentralização da autoria do jornalista é, para Faro (2011, p. 411), a perda de referência do segmento na sociedade. Para Vale (2012, p. 28) o segmento foi “duramente impactado pelos meios digitais”. O avanço da internet aliado aos interesses mercadológicos resultou na “perda de prestígio” e da influência do segmento.

Com a visão contrária, Alzamora (2012) argumenta que o “escopo editorial” online é uma alternativa para a atuação crítica. Em 2003, Piza apontou sites dedicados a conteúdo sobre artes e ideias, “formando fóruns e prestando serviços de uma forma que a imprensa escrita não pode, por falta de interatividade e espaço” (PIZA, 2003, p. 31).

A demanda por um jornalismo cultural de qualidade, vivo e crítico, é segura. Provas disso são a quantidade de endereços culturais surgidos na Internet, inclusive no Brasil (sites como Nomínimo, Digestivo Cultural, Agulha etc.), e o fato de que as editoras cada vez mais dão atenção à não ficção, a ensaios, perfis, reportagens, bibliografias e livros de história escritos por jornalistas ou com “pegada” jornalística. (PIZA, 2003, p. 67).

Alzamora (2012) apresenta um caso internacional: a revista Salon.com. Ao navegar na internet, é possível encontrar referências a sites que “respiram cultura”. O Diário do Engenho cita o *Obvious Magazine* e a Revista Bula. As iniciativas editoriais, que traçam esse caminho, buscam abrir espaço para temáticas com diferentes abordagens. Para Alzamora (2012), essa ideia não é novidade. O Jornalismo Cultural já havia apostado nessa estratégia ao lançar a imprensa especializada.

A novidade estaria na variedade de formatos (portais, blogs, sites institucionais, agregadores, etc.), no acesso gratuito e nas possibilidades de agenciamento social em torno de assuntos de interesse comum. As publicações online na área de cultura despontam, desse modo, como espécies de comunidades de interesse, nas quais jornalistas, especialistas e internautas dividem, cada vez mais, as funções de informar, interpretar, opinar, editar, difundir. (ALZAMORA, 2012, p 25).

Assim, segundo a autora, aspectos culturais cotidianos que são normalmente deixados de lado pela lógica do agendamento, ganham visibilidade nas plataformas colaborativas online. Esses, potencialmente, se transformam em relevantes formadores de opinião, “na concepção coletiva de cultura porque seu alcance social se expande em conexões das mídias digitais, mesmo que não dialoguem rigorosamente com os recortes editoriais mais tradicionais” (ALZAMORA, 2012, p. 24).

Assim, a internet pode ser uma alternativa para a produção do Jornalismo Cultural crítico, interpretativo e reflexivo. A partir dessa revisão pode-se verificar qual o modelo jornalístico cultural adotado pela Revista Bula, antes, porém, é necessário conhecer mais a publicação online.

#### **4 O jornalismo cultural na Revista Bula**

A revista Bula foi criada em 2003, pelo jornalista Carlos Willian Leite. A linha editorial é o Jornalismo Cultural e a Literatura. Os textos são escritos por colaboradores fixos e voluntários. Exclusivamente online, está hospedada no Portal R7, do Grupo Central Record de Comunicação. Até dezembro de 2014, o acervo da Bula era composto por mais 30 mil textos, segundo o site O repórter. Ela é dividida em dez sessões: colunistas, ensaios, entrevistas, filmes, fotografia, inéditos, livros, música, poesia, opção cultural.

As seções tratam de assuntos variados, definidos pela nomenclatura. Algumas são definidas pelo gênero textual, outras o foco é uma temática. A primeira seção da Revista é a **Colunistas**, na qual está o maior número de textos publicados. A maioria das publicações é escrita por colaboradores fixos. A seção possui textos com características opinativas, como crônicas - com um tom lírico e pessoal - e ensaios.

A segunda seção, **Ensaio**, apresenta mais variações textuais, desde críticas a perfis. A coluna aborda diferentes assuntos, principalmente livros e filmes, e críticas negativas a produtos da indústria de massa. A seção **Entrevista** é a terceira, nela estão publicadas entrevistas com grandes personalidades, alguns já falecidos. Assim, as entrevistas - quase sempre a última antes da morte - são acompanhadas por breves perfis da vida delas, ou de momentos significativos. Uma curiosidade é que na seção **Inéditos** não há publicações.

Posteriormente estão as seções de **Filmes, Fotografia, Livros, Música e Poesia**, que possuem textos com dicas culturais e com links para *download* de obras. Os textos costumam ter um ou dois parágrafos introdutórios. As seções também apresentam críticas, ensaios e perfis sobre obras e personalidades importantes. A aposta da revista é o Jornalismo Cultural. Assim, a partir de uma descrição analítica verifica-se a existência dos dois modelos do segmento cultural, o agendamento e a crítica, nas publicações.

As publicações da Revista Bula estão no âmbito do Jornalismo Cultural por tratar de temas culturais e de lazer, como filmes, músicas, livros, e trazer textos críticos sobre costumes e hábitos humanos. A revista, porém, apresenta também textos, mais simples, como listas de preferências. A ideia é pautar as informações culturais, fomentar discussões e estimular a apreciação de uma cultura “refinada”. Essa afirmação é possível a partir da análise da amostra escolhida.

A seleção da amostragem passou por diferentes etapas. Na primeira, foram separadas as seções e as temáticas. A partir disso, foram realizadas outras separações por meio das titulações das publicações, textos listas foram separados das críticas. Posteriormente, por afinidade com a temática tratada foram separados dois textos com caráter crítico e três listas.

No caso do texto *1984, o livro que matou George Orwell*, o momento da morte do escritor é contado juntamente com flashes da vida de Orwell, focando no contexto difícil que ele vivia ao escrever o seu livro de maior sucesso: *1984*. Ao contar a história

do escritor, o texto, apresenta requisitos do contexto histórico e a influência da obra no mundo. O mesmo acontece na crítica de cinema *‘O som ao redor’ é o Brasil acontecendo*. O texto apresenta o filme, o diretor e todo o contexto em que o filme foi produzido; detalha a história contada e aponta sua ligação com o mundo real. Os textos apresentam opiniões baseadas em fatos ou em comparações.

No primeiro caso, o autor mostra a influência da obra “símbolo universal para qualquer coisa repressiva ou totalitária” ao abordar o momento da história pessoal de Orwell, o final de guerra, a crise financeira e a morte da mulher. No caso da crítica de cinema, o autor do texto conta sobre o diretor, sua vida profissional, descreve o filme e o compara com a realidade e o cotidiano do contexto social, cultural e histórico que a produção cinematográfica foi gravada.

A Revista publica textos mais complexos e contextualizados. Mas, em contrapartida publica críticas que muitas vezes estão baseadas no “gosto” individual do autor. Diferente das narrativas que compreendem o produto como um todo, o simples gostar ou não, não é um princípio da crítica cultural. Algumas publicações então possuem um caráter mais opinativo e muitas vezes depreciativo. A troca da crítica pela opinião é o caso do texto *Os 21 piores filmes brasileiros de todos os tempos* no qual o autor utiliza sua opinião em vários dos filmes citados para embasar seu argumento.

O autor utiliza palavras e expressões diretas, como “naufragaram feio” ou “uma versão tupiniquim”, que depreciam o filme. As expressões não são suaves ao evidenciar o lado negativo da composição. Ao invés de criticar, o texto “fala mal” do produto. Além disso, o pouco embasamento, a falta de contextualização deixa o texto pessoal demais.

Os textos *27 livros para morrer antes de ler* e o *Os 40 piores cantores (as) da história da música brasileira*, já no início explicam que as indicações citadas são resultados de enquetes realizadas pelos leitores. Nas publicações, o autor deixa claro que “o objetivo da enquete não é ridicularizar ou ofender o gosto alheio, é, sobretudo, uma diversão e reflete apenas a opinião dos participantes consultados. Se podemos ter a lista de nossas preferências, por que não podemos ter a lista daquilo que não gostamos?”, indaga o autor.

Os dois textos, por não aprofundarem os assuntos, não podem ser considerados jornalismo crítico, mas por tratarem de produtos culturais se encaixam no formato do

agendamento. Tanto os textos mais críticos como os mais simples apresentam o intuito de instigar os leitores a consumirem os produtos que a revista apresenta, ou ainda, instigarem a não consumir determinados produtos na qual a crítica realizada é negativa.

Além disso, apesar de não trabalhar com a periodicidade como a dos jornais diários, e buscar trabalhar o lado mais crítico e interpretativo das obras, personalidades ou situações socioculturais, muitos textos da Revista Bula acabam sendo publicados na época que o produto está em voga no mundo midiático. Como é o caso de publicações sobre filmes. Mesmo que as publicações do site não possuam data, é possível verificar esse agendamento ao acompanhar a página semanalmente. Um caso em que o agendamento fica evidente é no período em que foram lançados os filmes sobre a vida e uma das músicas de Renato Russo: abril e maio de 2013. Duas críticas foram publicadas, uma após a outra, mostrando que o assunto deveria estar em evidência no período.

A partir disso, verifica-se que algumas publicações acabam seguindo a lógica do jornalismo de agendamento, apesar da linha editorial buscar fugir da lógica institucional de mercado e de mera divulgação. Aqui acontece a convergência entre as duas linhas do jornalismo cultural. O agendamento é aliado à crítica. A Revista Bula, então, pratica uma “invenção discursiva” do segmento cultural (GADINI, 2009), oscilando entre o agendamento e a criação parcial de textos críticos, bem como alinha a questão de gosto cultural, muitas vezes particular dos colaboradores com a dos leitores da revista.

As publicações da revista também pautam a prestação de serviços, ao publicarem listagens de obras boas ou ruins. Ao trabalharem com esse jornalismo de “variedades”, ela procura, mesmo que de forma equivocada, pautar as compreensões pessoais, compreender os códigos artísticos - na dimensão comunicativa e no ato interpretativo -, e revelar perspectivas e tendências de vida e lazer mais “refinadas”. Portanto, os textos buscam explicar o produto cultural, realizar discussões em torno dele, ir além da descrição e apresentar características de material crítico.

## Conclusão

A Revista Bula busca seguir uma linha editorial diferenciada do jornalismo cotidiano, aquele publicado diariamente em jornais e na internet. O jornalismo da Bula tem base na concepção crítica do segmento, porém nem sempre isso acontece. As publicações da revista oscilam entre os dois modelos de jornalismo cultural: a crítica e o agendamento.

O site publica tanto textos reflexivos, críticos, como textos de divulgação de produtos, prestação de serviços, por meio de listagens de obras. Os textos de caráter crítico fomentam discussões sobre gostos culturais, sempre incentivando a apreciação de uma cultura mais “refinada”, mais “cult”. Os textos que abordam obras da dita “indústria cultural” receberem, em sua maioria, críticas negativas.

As publicações com caráter mais crítico são mais complexas e contextualizadas. Os textos críticos são baseados em argumentos com embasamento técnico, às vezes argumentos puramente pessoais. A base crítica da revista é falha, entretanto é uma opção que “sai” do convencional, e uma opção de leitura mais abrangente. A revista tem intuito de instigar os leitores a consumirem os produtos apresentados.

A Bula segue a lógica de agendamento, entretanto busca, em diversos textos, fugir da lógica institucional de mercado e de mera divulgação, ao abordar um caráter mais interpretativo e argumentativo nos textos. A publicação tende pautar e compreender os códigos artísticos e revelar tendências culturais “refinadas”. Ao mesmo tempo pauta a venda de boas obras, os textos tentam explicar o produto cultural e promover discussões.

É possível dizer que a Bula realiza uma convergência entre as duas linhas do jornalismo cultural, o agendamento e a crítica, principalmente, por ser uma revista construída por colaboradores, que possuem estilos de escrita e interpretações diferentes.

## Referências

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: 8 dez. 2014.

ANCHIETA DE MELO, Isabelle. Jornalismo Cultural: pelo encontro da clareza do jornalismo com a densidade e complexidade da cultura. In: **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação (BOCC)**, 2010. Disponível em:<<http://www.bocc.uff.br/pag/melo-isabelle-jornalismo-cultural.pdf>>. Acesso em 17 dez. 2014.

ASSIS, Francisco de. Jornalismo cultural brasileiro: aspectos e tendências. In: **Revista Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 9, n. 20, p. 183-192, set./dez. 2008. Disponível em:<<http://www2.pucpr.br/reol/pb/index.php/comunicacao?dd1=2633&dd99=view&dd98=pb>>. Acesso em: 5 dez. 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977

BARROSO, Letícia; PEIXOTO, Thaís. Jornalismo cultural na internet e a proposta do site Movamente. In: Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, XX., 2014, Vila Velha/ES. **Anais...** Vila Velha: 2014. Disponível em:<<http://www.portalintercom.org.br/anais/sudeste2014/resumos/R43-0146-1.pdf>>. Acesso em: 15 dez 2014.

BASSO, Eliane Fátima Corti. Jornalismo Cultural: campo de produção e prática profissional. INSTITUTO Pensarte. Jornalismo Cultural em Pauta. In: **Cultura e Mercado**, 2007/2008. Disponível em:<[http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/files/2010/03/online\\_culturaemercado\\_jornalismocultural.pdf](http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/files/2010/03/online_culturaemercado_jornalismocultural.pdf)>. Acesso em 9 dez. 2014.

FARO, José Salvador. Jornalismo e crítica da cultura: a urgência da nova identidade. In: **Revista Fronteiras – estudos midiáticos**. v. 14, n. 3, São Leopoldo/RGS: Unisinos, 2012. p. 192-198. Disponível em:<<http://revistas.unisinos.br/index.php/fronteiras/article/view/fem.2012.143.02/1182>>. Acesso em: 11 dez. 2014.

FARO, José Salvador. Sob a superfície dos fatos, a complexidade do seu significado: o desafio da narrativa no Jornalismo Cultural. In: **Estudos em Jornalismo e Mídia**. v. 8, nº 2, Santa Catarina: Universidade Federal do Santa Catarina, jan./dez 2011. p. 406-416. Disponível em:<<https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/1984-6924.2011v8n2p406/20192>>. Acesso em: 11 dez. 2014.

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

LIMA, Angelita. Jornalismo e Cultura: uma pauta a ser recriada. INSTITUTO Pensarte. **Jornalismo Cultural em Pauta**. In: Cultura e Mercado, 2007/2008. Disponível em:<[http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/files/2010/03/online\\_culturaemercado\\_jornalismocultural.pdf](http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/files/2010/03/online_culturaemercado_jornalismocultural.pdf)>. Acesso em 9 dez. 2014.

LOPES, Maria Immacolata Vassalo de. **Pesquisa em comunicação**. 7. Ed. São Paulo: Edições Loyola, 2003.

LOPEZ, Marcelo, FREIRE, Debora. O jornalismo cultural além da crítica: um estudo das reportagens na revista Raiz. In: **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação (BOCC)**,

2007. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopez-debora-freire-marcelo-jornalismo-cultural.pdf>>. Acesso em: 9 dez 2014.

MOTA, Célia. Jornalismo Cultural como exercício crítico. INSTITUTO Pensarte. Jornalismo Cultural em Pauta. In: **Cultura e Mercado**, 2007/2008. Disponível em: <[http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/files/2010/03/online\\_culturaemercado\\_jornalismocultural.pdf](http://blogs.cultura.gov.br/culturaepensamento/files/2010/03/online_culturaemercado_jornalismocultural.pdf)>. Acesso em 9 dez. 2014.

PIZA, Daniel. **Jornalismo Cultural**. São Paulo: Contexto, 2003.

REVISTA BULA. Disponível em:< <http://www.revistabula.com/>>. Acesso em: 25 mar. 2015.

SCALZO, Marília. **Jornalismo de Revista**. São Paulo: Contexto, 2003.

SEGURA, Aylton; GOLIN, Cida; ALZAMORA, Geane. O que é jornalismo cultural. In: **Mapeamento: o ensino de jornalismo cultural no Brasil em 2008**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

SILVA, Andréia de Lima; CONCEIÇÃO, Francisco Gonçalves da. Jornalismo Cultural: em busca de um conceito. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXX., 2007, Santos/SP. **Anais...** Santos: 2007. Disponível em: <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1253-2.pdf>>. Acesso em: 8 dez 2014.

TEIXEIRA, Nísio. Impacto da internet sobre a natureza do jornalismo cultural. In: **Biblioteca on-line de Ciências da Comunicação (BOCC)**, 2008. Disponível em:< <http://www.bocc.ubi.pt/pag/teixeira-nisio-impacto-da-internet.pdf>>. Acesso em: 16 dez. 2014.

VALE, Isabel 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: 8 dez. 2014.

VILAS BOAS, Sergio. **O estilo magazine: o texto em revista**. São Paulo: Summus, 1996.